

référentiel

d'activités et
de compétences / critères et indicateurs d'évaluation

CQP

Manager d'équipe en agence de négoce des matériaux de construction

option "commerce" ou option "logistique"

BRANCHE DU NÉGOCE
DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

CCN°3154

Commission Paritaire Nationale pour l'Emploi et la Formation Professionnelle
de la branche du négoce des matériaux de construction.

Contact Secrétariat de la CPNEFP :

FNBM

215 bis, boulevard Saint-Germain

75007 Paris

Téléphone : 01 45 48 28 44

contact@fnbm.com



Manager d'équipe en négoce de matériaux de construction enregistré
au RNCP par arrêté au JO du 5 mars 2013 (code NSF 224w, 310)
Mise à jour : mai 2014

Définition du métier et des conditions d'accès à la Validation des Acquis de l'Expérience

Les managers d'équipe en agence de matériaux de construction sont placés sous la responsabilité du chef d'agence ou de la direction opérationnelle de l'enseigne. Ils prennent en charge l'animation d'une équipe, en relais de la direction de l'agence, en vue d'optimiser la satisfaction des clients et la qualité des conditions de travail.

Ils agissent en lieu et place du chef d'agence, d'après les consignes ou objectifs fixés en commun, qui leur sont délégués et dont ils rendent compte.

Ils animent, dynamisent, sécurisent, gèrent et contrôlent leur équipe, dans le respect de la politique de management de l'agence. Ils participent à la gestion des ressources humaines des personnes placées sous leur responsabilité.

Ils veillent au respect des procédures, notamment en matière d'hygiène et de sécurité. Ils participent en outre aux tâches confiées à l'équipe.

Les managers d'équipe interviennent de manière privilégiée soit dans le domaine commercial (option commerce), soit dans le domaine de la gestion des flux physiques (option logistique) au sein de l'agence.

Autres appellations : chef des ventes, responsable commercial, chef de cour, responsable transport, chef de service, responsable approvisionnement, adjoint chef d'agence, responsable d'exploitation, ...

Les candidats au CQP manager d'équipe par la Validation des Acquis de l'Expérience doivent disposer d'une expérience de management d'équipe acquise dans une entreprise de négoce ou de vente au détail et d'une expérience soit de gestion commerciale soit de gestion logistique.

La durée de l'expérience correspondant à cette condition doit être au minimum de 3 ans sur les 10 dernières années. Il s'agit de la durée réelle de l'expérience, y compris en discontinu, et non d'une période.

« Les périodes de formation initiale ou continue, quel que soit le statut de la personne, ainsi que les stages et les périodes de formation en milieu professionnel effectués pour la préparation d'un diplôme ou d'un titre ne sont pas prises en compte dans la durée d'expérience requise. » (Décret n° 2002-615 du 26 avril 2002).

Référentiel d'activités

Le manager d'équipe réalise l'ensemble des activités suivantes dans le respect de la politique de l'enseigne, de l'organisation et des procédures internes, des normes en vigueur et des règles légales.

Organisation, coordination et management de l'équipe

- Définition des besoins et des profils de recrutement des membres de l'équipe
- Accueil et intégration des nouveaux entrants
- Répartition, organisation et planification du travail au sein de l'équipe
- Diffusion des consignes de travail et contrôle de leur application
- Animation et motivation de l'équipe
- Suivi des performances individuelles et collectives de l'équipe
- Conduite en coordination avec le chef d'agence des entretiens d'évaluation et des actions de gestion des ressources humaines
- Suivi des parcours professionnels des membres de l'équipe
- Définition des besoins en formation et accompagnement de la formation avant et après le départ en formation
- Suivi et traitement des incidents et accidents en lien avec la direction ou le service compétent

Communication interne et externe

- Transmission et recueil d'informations auprès de la Direction, des différents services de l'entreprise, du chef d'agence et de l'équipe de l'agence dans le cadre de sa fonction de relais
- Initiation et animation de réunions d'équipe
- Diffusion des informations concernant l'évolution de la politique de l'enseigne ou de l'entreprise et les performances de l'agence dans le respect des consignes de confidentialité en vigueur au sein de l'entreprise

Contrôle du respect des procédures et de l'application des règles qualité, hygiène, sécurité, environnement

