

référentiel de compétences

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

VENTE ITINÉRANTE

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

CQP vente itinérante en commerce de gros

Description de la qualification

Les commerciaux itinérants en commerce de gros vendent des produits et des services en démarchant une clientèle de professionnels. Ils développent un portefeuille de clientèle, établissent et entretiennent la relation commerciale par des visites régulières.

À partir d'une analyse des activités de leurs clients et de l'évolution de ces activités, ils évaluent le potentiel d'achat des clients et prospects, identifient les produits et le cas échéant les services associés susceptibles de répondre au mieux à leurs besoins.

Leur spécificité est de s'adresser dans leur grande majorité à des clients professionnels, qui se caractérisent par leurs attentes en matière de conseil sur les produits, les techniques et les services associés.

Appellations du métier

- › Attaché commercial
- › Agent / attaché technico-commercial
- › Commercial
- › Vendeur itinérant
- › Délégué commercial
- › Attaché technico-commercial
- › Attaché technico-itinérant
- › Attaché commercial itinérant

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

La vente itinérante en commerce de gros s'exerce au sein d'une équipe commerciale, sous la responsabilité d'un chef des ventes, d'un responsable ou d'un directeur commercial. Les commerciaux itinérants disposent d'une certaine autonomie dans la mise en œuvre opérationnelle de leurs activités. Ils agissent dans le cadre de la politique commerciale fixée par l'entreprise. Ils peuvent travailler en collaboration avec d'autres métiers supports et acteurs de la force de vente.

Référentiel d'activités

Organisation de l'activité commerciale

- › Recueil des informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'actions commerciales en direction de professionnels
- › Formalisation d'un plan d'actions commerciales correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise sur un secteur géographique ou un marché donné
- › Prospection par téléphone, par courrier ou courrier électronique et par visite des prospects et clients.
- › Formalisation d'un plan de visites en fonction de l'analyse du portefeuille et plan d'actions commerciales.
- › Préparation matérielle des rendez-vous
- › Préparation de journées ou actions commerciales spécifiques

Suivi de l'activité commerciale

- › Demande d'ouverture de comptes-clients
- › Classement des clients
- › Mise à jour du fichier de clients et de prospects
- › Ajustement du classement clients et mise à jour des conditions tarifaires
- › Transmission des commandes aux services concernés
- › Suivi des encours clients et de leur situation financière
- › Formalisation de devis
- › Réalisation de tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale
- › Transmission des informations nécessaires sur les clients aux autres services de l'entreprise
- › Enregistrement des litiges
- › Suivi du traitement et gestion des litiges dans le respect des règles de l'entreprise et avec les services concernés

Réalisation d'actions commerciales en direction de clients et de prospects

- › Recueil d'informations sur les pratiques et les besoins du prospect ou du client
- › Présentation et mise en valeur des produits, des services, promotions et de l'image de l'entreprise
- › Recueil d'informations sur les projets et l'évolution des activités des clients
- › Vente de produits, matériels, services, aux clients en fonction de leurs besoins
- › Formulation d'offres commerciales
- › Chiffrage des offres commerciales en direct ou en différé
- › Présentation des conditions de règlement, de livraison, des conditions d'achat
- › Présentation des services susceptibles de compléter l'offre de produits choisie par le client
- › Réalisation ponctuelle d'actions de prospection et de vente par téléphone
- › Recueil et traitement d'informations en vue de la construction du budget de l'activité
- › Réalisation du rapport d'activités sur la partie concernant la vente itinérante

Référentiel de compétences

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

Compétence 1 : analyser son environnement et son activité commerciale

- › 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 commerciale 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

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 : vendre en visite client

- 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 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

Compétence 5 : 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.fnecs-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