

livret de suivi de la formation

Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) Vente itinérante en commerce de gros

VENTE ITINÉRANTE

Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle des commerces de gros (CCN N°3044).

› **Nom et prénom** du candidat

› **Organisme** en charge de la **formation**

› **Nom et prénom** du « référent formation »

› **Nom et prénom** du tuteur

› **Fonction** du tuteur :

› **Cachet** de l'entreprises et **signature**

[Document à remettre au secrétariat de la CPNEFP]

CGI Campus - 18 rue des Pyramides - 75001 Paris
contact@cgicampus.fr - Tél. : 01 44 55 35 00

Ce document est destiné à **suivre le parcours de formation** d'un candidat au CQP «Vente itinérante en commerces de gros», en intégrant :

- Les temps de formation, en centre de formation ou au sein de l'entreprise (formation interne),
- Les temps de tutorat mis en œuvre en entreprise.

L'objectif principal de cet outil est de **permettre au(x) formateur(s)** intervenant dans le parcours de formation du candidat et au **tuteur en entreprise** de **coordonner leurs interventions**.

Cet outil doit également permettre aux tuteurs en entreprise **d'accompagner le plus efficacement possible** les candidats lorsqu'aucune formation n'est prévue pour un ou plusieurs domaines de compétences.

Dans ce cas, le **contenu indicatif des formations** par domaine de compétence et les critères d'évaluation devront guider les remises à niveau au poste de travail et la préparation de l'évaluation finale.

Un ensemble de conseils méthodologiques sont proposés aux tuteurs dans le « guide tuteur CQP » mis à disposition des tuteurs par la branche.

1 - Parcours individualisé du candidat : fiche de synthèse

Ce parcours est déterminé en entreprise à l'issue d'un entretien de repérage des compétences mené avec le candidat. Il est ensuite transmis à l'organisme de formation externe ou au service de formation interne pour lui permettre d'organiser la mise en œuvre de la formation du candidat et il est communiqué au tuteur afin de permettre au candidat de mettre en pratique les compétences requises pour l'accès au CQP.

Domaines	Modules de formation à suivre	Organisme de formation retenu	Dates prévisionnelles	Nombre d'heures prévisionnel*
Compétence 1 Analyser son environnement et organiser son activité commerciale	Module 1.1 <input type="checkbox"/> Module 1.2 <input type="checkbox"/> Module 1.3 <input type="checkbox"/> Module 1.4 <input type="checkbox"/> Module 1.5 <input type="checkbox"/>			
Compétence 2 Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre	Module 2.1 <input type="checkbox"/> Module 2.2 <input type="checkbox"/> Module 2.3 <input type="checkbox"/>			
Compétence 3 Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise	Module 3 <input type="checkbox"/>			
Compétence 4 Vendre en visite client	Module 4.1 <input type="checkbox"/> Module 4.2 <input type="checkbox"/> Module 4.3 <input type="checkbox"/> Module 4.4 <input type="checkbox"/>			
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 5.1 <input type="checkbox"/> Module 5.2 <input type="checkbox"/>			

(*) sur la base des volumes horaires indiqués par la CPNEFP

Parcours de formation préconisés par la CPNEFP

i Les parcours de formation qui conduisent **aux CQP des commerces de gros sont à construire en lien avec les référentiels conçus par la CPNEFP**. Ceux-ci précisent pour chaque compétence **les modules de formation correspondants**, leurs objectifs, leurs contenus ainsi que les volumes horaires.

Attention les volumes horaires indiqués sont à moduler en fonction des profils et des besoins des candidats. Ils intègrent en effet différentes possibilités, d'une simple mise à niveau (volume horaire minimum) à un parcours complet (volume horaire maximum).

Pour ce domaine	Formation interne ou externe	Volumes horaires préconisés	
		De ...	A ...
Compétence 1 Analyser son environnement et organiser son activité commerciale	Module 1.1 -L'environnement commercial du vendeur itinérant		
	Module 1.2 - La mesure de l'activité commerciale	21	42
	Module 1.3 - La définition des objectifs commerciaux		
	Module 1.4 - Le fichier clients		
Compétence 2 Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre	Module 2.1 - Les différentes phases d'un entretien de vente	21	84
	Module 2.2 - La relation commerciale	7	14
	Module 2.3 - Le chiffrage de la proposition commerciale	3.5	14
Compétence 3 Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise	Module 3 - Formation produit	21	84
Compétence 4 Vendre en visite client	Module 4.1 - La préparation de la visite client		
	Module 4.2 - La conduite d'une visite client	28	56
	Module 4.3 - La conception et la présentation de l'offre commerciale		
	Module 4.4 - La négociation en visite client		
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 5.1 - Les étapes de traitement d'une réclamation	7	21
	Module 5.2 - La gestion des situations relationnelles difficiles		

Compétence 1

Analyser son environnement et organiser son activité commerciale

› Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?