- › Diffusion des règles qualité, hygiène, sécurité, environnement de l'enseigne et des procédures en vigueur
- › Suivi de leur mise en œuvre
- › Traitement des anomalies en matière de qualité, hygiène, sécurité et environnement et de suivi de procédure
- › Transmission d'informations et alerte de la hiérarchie sur les non conformités
- › Suivi de la qualité du service client

Option "commerce" : animation de la politique commerciale de l'agence

- › Veille concurrentielle
- › Recueil d'informations sur le marché local des matériaux de construction et son évolution
- › Recueil d'informations sur l'environnement économique et commercial de l'agence et sur les projets locaux en matière d'aménagement du territoire
- › Formalisation en coordination avec le chef d'agence du plan de développement commercial de l'agence
- › Suivi de la mise en œuvre du plan de développement commercial et des plans d'actions au sein de son équipe
- › Suivi de la satisfaction client
- › Mise en œuvre d'actions en vue d'améliorer la satisfaction client et la qualité de service
- › Traitement des litiges et transmission des attentes clients aux services compétents
- › Suivi des encours et risques clients
- › Mise en place d'actions commerciales en partenariat avec les fournisseurs dans le respect de la politique d'achats et d'approvisionnement de l'enseigne
- › Supervision de la bonne tenue et de l'efficacité commerciale des outils et équipements commerciaux (point de vente, véhicule, salle d'exposition, équipement des vendeurs, ...)
- › Contrôle du respect de la réglementation commerciale
- › Animation de la force de vente interne et / ou externe à l'agence de manière directe ou indirecte
- › Gestion d'un portefeuille de clients de manière directe ou indirecte

Option "logistique" : contrôle des flux logistiques de l'agence

- › Contrôle de la conformité et de la qualité des opérations de réception, de chargement/déchargement et de livraison
- › Suivi du niveau des stocks afin d'éviter les surstocks, les ruptures
- › Organisation et supervision des inventaires
- › Suivi et optimisation des moyens d'exploitation, de leur entretien et de leur maintenance
- › Suivi et optimisation des opérations de livraison
- › Maintien de la relation commerciale avec les clients et suivi de la satisfaction client
- › Gestion des flux de déchets et consignes
- › Mise en œuvre et suivi des actions de lutte contre la démarque
- › Contrôle du respect de la réglementation en matière de stockage des matériaux de construction
- › Contrôle du respect des procédures en vigueur en matière de flux des marchandises et des documents les accompagnant (bons de livraison, bons d'enlèvement, ...)
- › Contrôle du respect du plan de circulation au sein de l'agence et de la réglementation en matière de transport
- › Traitement des litiges simples avec les transporteurs et fournisseurs (émission de réserves, ...) et des réclamations et conflits avec les clients
- › Zonage des produits dans la cour
- › Tenue de la cour (propreté et rangement)
- › Entretien du matériel

Référentiel de compétences, critères et indicateurs d'évaluation

Compétence 1 : organiser l'activité et manager une équipe

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- Prévoir les charges de travail et répartir les tâches au sein de l'équipe
- Planifier et gérer le temps de travail de son équipe
- Accompagner les membres de l'équipe dans la réalisation de leurs activités par une présence régulière et des interventions adaptées
- Transmettre des consignes aux membres de l'équipe et contrôler leur mise en œuvre
- Conduire un entretien individuel, reconnaître et sanctionner en relation avec le chef d'agence
- Proposer et mettre en œuvre les types d'actions les plus pertinents pour motiver les membres de l'équipe (entretien individuel, réunion collective, challenge, ...)
- Fédérer l'équipe autour des objectifs de l'agence et de l'enseigne
- Organiser, préparer et conduire des réunions d'équipe
- Optimiser les complémentarités entre les membres de l'équipe pour améliorer son efficacité
- Mettre en œuvre les principes fondamentaux du droit du travail liés à la gestion des hommes au quotidien

