

référentiel

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

CQP
Vendeur conseil

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.fr



Vendeur conseil en négoce des matériaux de construction enregistré au
RNCP par arrêté publié au JO du 2 février 2011 (code NSF : 224w, 232w, 312)
Mise à jour : mai 2014

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

Les vendeurs internes en négoce des matériaux de construction **prennent en charge le client** le plus souvent à l'agence, au téléphone ou par voie télématique. Ils l'accueillent, identifient ses besoins, analysent sa demande et lui délivrent des **conseils techniques**, dans le but de conclure la vente. Ils réalisent les encaissements et éditent les documents commerciaux supports à la transaction commerciale. Ils assurent également le suivi des commandes.

Les vendeurs internes en négoce des matériaux de construction sont des **spécialistes du bâtiment**. Ils s'adressent **en majorité** à des **professionnels du bâtiment**, qui présentent des exigences importantes en matière de connaissance des produits et de conseil pour en faciliter la pose et la mise en œuvre. Ils s'adressent également à des **particuliers**, à la recherche de conseils techniques ainsi qu'aux **clients des professionnels du bâtiment**. Ils agissent sous la responsabilité du chef d'agence ou de son délégué.

Autres appellations : *vendeur(euse) comptoir, vendeur(euse) salle d'exposition, vendeur(euse) libre-service, conseiller(ère) technique, conseiller(ère) de vente...*

Les candidats au CQP Vendeur conseil par la VAE doivent avoir une expérience de la vente de matériaux de construction auprès de professionnels du bâtiment et/ou de particuliers dans le cadre d'une activité de vente au comptoir, en libre service ou en salle d'exposition ou de vente externe. Il peut s'agir d'une activité salariée, non salariée ou bénévole.

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

Prise en charge des clients en agence de négoce des matériaux de construction

- Accueil personnalisé des clients à l'agence, par téléphone
- Recueil d'informations sur les besoins des clients par entretien, messagerie électronique, lecture de plans et de métrés, de cotes et consultation du fichier clients
- Recueil d'informations sur les caractéristiques et les projets des clients
- Information sur les produits de construction et les systèmes constructifs
- Information sur les produits disponibles, les services associés et les offres en cours
- Information sur les caractéristiques techniques des produits et sur les différents types de solutions techniques en fonction des besoins du client et de sa typologie
- Information sur les spécificités liées à la mise en œuvre des produits et solutions techniques proposées et sur les produits complémentaires nécessaires
- Information des clients sur les conditions et règles de transport des marchandises
- Information sur les quantités de produit nécessaires en fonction du projet du client
- Information des clients sur les prix pratiqués, les remises proposées, et les remises de prix personnalisées
- Vente de produits et de services
- Information sur les délais et les modalités de livraison

Réalisation des documents supports à la transaction commerciale et des encaissements

- Réalisation et relance de devis, dont réalisation de quantitatifs simples
- Prise de commande sur support informatique dans le respect de la délégation tarifaire et en lien avec les possibilités logistiques de l'agence
- Enregistrement dans le fichier clients des informations permettant l'édition des factures et bons de commande
- Édition et remise des factures et des bons de commande
- Réalisation des encaissements au comptant ou à crédit dans le respect des procédures de caisse
- Réalisation de bons de livraison

Gestion des stocks, des commandes et des livraisons

- Enregistrement des entrées et des sorties de stock dans le respect des procédures en vigueur dans l'entreprise
- Consultation de l'état des stocks
- Réalisation des inventaires
- Passation de commandes aux fournisseurs pour répondre aux besoins de réassort
- Suivi des commandes fournisseurs
- Contrôle des factures fournisseurs en concordance avec les accords tarifaires conclus
- Diffusion d'informations aux clients sur leurs commandes
- Suivi des préparations de commandes
- Suivi de la réception des marchandises par les clients
- Gestion des transports et des livraisons

Animation de la relation commerciale avec les clients

- Prise de contact, de rendez-vous et relance des clients, en particulier la clientèle de particuliers, par téléphone suite à l'élaboration de devis ou dans le cadre des actions prévues dans les campagnes de fidélisation
- Réalisation d'actions de prospection téléphonique
- Réalisation de campagnes commerciales (téléphone, fax, mailings...) auprès des clients et des prospects à partir des produits mis en avant en agence
- Recueil, traitement et diffusion des informations sur les réclamations clients
- Mise à jour et classement de la documentation commerciale et de la documentation technique support aux échanges avec les clients
- Mise à jour des tarifs et des affichages
- Qualification du fichier clients au travers de la mise en œuvre d'un questionnaire par typologie de clientèle