Ce que le candidat doit savoir faire	Contenu de la formation à délivrer
<ul style="list-style-type: none">• Recueillir des informations pertinentes sur son activité commerciale, le secteur d'activités, les concurrents, et le potentiel de ses clients et de son marché à partir de différentes sources• Évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur son secteur et déterminer des objectifs répondant à la politique commerciale de l'entreprise• Planifier son activité sur son secteur commercial en fonction des objectifs définis• Analyser les résultats de son activité commerciale à partir des procédures et outils en vigueur dans l'entreprise, proposer des actions de réajustement• Exploiter l'outil de GRC de l'entreprise pour renseigner le fichier clients et exploiter ses données• Organiser son activité commerciale en tenant compte de la réglementation, du temps et des ressources disponibles	<p>Objectifs et modules de formation :</p> <p>Maîtriser les techniques permettant de caractériser et de mieux connaître son environnement commercial Module 1.1 - L'environnement commercial du vendeur itinérant Définition de l'environnement commercial Les enjeux de la connaissance de l'environnement commercial pour un vendeur itinérant Les sources d'information internes et externes à l'entreprise La veille concurrentielle : enjeux et méthodes Le recueil et l'analyse de l'information disponible</p> <p>Maîtriser les outils et les techniques d'analyse de son activité commerciale Module 1.2 - La mesure de l'activité commerciale du vendeur itinérant La mesure de l'efficacité des visites L'analyse et le suivi de son portefeuille clients : consommations, chiffre d'affaires, marge La conception et l'analyse des indicateurs de performance Les méthodes et outils et les éléments à prendre en compte pour mesurer et expliquer les écarts avec les objectifs commerciaux initiaux</p> <p>Développer sa performance dans la définition de ses objectifs commerciaux Module 1.3 - La définition des objectifs commerciaux du vendeur itinérant L'évaluation des potentiels clients La détermination de prévisions mini et maxi et la réalisation d'un tableau de bord de pilotage d'activité L'identification des moyens nécessaires</p> <p>Maîtriser l'utilisation du fichier clients de l'entreprise et compléter les données clients Module 1.4 - Le fichier clients Les différentes catégories d'informations sur les clients Les informations clés du fichier client L'enregistrement des informations clés sur le fichier client</p> <p>Maîtriser les outils permettant d'optimiser son organisation Module 1.5 - L'organisation de l'activité commerciale du vendeur itinérant La détermination des fréquences et du programme de visite par type de client et par zone géographique L'organisation et la gestion de la tournée Le respect de la réglementation et du matériel professionnel</p>

› Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Recherche d'informations sur les besoins d'un ensemble de clients (projets en cours, évolution de l'environnement, ...)
- Recherche d'informations sur le positionnement de la concurrence
- Classement d'un fichier clients en identifiant les critères utilisés pour le classement
- Identification de clients dont le potentiel est sous exploité
- Préparation d'un plan d'action commercial à partir de l'analyse de son secteur : présentation des sources d'information utilisées et des choix effectués
- Analyse de l'emploi du temps : repérage des activités « chronophages »
- Réajustement des priorités par rapport au plan d'action et à l'analyse de l'emploi du temps

De la formation à l'entreprise

En formation	En entreprise
Points clés du programme de formation	Activités réalisées en entreprise
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
Commentaires du formateur	Commentaires du tuteur
<hr/>	• points positifs :
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	• à approfondir :
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

Compétence 2

Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre

- Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?

Ce que le candidat doit savoir faire	Contenu de la formation à délivrer
<ul style="list-style-type: none">• Établir un contact et un climat de confiance• Mener une découverte des besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente• Positionner le client dans la typologie clients de l'entreprise• Cibler l'offre de produits et de services correspondant aux besoins du client• Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections• Valoriser l'image de l'entreprise et mettre en avant les avantages concurrentiels de ses produits et services• Conclure l'entretien en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client• Établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client	<p>Objectifs et modules de formation :</p> <p>Structurer un entretien de vente</p> <p>Module 2.1 - Les différentes phases d'un entretien de vente Le schéma de l'entretien de vente La phase de découverte : techniques de questionnement et de découverte des besoins, identification du potentiel, identification des motivations La reformulation : synthèse des besoins et des motivations du client, identification des signaux d'achat, le passage de la découverte à la proposition La phase d'argumentation : définition d'un argument, construction d'un argumentaire et composition d'une offre de produits adaptée en fonction de la typologie du client Le traitement des objections : les différentes catégories d'objection et leur traitement La phase de négociation : les points clés La conclusion de l'entretien de vente</p> <p>Construire et développer une relation commerciale durable avec un client</p> <p>Module 2.2 - La relation commerciale Le commercial, vecteur de l'image de l'entreprise L'identification et la mise en valeur des avantages concurrentiels des produits et services de l'entreprise : techniques de veille concurrentielle et de mise en valeur des avantages concurrentiels L'entretien d'une relation commerciale dans la durée</p> <p>Acquérir les outils permettant de concevoir et de chiffrer une proposition commerciale</p> <p>Module 2.3 - Le chiffrage de la proposition commerciale Le prix : notion, composition Les coûts Les rabais, remises, ristournes Calcul de remises simples et additionnelles Calcul de marge, de TVA Délais et modes de règlement</p>

- Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Observation d'un vendeur confirmé en entretien de vente :
 - Identification du mode de questionnement des clients.
 - Identification des principales objections des clients et des réponses apportées.
- Élaboration d'argumentaires sur plusieurs catégories de produits et de clients.
- Conduite d'entretiens de vente tests auprès d'un échantillon de clients en respectant les étapes d'un entretien de vente (le tuteur observe les entretiens menés).
- Analyse des résultats : points forts, points à renforcer en matière de conduite de l'entretien et de réponse aux objections.
- Réajustement en fonction des résultats obtenus.

De la formation à l'entreprise

En formation	En entreprise
Points clés du programme de formation	Activités réalisées en entreprise
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Commentaires du formateur	Commentaires du tuteur
_____	• points positifs :
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	• à approfondir :
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Compétence 3

Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise.

› Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?

Ce que le candidat doit savoir faire	Contenu de la formation à délivrer
<ul style="list-style-type: none">• Identifier et apporter les informations et services techniques adaptés pour répondre aux besoins du client• Identifier les produits et les services correspondant aux besoins du client en prenant en compte la réglementation et les recommandations liées au secteur d'activité et le contexte du client• Prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les services proposés aux clients• Expliquer les caractéristiques et le bon usage des produits en fonction des besoins du client	<p>Objectifs et modules de formation :</p> <p>Maîtriser les caractéristiques techniques des produits et services proposés par l'entreprise Maîtriser l'utilisation des outils d'information sur les produits et services de l'entreprise Connaître la réglementation et les recommandations propres au secteur : traçabilité des produits, conservation, utilisation, normes en matière de sécurité, hygiène, environnement, ...</p> <p>Contenu des modules de formation à adapter à chaque secteur d'activité</p>

› Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Découverte des produits et services de l'entreprise : prise de connaissance de la documentation commerciale, des catalogues, visite des entrepôts pour identifier les produits,
- Formation ou échanges avec le ou les fournisseurs les plus significatifs,
- Recherches sur les produits proposés par la concurrence et sur leurs principales caractéristiques (prix, produits, fonctionnalités, ...).
- Prise de connaissance de la réglementation et des recommandations : textes réglementaires, normes, documentation technique produite par l'entreprise,
- Identification, au travers d'échanges avec des vendeurs confirmés, des types de vente pouvant poser question et des risques potentiels d'un conseil technique incomplet ou erroné.
- Organisation de « binômes » pour les ventes risquant de poser question d'un point de vue technique.
- Recensement systématique, au cours des premières semaines d'activité, des questions ayant mis le vendeur en difficulté et débriefing avec le tuteur ou avec des vendeurs confirmés.

De la formation à l'entreprise

En formation	En entreprise
Points clés du programme de formation	Activités réalisées en entreprise
Commentaires du formateur	Commentaires du tuteur
	<ul style="list-style-type: none"> • points positifs :
	<ul style="list-style-type: none"> • à approfondir :

Compétence 4

Vendre en visite client.

- › Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?

Ce que le candidat doit savoir faire	Contenu de la formation à délivrer
<ul style="list-style-type: none">• Obtenir un rendez-vous et relancer ses clients ou prospects par téléphone• Découvrir et analyser l'activité d'un client ou d'un prospect, son organisation, son risque client, ses pratiques et comportements d'achat, ses projets en vue d'en identifier les besoins en visite client• Présenter son entreprise et ses produits en face à face client avec les outils d'aide à la vente (catalogues, outils informatiques, ...) mis à disposition• Concevoir et présenter en face à face client une offre commerciale combinant des produits et des services en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise, des ressources disponibles et de la concurrence• Négocier dans les limites de la politique commerciale de l'entreprise les conditions commerciales de l'offre (délais, modes de livraison, volumes, ...) en face à face client	<p>Objectifs et modules de formation :</p> <p>Améliorer la préparation de ses visites clients Module 4.1 - La préparation de la visite client La préparation de la visite et la détermination des objectifs de visite Le recueil d'informations sur le client avant la visite L'analyse du risque client : les indicateurs clés La prise de RDV par téléphone : conditions d'une prise de contact efficace</p> <p>Renforcer son efficacité en visite client Module 4.2 - La conduite d'une visite client Le recueil d'information sur le client et la concurrence en visite client La présentation en clientèle et l'importance de la communication non verbale L'utilisation de la documentation professionnelle et des outils d'aide à la vente La réalisation d'une démonstration technique en clientèle</p> <p>Concevoir et présenter en visite client une offre commerciale Module 4.3 - La conception et la présentation de l'offre commerciale La conception d'une offre globale combinant produits et services La mise en valeur des caractéristiques de l'offre commerciale et des avantages associés La prise en compte des services associés, des atouts et de la politique commerciale de l'entreprise</p> <p>Module 4.4 - La négociation en visite client Les règles de la négociation en visite client Les outils de la négociation Les éléments de la négociation (prix, délais, volumes, services associés) Maîtriser son attitude au cours de la négociation commerciale</p>

- › Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?
- Préparation de visites clients en fonction de différentes cibles de clientèles en lien avec le tuteur
 - Recueil par le candidat des données utiles à la préparation des entretiens de vente (historique, encours, projets, ...).
 - Présentation au tuteur et réajustements.
 - Formulation des objectifs de visite pour chaque client et présentation au tuteur.
 - Construction d'un argumentaire, préparation des outils d'aide à la vente et présentation au tuteur.
 - Visite client en binôme avec le tuteur avec un rôle d'observateur puis un rôle actif.
 - Visite client en autonomie et débriefing avec le tuteur.
 - Accompagnement du tuteur dans les phases de conception des offres commerciales et des préparations à la négociation.

COMPETENCE 5

Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

› Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?

Ce que le candidat doit savoir faire	Contenu de la formation à délivrer
<ul style="list-style-type: none">• Recevoir et écouter une réclamation• Annoncer à un client un dépassement de son encours et négocier une solution adaptée• Identifier les raisons d'un mécontentement, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier• Identifier les solutions possibles pour traiter la réclamation ou le litige• Apporter une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise	<p>Objectifs et modules de formation :</p> <p>Identifier les raisons d'une réclamation et les étapes de son traitement</p> <p>Module 5.1 - Les étapes de traitement d'une réclamation Les étapes de traitement d'une commande et les différents types de services concernés Les outils d'information permettant de suivre une commande et leur utilisation Les données clés à identifier pour assurer le suivi d'une commande en cas de réclamation Les procédures en vigueur dans l'entreprise pour traiter une réclamation</p> <p>Maintenir une relation client de qualité dans un contexte délicat</p> <p>Module 5.2 - Gestion des situations relationnelles difficiles Les différentes situations de conflits possibles avec un client : litige, SAV, réclamation, dépassement d'encours, ... Les enjeux et les risques pour chaque partie L'origine du conflit et les aspects psychologiques d'un litige Écouter, comprendre et analyser le conflit Conclure positivement pour le client et pour l'entreprise</p>

› Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Rencontres avec les salariés des différents services avec lesquels il peut être amené à entrer en contact pour traiter une réclamation et gérer un litige
- Présentation des rôles et limites d'intervention de chaque professionnel (articulation vendeur / manager notamment)
- Études de cas de litiges et propositions de réponses à partir de cas réels tirés de l'expérience des vendeurs
- Analyse du mode de traitement d'un litige et des résultats obtenus en situation réelle.

De la formation à l'entreprise

En formation	En entreprise
Points clés du programme de formation	Activités réalisées en entreprise
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

Commentaires du formateur

Commentaires du tuteur

• points positifs :

• à approfondir :

La Commission Paritaire Nationale de la CCN des Commerces de Gros est composée d'un collège employeurs et d'un collège salariés

Les organisations professionnelles

- › FEDA : www.feda.fr
- › FEDIN : fdi.federation@gmail.com
- › FENSCOPA : www.fenscopa.com
- › FGME : www.fgme.fr
- › FNAS : www.fnas.fr
- › FNCPLA : www.fncpla.org
- › FND : f.n.d@wanadoo.fr
- › FGFP : fgfpfrance@aol.com
- › NAVSA : www.navsa.fr
- › PRS : ufipa@wanadoo.fr
- › SNDCP : www.cgi-cf.com
- › SNGFGBT : www.cgi-cf.com
- › SYNDIGEL : www.syndigel.org
- › UCAPLAST : www.ucaplast.fr
- › UNCGFL : www.uncgfl.fr
- › UPCP : upcp@wanadoo.fr
- › VCI : www.cgi-cf.com
- › CGI : www.cgi-cf.com

Les organisations syndicales de salariés

- › CFDT : www.cfdt-services.fr
- › CGT : www.cgt.fr
- › CSFV CFTC : www.csfv.fr
- › FEC CGT FO : www.fecfo.fr
- › FGTA FO : www.fgtafo.fr
- › FNAA CFE CGC : www.cfecgcagro.com
- › FNECS CFE CGC : www.fnecs-cfecgc.org