Critères d'évaluation	
Qualité de l'accompagnement des collaborateurs	<p>Les attentes vis-à-vis des collaborateurs sont clairement explicitées en termes d'objectifs, délais et moyens : concernant la vente ou le service client, la qualité de la relation clients, le respect des procédures, des règlements et consignes, ...</p> <p>Les charges de travail et les différentes tâches sont réparties afin de planifier le travail de l'équipe</p> <p>Les résultats de chaque membre de l'équipe sont suivis et analysés</p> <p>La performance de l'équipe est régulièrement mesurée</p> <p>Des actions sont définies pour la faire évoluer</p> <p>Un plan d'action et de soutien adapté est proposé aux membres de l'équipe rencontrant des difficultés : propositions de mise en doublon, ...</p> <p>L'équipe est épaulée par une présence régulière du manager d'équipe : intervention dans la réalisation des activités chaque fois que nécessaire</p> <p>Les techniques de conduite d'entretien individuel sont maîtrisées</p> <p>La chaîne managériale est connue et respectée</p>
Mobilisation des membres de l'équipe	<p>Les réunions sont préparées et animées de manière dynamique et efficace: objectifs clairs fixés en début de réunion, relevé de décision en fin de réunion et suivi de la mise en œuvre des décisions prises, ...</p> <p>Lors des temps d'échange avec les collaborateurs, le message délivré aux membres de l'équipe est individualisé, adapté aux préoccupations des individus et à leur niveau de connaissance</p> <p>Les axes de progression communs et de chaque membre de l'équipe sont identifiés</p> <p>Ces axes de progrès possibles sont présentés de manière positive pour favoriser l'adhésion de l'équipe</p> <p>Les compétences individuelles et les complémentarités sont identifiées pour favoriser l'efficacité de l'équipe</p> <p>Les outils managériaux à disposition au sein de l'entreprise pour motiver les collaborateurs sont suivis, analysés et utilisés</p> <p>Les tensions et conflits entre les membres de l'équipe et avec les autres services sont repérés et traités efficacement</p> <p>Différentes actions sont mises en œuvre pour favoriser l'esprit d'équipe et le bien être au travail</p>
Efficacité de la prévention et du contrôle des règles	<p>Les principaux points de prévention et de contrôle sont suivis : application des procédures et de la législation, temps de présence, retards, absentéisme, présentation et tenue de l'équipe, courtoisie vis-à-vis du client, ...</p> <p>Ces points sont mis en œuvre par le manager d'équipe pour lui-même (exemplarité)</p> <p>Les décisions prises respectent la réglementation du travail et les textes conventionnels</p> <p>Les procédures et consignes de l'entreprise en matière de politique de ressources humaines (recrutement, formation, entretien, ...) sont connues et mises en œuvre</p>

Compétence 2 : manager l'activité et contrôler l'application des règles et procédures en se positionnant comme le relais du chef d'agence

- › Expliquer les règles et procédures de fonctionnement de l'agence aux membres de l'équipe, notamment concernant l'approvisionnement et le référencement
- › Rédiger les documents liés à son activité de manière synthétique et exploitable : rapports, bilans, décisions prises ...
- › Utiliser les systèmes informatisés de l'agence
- › S'assurer de la conformité des locaux et/ou des équipements de travail dans le périmètre de son activité et signaler les non-conformités à son hiérarchique

Critères d'évaluation	
Qualité de la transmission des règles et procédures	<p>Les procédures, modes de travail et règles de fonctionnement sont connues et comprises par les membres de l'équipe</p> <p>Les documents liés à l'activité (bilans, relevés de décision, ...) sont clairs et synthétiques</p> <p>Ils sont élaborés grâce aux outils disponibles et communiqués à bon escient</p> <p>Le système informatique de l'agence est maîtrisé et permet d'extraire, d'organiser et de transmettre les informations</p> <p>Le mode de communication des procédures est choisi en fonction de la nature du message à transmettre</p>
Efficacité du contrôle	<p>Des contrôles sont mis en place pour veiller au respect des procédures et repérer les non-conformités</p> <p>Des actions correctives sont proposées et mises en œuvre</p> <p>La conformité des équipements et/ou des locaux dans son périmètre d'activité est régulièrement contrôlée</p>
Efficacité de la fonction de relais du chef d'agence	<p>Le plan de développement et les objectifs de l'agence sont connus et clairement explicités</p> <p>Le plan d'action réalisé par le manager d'équipe est cohérent avec le plan de développement de l'agence</p> <p>Le plan d'action réalisé par le manager d'équipe tient compte des caractéristiques des membres de l'équipe</p>

Compétence 3 : identifier et développer les compétences des collaborateurs et nouveaux embauchés

