

référentiel de compétences

Certificat de Qualification
Professionnelle (**CQP**)
**Relation commerciale à distance
en commerces de gros**

RELATION COMMERCIALE À DISTANCE

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

CQP relation commerciale à distance en commerce de gros

Description de la qualification

Les télévendeurs assurent et développent une relation commerciale à distance, principalement par téléphone. Ils réalisent des activités de vente, de conseil et éventuellement de prospection téléphonique... Ils gèrent les relations clients (suivi des réclamations, relance...) et suivent le dossier client en vue de fidéliser leur clientèle.

Ils peuvent intervenir dans un centre d'appels ou en équipe plus restreinte, en collaboration avec une équipe de vendeurs itinérants (binômes vente / télévente) et les intervenants de la chaîne logistique et doivent suivre l'évolution de la politique commerciale de l'entreprise (nouveaux produits, nouvelles offres promotionnelles...).

Leur spécificité est de s'adresser dans leur grande majorité à des clients professionnels, qui se caractérisent par un niveau d'exigence élevé en matière de connaissance des produits.

Appellations du métier

- › Télévendeur
- › Téléprospecteur
- › Vendeur téléphone
- › Vendeur à distance
- › Technico-commercial sédentaire
- › Assistant commercial téléphonique
- › Commercial sédentaire

Cadres d'exercice les plus fréquents

Secteur d'activité et taille des entreprises

Le commerce de gros compte environ 350 000 salariés, exerçant leurs activités dans 17 secteurs d'activités, représentant autant de types de produits et de circuits de distribution, regroupés dans trois « familles » :

- produits alimentaires,
- produits non alimentaires,
- produits liés aux échanges interindustriels.

Le secteur se compose d'entreprises de grande taille et de nombreuses entreprises de petite taille, 73 % ayant moins de 10 salariés.

Responsabilité et autonomie caractérisant les types d'emploi ciblés

L'activité de télévente en commerce de gros s'exerce au sein d'une équipe commerciale, sous la responsabilité d'un superviseur ou d'un responsable commercial. Les télévendeurs peuvent intervenir en appui à l'activité commerciale et en relation avec un ou plusieurs commerciaux itinérants ou mettre en œuvre un planning d'appels sortants.

Référentiel d'activités

Prospection téléphonique

- › Formalisation d'un plan d'appels en fonction des consignes données par l'entreprise.
- › Appel ou relance téléphonique des clients ou des prospects.
- › Questionnement sur les besoins du client.
- › Présentation de l'offre de produits et de services de l'entreprise.
- › Prise de RDV avec un commercial ou pour un prochain appel.
- › Diffusion de la documentation commerciale de l'entreprise.

Mise à jour du fichier de clients et de prospects

- › Mise à jour des informations sur les prospects et les clients dans le fichier.
- › Renseignement sur la fiche prospect des informations transmises et décisions prises lors des prises de contact téléphoniques.
- › Renseignement de la fiche client à chaque nouvelle commande / à chaque nouvel appel.

Vente, conseil et prise de commande à distance

- › Enregistrement de la commande en unités commercialisables.
- › Rappel des produits habituellement commandés par le client.
- › Information sur la disponibilité des produits.
- › Proposition de produits de substitution, de produits additionnels.
- › Formulation d'un délai d'attente et de modalités commerciales dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise.
- › Validation de l'acceptation de la commande et des modalités de règlement.

Développement de la relation commerciale

- › Collecte d'informations sur les besoins du client.
- › Diffusion d'informations et de conseils selon les consignes de l'entreprise.
- › Diffusion des demandes clients aux interlocuteurs adéquats.
- › Enregistrement et diffusion des informations relatives aux litiges ou réclamations.

Organisation

- › Formalisation d'un plan d'appel.
- › Collecte des documents à envoyer.
- › Consultation des fichiers clients en vue d'organiser son planning d'appels.

Référentiel de compétences

(Les compétences en orange pourront être communes à plusieurs CQP)

Compétence 1 : réaliser une prise de commande par téléphone

- › Identifier l'interlocuteur adéquat pour une prise de commande.
- › Analyser la fiche client pour individualiser l'échange avec son interlocuteur.
- › Personnaliser l'offre de produits et de services en proposant au client les offres commerciales, promotions, animations adaptés à ses besoins.
- › Mettre en œuvre les bonnes pratiques de communication par téléphone.
- › Exploiter la documentation commerciale diffusée par l'entreprise dans la présentation de l'offre de produits.
- › Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits demandés et en orientant le client vers des produits de substitution et des produits complémentaires.
- › Vérifier la conformité de la commande enregistrée.

Compétence 2 - découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre

- › 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.

Compétence 3 : apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

- › 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.

Compétence 4 - utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente

- Détecter et enregistrer les informations clés à enregistrer sur les clients ou les prospects lors des appels téléphoniques.
- Exploiter les fonctionnalités d'un outil de gestion de la relation client en menant une démarche de prospection téléphonique ou de prise de commande.

Compétence 5 : organiser son activité de télévente

- Aménager efficacement son poste de travail en veillant à l'accessibilité des informations.
- Organiser ses appels téléphoniques sur une journée en continu en tenant compte des périodes creuses et du plan d'actions commerciales défini.
- Optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités téléphoniques et les activités associées dans le respect des priorités et des règles en vigueur dans l'entreprise.
- Identifier et transmettre aux interlocuteurs concernés les informations permettant de faciliter la relation client.
- Collecter et prendre en compte l'ensemble des informations utiles à la relation client.

Compétence 6 : traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

- 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.

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.fneecs-cfecgc.org



COMMERCE DE GROS
ET INTERNATIONAL

La démarche a été construite avec l'appui de l'Observatoire
des métiers d'Intergros et le concours financier d'Intergros