

référentiel de compétences

Certificat de Qualification
Professionnelle (CQP)
Vente sur site en commerces de gros

VENTE SUR SITE

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

CQP vente sur site en commerce de gros

Description de la qualification

Les commerciaux sur site en commerce de gros accueillent et accompagnent les clients dans leur choix de produits et de services sur un lieu de vente. Ils mettent en valeur des produits, gèrent les stocks et suivent les commandes. 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

- › Vendeur conseil
- › Vendeur show-room
- › Vendeur comptoir
- › Vendeur expo
- › Vendeur magasin
- › Vendeur sédentaire
- › Vendeur libre-service
- › Vendeur sur site

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 vente sur site en commerce interentreprises s'exerce au sein d'un lieu de vente sous la responsabilité directe d'un responsable commercial, d'un directeur d'exploitation, d'un responsable d'agence, de point de vente, de succursale ou d'un responsable produit.

Référentiel d'activités

Traitement des demandes des clients sur un lieu de vente

- › Accueil des clients dans le lieu de vente
- › Information sur les produits et les services
- › Calcul des quantités nécessaires en fonction des besoins du client
- › Prise de commande sur support informatique
- › Information sur les délais et les modalités de livraison
- › Information sur l'unité optimum de commande, notamment en vue du transport

Suivi des commandes et livraisons

- › Réapprovisionnement auprès des fournisseurs
- › Réception et contrôle des marchandises commandées
- › Transmission des réclamations fournisseurs
- › Réalisation des documents accompagnant la livraison
- › Suivi de la réception des marchandises ou de leur enlèvement par les clients
- › Suivi de la bonne fin de la commande
- › Collecte et diffusion des informations sur les réclamations clients
- › Diffusion d'informations aux clients sur le suivi de leurs commandes, la livraison, les paiements

Mise en valeur des produits et suivi des stocks du point de vente

- › Mise en valeur des produits et des collections dans le point de vente
- › Surveillance de la propreté des gondoles et des produits
- › Rotation des produits et des collections et mise en valeur des nouveautés
- › Contrôle de l'étiquetage des produits
- › Réalisation d'inventaires
- › Suivi des stocks
- › Réalisation d'opérations de promotion

Gestion administrative et financière du lieu de vente

- › Réalisation de devis ou envoi de tarifs (pour les produits sujets à de fortes variations de prix)
- › Transmission des éléments nécessaires pour la réalisation des factures et bons de commande
- › Réalisation ou suivi des encaissements
- › Réalisation des arrêtés de caisse et tenue du journal de caisse
- › Archivage des devis
- › Suivi administratif des événements clients

Référentiel de compétences

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

Compétence 1 : organiser un espace de vente

- › Organiser et agencer l'espace de vente en mettant en valeur les produits, les nouveautés, les collections et les promotions
- › Évaluer les conditions matérielles d'accueil dans l'espace de vente et identifier les mesures correctives
- › Dynamiser l'espace de vente pour inciter le client à découvrir de nouveaux produits

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 : accueillir et évaluer les besoins d'un client dans un espace de vente

- › Personnaliser la relation avec le client dès son entrée dans l'espace de vente
- › Prendre en compte l'ensemble des clients dans le magasin et anticiper les insatisfactions liées aux files d'attente
- › Analyser l'information disponible sur l'activité d'un client, son organisation, ses pratiques et comportements d'achat, en vue d'en identifier les besoins
- › Associer aux produits proposés une offre de services en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise et des ressources disponibles
- › Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits et en orientant le client vers des produits de substitution ou complémentaires
- › Identifier les informations permettant de repérer la solvabilité du client
- › Chiffrer la proposition commerciale en fonction des quantités demandées
- › Négocier les conditions de vente (produits, prix, mode de règlement, délai, remises, livraison, mise en attente,..) dans le respect des règles de l'entreprise

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

Compétence 6 : traiter les commandes et livraisons des clients

- › Enregistrer le suivi des commandes auprès des fournisseurs,
- › Enregistrer le suivi des commandes des clients
- › Organiser les livraisons clients
- › Élaborer l'ensemble des documents administratifs nécessaires au traitement d'une commande et à la préparation d'une livraison, en utilisant le logiciel de gestion interne
- › Réaliser l'ensemble des documents commerciaux nécessaires à la transaction commerciale : devis ou envoi de tarifs¹, factures, bons de commande... en utilisant le logiciel de gestion interne

¹ Produits sujets à de fortes variations de prix

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