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- Identifier le ou les profils recherchés en fonction des besoins de l'équipe ou de l'agence
- Évaluer l'adéquation des candidatures aux besoins de l'équipe en coordination avec le chef d'agence
- Mettre en œuvre un protocole d'accueil des nouveaux embauchés au sein de l'équipe
- Apprécier l'intégration des nouveaux membres de l'équipe et définir des actions correctives
- Évaluer les compétences des membres de l'équipe en utilisant différents outils mis à disposition en coordination avec le chef d'agence
- Détecter les potentiels au sein de l'équipe et accompagner les carrières
- Identifier les besoins de l'équipe et des individus en formation, tutorat, adaptation de poste, ...
- Sélectionner des actions de formation adaptées à partir du plan de formation de l'entreprise ou de l'enseigne
- Préparer le départ des collaborateurs en formation et accompagner leur retour de formation

Critères d'évaluation	
Information et formation du personnel	<p>Une analyse des besoins en formation, information et accompagnement est réalisée, notamment pour les nouveaux embauchés</p> <p>Cette analyse est réaliste et présentée de manière claire à l'intéressé</p> <p>Les transmissions de connaissances et de savoir-faire réalisées auprès des collaborateurs sont efficaces, progressives, pragmatiques</p> <p>Un entretien est conduit avec les salariés partant en formation avant leur départ et à leur retour de formation</p>
Efficacité de l'évaluation du personnel et de la détection des potentiels	<p>Les entretiens sont réalisés dans le respect des outils et procédures en vigueur</p> <p>Des objectifs individuels, des délais et des moyens adaptés sont définis</p> <p>La détection des potentiels est effectuée, des propositions sont formulées</p> <p>Les propositions d'évolution sont argumentées et présentées avec clarté à la hiérarchie ou au service compétent</p>
Efficacité du recrutement et de l'intégration	<p>Les besoins en recrutement de l'équipe sont argumentés auprès de la hiérarchie ou du service compétent</p> <p>Un protocole d'accueil des nouveaux embauchés et intérimaires est défini conformément aux procédures en vigueur et mis en œuvre (présentation aux membres de l'équipe, présentation du fonctionnement de l'agence, de l'organisation du travail, temps passé pour répondre aux questions, plan de formation...)</p> <p>Les étapes d'intégration et de validation (périodes d'essai, CDD, intérim, ...) sont respectées conformément aux procédures mises en place dans l'entreprise</p>

Compétence 4 : communiquer avec les clients et les interlocuteurs de l'agence

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- › Accueillir, informer et orienter les clients vers l'interlocuteur adéquat
- › Établir et maintenir des relations positives avec les clients, les fournisseurs, et entre équipes de travail au sein de l'agence
- › Relayer les plans de communication de l'entreprise
- › Adapter la communication à différentes catégories d'interlocuteurs : clients, fournisseurs, interlocuteurs institutionnels, services internes, ...
- › Identifier les informations clés à diffuser à son hiérarchique et aux autres équipes de l'agence et les transmettre de manière adaptée en respectant les consignes de confidentialité en vigueur
- › Traiter les relations clients difficiles au sein de l'équipe
- › Traiter les litiges avec les fournisseurs, transporteurs, la force de vente et les services concernés
- › Détecter les dysfonctionnements (organisationnels, matériels, financiers, ...) et les axes d'amélioration et alerter le chef d'agence
- › Proposer des plans d'action visant à répondre aux dysfonctionnements constatés et aux axes d'amélioration

Critères d'évaluation	
Qualité des transmissions d'information	<p>Les informations clés à diffuser au sein de l'agence sont identifiées</p> <p>Les personnes compétentes au sein de l'agence sont identifiées en fonction des informations à transmettre</p> <p>Les messages et modes de communication sont adaptés aux interlocuteurs (clients, fournisseurs, interlocuteurs institutionnels, ...)</p> <p>Les règles de confidentialité en vigueur sont connues et respectées</p>
Qualité de la relation client	<p>Une disponibilité suffisante est ménagée pour l'accueil, l'information et l'orientation des clients dans l'agence ou la cour</p> <p>Un questionnement adapté est conduit en vue d'identifier les raisons des réclamations ou des difficultés</p> <p>Une recherche de solution est conduite rapidement, mise en œuvre et contrôlée</p> <p>Des actions préventives et correctives sont conduites afin d'éviter le renouvellement de l'incident</p> <p>Une relation commerciale de qualité est conservée lors du traitement des réclamations clients ou des situations relationnelles difficiles</p> <p>Les dépassements d'encours sont traités avec tact et discrétion</p>
Respect du plan de communication de l'entreprise	<p>Les plans et outils de communication de l'entreprise sont connus et mis en œuvre</p> <p>Les valeurs de l'entreprise sont identifiées et relayées auprès de l'équipe</p>

Compétence 5 : mettre en œuvre la politique de l'entreprise en matière de Qualité, Sécurité et Environnement

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- › Fédérer les collaborateurs autour des enjeux des politiques en matière de qualité, hygiène, santé, sécurité, environnement au sein de l'équipe
- › Vérifier le respect de la législation en matière de qualité, hygiène, santé, sécurité et environnement au sein de l'équipe et mettre en œuvre les actions correctives appropriées
- › Vérifier la mise en œuvre des politiques et des consignes qualité, hygiène, santé, sécurité, environnement au sein de l'équipe
- › Identifier les risques professionnels et les situations de crise
- › Identifier et mettre en œuvre les actions susceptibles d'améliorer les conditions de travail de l'équipe
- › Apprécier le respect des consignes en matière d'entretien et de maintenance du matériel de l'équipe

Critères d'évaluation	
Efficacité de la prévention des risques professionnels	Des visites régulières sont effectuées pour contrôler le respect des règles et détecter les risques pour les salariés, les clients et les intervenants extérieurs Les principaux indicateurs sont suivis de manière régulière : rapports des services de sécurité, respect des règles de lavage et de manutention des produits, tenue de l'agence et dégagement des allées, port de la tenue de travail et des EPI, autorisations de conduite, FIMO, FCO, le document unique de sécurité est connu ... Les règles de sécurité et les enjeux associés à leur respect dans les locaux de l'agence et en dehors de l'agence sont explicités de manière claire aux membres de l'équipe et régulièrement contrôlés
Qualité des conditions de travail	Des actions susceptibles d'améliorer les conditions de travail de l'équipe sont identifiées et mises en œuvre
Qualité de l'entretien du matériel	Le matériel à disposition de l'équipe est régulièrement nettoyé, entretenu et vérifié dans le respect des consignes et normes en vigueur Les dysfonctionnements sont systématiquement signalés au service entretien, à la hiérarchie ou aux interlocuteurs compétents Les mesures correctives sont mises en œuvre et contrôlée
Respect des procédures qualité et environnement en vigueur dans l'entreprise	Les outils, procédures ou objectifs qualité en vigueur dans l'entreprise sont connus, diffusés et mis en œuvre Les consignes et réglementations en matière environnementales sont connues, respectées et diffusées au sein de l'agence

Référentiel de compétences, critères et indicateurs d'évaluation

OPTION COMMERCE

Compétence 6 a : découvrir les besoins d'un client, argumenter et convaincre pour vendre

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- Établir un contact positif et un climat de confiance avec un client par téléphone et lors d'une visite en personnalisant la relation avec lui
- 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
- Mener une découverte des besoins, des attentes, des projets et des motivations du client par un recours au fichier client, un questionnement adapté et une écoute active
- Reformuler les besoins du 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 au sein de l'agence
- Valoriser l'image de l'enseigne, présenter ses avantages concurrentiels et mettre en valeur l'offre de produits et de services de l'agence
- Cibler l'offre de produits et de services correspondant aux besoins du client
- 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
- Argumenter et négocier l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et les conditions de vente (produits, services, prix, mode et délai de règlement, respect des quantités en fonction du conditionnement, remises, livraison, mise en attente, ...) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise en face à face client
- Conduire une veille chantier à partir de la réalisation d'une vente
- Conclure l'entretien de vente 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

Critères d'évaluation	
Qualité de la prise de contact avec le client	Un langage positif est utilisé dans les contacts avec les clients
Pertinence de l'analyse des besoins et des attentes des clients	<p>Le client est écouté et relancé sur ses besoins</p> <p>Les besoins du client sont reformulés de manière pertinente</p> <p>Les informations clés permettant de repérer les besoins du client et ses attentes sont identifiées à partir de différentes sources d'information</p> <p>Les questions posées au client sont pertinentes sur le fond et sur la forme (ouvertes, fermées, neutres, ...)</p> <p>Les informations recueillies auprès du client donnent lieu à une qualification et, le cas échéant, à une mise à jour du fichier clients</p> <p>Les ventes pouvant être générées dans l'avenir par le projet objet de l'entretien de vente sont identifiées</p>
Pertinence des produits proposés au client	<p>Les produits et services proposés correspondent aux besoins identifiés lors de l'échange avec le client</p> <p>Les informations concernant le client sont vérifiées avant de faire une proposition au client</p> <p>Les avantages des produits et services proposés, les nouveaux produits, les promotions en cours sont mis en valeur</p>
Efficacité de l'entretien de vente	<p>Les arguments présentés sont pertinents, cohérents, ils suscitent l'intérêt du client</p> <p>Les observations et remarques du client sont prises en compte et utilisées dans l'argumentaire de vente</p> <p>L'argumentation est réajustée en fonction des signes d'attention perçus</p> <p>Les objections du client sont prises en compte et des propositions pertinentes sont formulées</p> <p>Le devis est commenté et expliqué au client</p> <p>Le niveau de compréhension et d'adhésion du client sont vérifiés</p> <p>L'entretien de vente est conclu de manière adaptée et positive pour le client et pour l'agence</p>
Efficacité de la négociation commerciale	<p>La négociation commerciale porte sur différents éléments : produits, services, prix, conditions de règlement, délais, remises et livraisons,</p> <p>Une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation est proposée systématiquement</p> <p>Les demandes de remises sont discutées et négociées</p> <p>Les règles de l'enseigne et de l'agence et leur politique commerciale sont respectées dans la négociation</p>

Compétence 7 a : définir et mettre en œuvre la politique commerciale de l'agence

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- Analyser l'environnement économique et commercial de la zone de chalandise et l'évolution du marché local des matériaux de construction
- Identifier dans les projets locaux d'aménagement du territoire les impacts potentiels sur son activité
- Définir et argumenter le plan de développement de son activité en tenant compte des objectifs à atteindre en matière de chiffre d'affaires, de marge et de la politique commerciale de l'enseigne
- Mettre en œuvre la politique commerciale de l'enseigne en matière de gestion des encours clients, des paiements et de traitement des réclamations et apprécier son respect par la force de vente
- Contrôler et faire appliquer la politique tarifaire de l'agence
- Vérifier le respect des règles en matière de réglementation commerciale et définir les actions correctives adaptées
- Analyser les différents indicateurs économiques de l'agence ou de l'activité en utilisant les outils de gestion de l'entreprise
- Évaluer la progression possible du chiffre d'affaires à partir de l'analyse de la zone de chalandise et de l'évolution du portefeuille clients

Critères d'évaluation	
Adaptation au contexte et au marché local	<p>Les spécificités économiques et commerciales de la zone de chalandise sont identifiées</p> <p>Une étude de concurrence est réalisée régulièrement</p> <p>Une veille est conduite sur les pratiques d'achat de la concurrence locale et sur l'implantation des principaux fournisseurs dans la zone de chalandise</p> <p>Les forces et les faiblesses de l'offre proposée par l'agence au regard de la concurrence sont identifiées</p> <p>Les projets locaux d'aménagement du territoire sont identifiés en faisant appel à plusieurs sources d'information</p> <p>Les impacts potentiels de ces projets sur l'activité sont analysés</p> <p>La politique commerciale de l'agence tient compte des informations collectées dans l'environnement de l'agence</p> <p>Le référencement de produits locaux est proposé au chef d'agence conformément à la politique d'achat de l'entreprise</p>
Pertinence de la définition de la politique commerciale	<p>La politique commerciale et le plan de développement de l'agence sont proposés en fonction des objectifs à atteindre (chiffre affaire, marge , ...) et du contexte du marché local</p> <p>Le traitement des réclamations respecte la politique commerciale de l'enseigne</p> <p>Les encours clients sont régulièrement suivis et analysés</p> <p>Les procédures de paiement applicables dans l'enseigne sont scrupuleusement respectées</p> <p>La force de vente connaît la politique commerciale de l'agence et la respecte</p> <p>Des contrôles réguliers visant à vérifier le respect de la réglementation commerciale sont conduits au sein de l'agence et des actions correctives sont mises en œuvre</p> <p>Les indicateurs économiques permettant d'analyser l'activité de l'agence sont identifiés à partir des outils de gestion de l'entreprise</p> <p>Les points clefs de ces indicateurs sont identifiés et analysés</p> <p>Les risques liés à l'évolution de l'activité des clients sont identifiés</p>

Compétence 8 a : animer la politique commerciale de l'agence

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- › Réaliser et analyser la segmentation de sa clientèle et de son potentiel et définir une stratégie adaptée
- › Optimiser la répartition des portefeuilles clients en fonction des profils des membres de son équipe et des contraintes du marché
- › Évaluer la maîtrise des techniques de vente et la connaissance des métiers du bâtiment par les collaborateurs
- › Apprécier l'efficacité et la bonne utilisation de l'outil commercial (agence) et définir les actions permettant de l'optimiser
- › Organiser et animer la mise en œuvre des actions commerciales définies par l'enseigne au sein de l'agence
- › Concevoir et proposer des actions commerciales complémentaires, si nécessaire en négociant les termes d'une action commerciale avec un fournisseur

Critères d'évaluation	
Pertinence de la segmentation de la clientèle	<p>La segmentation de la clientèle est réalisée à partir d'indicateurs pertinents au regard de la situation de l'agence</p> <p>Le potentiel de développement de l'agence est évalué de manière réaliste à partir d'indicateurs objectifs en coordination avec le chef d'agence</p> <p>La stratégie commerciale est adaptée à l'analyse de la clientèle et aux compétences de l'équipe en place</p> <p>La relation commerciale avec les principaux clients de l'agence et les prescripteurs locaux est entretenue et maîtrisée</p> <p>Le portefeuille clients est réparti selon le profil des membres de l'équipe et des contraintes du marché</p>
Qualité de l'animation de la politique commerciale	<p>Les performances commerciales de chaque collaborateur sont analysées et évaluées en prenant appui sur des critères objectifs</p> <p>La politique commerciale de l'enseigne est connue et respectée</p> <p>Les différentes étapes de l'organisation, de la mise en œuvre et du suivi d'une action commerciale sont connues et respectées</p> <p>Des actions commerciales locales et complémentaires au plan promotionnel de l'enseigne sont proposées</p> <p>Les outils en lien avec ces actions commerciales locales sont réalisés et utilisés à bon escient et dans le respect de la réglementation commerciale en vigueur</p> <p>Les actions commerciales nécessitant l'intervention d'un fournisseur sont identifiées</p> <p>Les représentants locaux des fournisseurs sont mobilisés en vue de contribuer aux actions commerciales définies</p>

Référentiel de compétences, critères et indicateurs d'évaluation

OPTION LOGISTIQUE

Compétence 6 b : gérer les stocks, les approvisionnements et les flux logistiques

Compétence commune avec le CQP Chef d'agence

- Évaluer les opérations de réception, de chargement et de livraison et définir des actions correctives adaptées
- Traiter les aléas, litiges et difficultés liés aux opérations logistiques
- Organiser les inventaires et en analyser les résultats
- Analyser les causes de la démarque et mettre en place des actions correctives
- Analyser la rotation des stocks en respectant les procédures en vigueur au sein de l'enseigne et en utilisant les outils de gestion de l'entreprise
- Définir des actions permettant d'optimiser le niveau des stocks
- Négocier les approvisionnements avec les fournisseurs dans le respect de la politique de l'enseigne
- Apprécier le respect des engagements pris par les fournisseurs, identifier et signaler les dysfonctionnements à la hiérarchie ou aux services concernés
- Identifier les moyens humains et matériels nécessaires pour optimiser les opérations de livraison
- Organiser la cour et mettre en valeur les produits et les promotions
- Identifier les produits impropres à la vente et les différents types de déchets générés par l'activité
- Organiser le tri, le stockage et l'évacuation des déchets
- Optimiser les coûts de traitement des déchets et des éléments consignés
- Contrôler le respect de la réglementation en matière de stockage des matériaux de construction
- Contrôler le respect des procédures en vigueur en matière de flux des marchandises et des documents les accompagnant (bons de livraison, bons d'enlèvement, ...)
- Veiller au respect du plan de circulation au sein de l'agence et de la réglementation en matière de transport dans l'agence et le cas échéant en dehors de l'agence
- Organiser les entretiens et maintenances réglementaires permettant de garantir le bon fonctionnement du matériel
- Évaluer l'utilisation du matériel de la part de l'équipe et mettre en oeuvre les actions correctives nécessaires

Critères d'évaluation	
Efficacité du circuit des marchandises et gestion des stocks	<p>Le circuit des marchandises est clair et il est organisé de la réception au chargement ou à la livraison des marchandises au client final dans le respect des règles de sécurité</p> <p>Le respect du plan de circulation est vérifié au quotidien et des propositions sont formulées pour l'améliorer</p> <p>Le rangement et le calage des stocks sont effectués en référence aux normes en vigueur et aux procédures de sécurité</p> <p>Des contrôles de l'état des stocks physiques sont effectués de manière régulière en utilisant les outils de gestion de l'entreprise</p> <p>Les inventaires sont réalisés dans le respect des consignes en vigueur dans l'enseigne</p> <p>Les écarts d'inventaire sont identifiés et analysés</p> <p>Des actions de lutte contre la démarque sont identifiées et mises en œuvre</p> <p>Les moyens de livraison sont conformes aux besoins de la clientèle de l'agence</p> <p>Les moyens matériels et humains affectés à la livraison sont optimisés</p> <p>Le respect des engagements de livraison est vérifié</p> <p>Les modalités de chargement des camions et d'organisation des tournées sont régulièrement vérifiées et des actions correctives sont mises en œuvre</p> <p>Le respect des procédures en vigueur en matière de flux des marchandises et des documents les accompagnant (bons de livraison, bons d'enlèvement, ...) est vérifié conformément aux consignes en vigueur dans l'entreprise</p> <p>L'organisation des tournées tient compte de la réglementation en matière de transport et le respect de la réglementation est systématiquement vérifié (temps de conduite, restrictions de circulation, formations obligatoires, protocoles de chargement/déchargement, ...)</p>
Pertinence de la passation de commandes	<p>Les commandes sont effectuées en référence à l'état des stocks, aux ventes et au planning des livraisons</p> <p>Les ruptures et les surstocks sont analysés</p> <p>Le processus de passation de commandes est respecté de manière systématique</p> <p>Les approvisionnements sont optimisés pour éviter le surstock et assurer la qualité de service au client (stocks de sécurité sur les produits courants et opérations commerciales notamment)</p> <p>Les approvisionnements sont négociés dans le respect de la politique de l'enseigne</p>
Qualité du suivi de la réception et relations fournisseurs	<p>Les engagements (délais, livraison, ...) pris par les fournisseurs sont suivis</p> <p>Les dysfonctionnements sont systématiquement signalés</p> <p>Les procédures de réception et de sortie de stock sont respectées</p> <p>La formulation des réserves est réalisée dans le respect de la réglementation en vigueur</p> <p>Les aléas et difficultés en réception sont traités de manière adaptée</p>
Qualité du traitement des déchets	<p>Les produits impropres à la vente sont systématiquement identifiés et retirés des stocks</p> <p>Les différents types de déchets et leurs conditions de stockage et d'évacuation sont identifiés</p> <p>Les coûts du traitement et d'évacuation des déchets et consignes sont identifiés et optimisés</p>
Qualité du suivi du matériel et de l'entretien de la cour	<p>Le respect de la réglementation concernant l'utilisation et l'entretien / maintenance du matériel est régulièrement contrôlé</p> <p>L'entretien de la cour (propreté et rangement) est régulièrement contrôlé</p> <p>L'organisation et la mise en valeur des produits dans la cour sont pertinentes</p>



La CPNEFP est composée d'un collège employeurs et d'un collège salariés

L'organisation représentant les employeurs :

- › Fédération du Négoce de Bois et des Matériaux de Construction : FNBM



Les organisations syndicales :

- › Fédération nationale des salariés de la construction et du bois : CFTD



- › Fédération Générale Force Ouvrière Construction : FG-FO



- › Syndicat national de l'encadrement des industries des ciments, carrières et matériaux de construction : CFE-CGC



- › Fédération commerce, service et force de ventes : CFTC



- › Fédération nationale des salariés de la construction-bois-ameublement : CGT

Copyright - Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation, qu'elle soit intégrale ou partielle, quel qu'en soit le procédé, le support ou le média, est strictement interdite sans autorisation d'Intergros, de la FNBM et des organisations syndicales de la branche du négoce des matériaux de construction.



COMMERCE DE GROS
ET INTERNATIONAL

**SIMPLIFIER LA FORMATION
FACILITER L'EMPLOI**

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