Mise en valeur de l'espace de vente

- Surveillance de la propreté et du bon état vendeur de l'espace de vente
- Mise en avant des produits dans l'espace de vente
- Réalisation d'implantations de meubles et linéaires conformément aux règles de merchandising
- Réalisation d'actions d'animation de l'espace de vente
- Contrôle du respect des règles de sécurité dans l'agence et son environnement direct (plan de circulation de l'agence...)

Coordination au sein de l'agence

- Transmission d'informations sur les contacts clients aux différents membres de l'équipe commerciale au travers de l'utilisation des systèmes d'information disponibles
- Recueil d'informations sur les actions commerciales à conduire, notamment en lien avec les attachés techniques commerciaux
- Diffusion d'informations sur les commandes et les livraisons prévues au sein de l'agence et sur les éventuelles difficultés rencontrées
- Recueil et diffusion d'informations sur les résultats de l'activité commerciale de l'agence
- Accueil et orientation vers les interlocuteurs adéquats des représentants des fournisseurs en visite dans l'agence

Référentiel de compétences, critères et indicateurs d'évaluation

Compétence 1 : analyser les caractéristiques d'un projet et apporter un conseil technique approprié sur les techniques et les produits de construction

- › Analyser les caractéristiques techniques d'un projet de construction ou de rénovation à partir d'un plan, d'un métré, d'un entretien avec un client
- › Repérer les besoins en matériaux de construction aux différentes étapes d'un projet de construction ou de rénovation : gros œuvre, charpente, couverture, aménagement, isolation, second œuvre...
- › Identifier dans l'offre de l'entreprise les matériaux, produits et services correspondant aux besoins du projet en prenant en compte les normes et la réglementation en matière de construction
- › Identifier et exploiter les sources d'information nécessaires pour examiner les projets de construction ou de rénovation
- › Présenter les matériaux, services et produits proposés à un client en s'adaptant à son niveau de connaissance et à son profil en respectant les normes et règles en matière de sécurité
- › Composer chaque fois que possible une offre globale de produits et de services à l'attention du client et lui présenter
- › Présenter et expliquer les fonctionnalités des différents produits en s'appuyant sur la documentation technique et les échantillons mis à la disposition de la clientèle
- › Organiser la documentation et les échantillons pour les rendre facilement accessibles
- › Calculer les quantités de matériaux nécessaires en fonction du projet du client
- › Conseiller le client sur les différents systèmes constructifs
- › Conseiller le client sur les différents types de pose ou de mise en œuvre des matériaux préconisés et sur les précautions associées, dans la limite de son champ de responsabilité
- › Identifier les spécificités techniques liées à la mise en œuvre des produits et matériaux proposés, les expliquer et alerter le client sur les risques de non respect des règles de mise en œuvre
- › Accompagner le client en cas de besoin vers une personne ressource pour les produits, techniques de pose ou services nécessitant une expertise particulière

Critères et indicateurs d'évaluation :

Un domaine d'application ou tous domaines ?

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Qualité de l'analyse du projet de construction ou de rénovation	Les ressources documentaires permettant de compléter l'analyse du projet de construction ou de rénovation sont identifiées (DTU...) Les principales caractéristiques techniques du projet de construction ou de rénovation, ses points sensibles, sont identifiés et les réponses possibles sont identifiées Les différentes étapes du projet / les différents lots sont identifiés Les besoins en matériaux de construction dans les différentes gammes de produits sont repérés Les calculs des surfaces, des volumes, des poids sont réalisés sans erreur
Pertinence des produits, matériaux et services proposés et des conseils associé	L'offre de produits, de matériaux et de services proposée correspond aux besoins générés par le projet de construction ou de rénovation et à ses spécificités Les différentes options en matière de choix de produits ou de matériaux sont présentées L'offre de produits et de matériaux proposée tient compte des normes et de la réglementation en matière de construction, notamment des DTU Le vendeur compose chaque fois que possible une offre globale de produits et de service et la valorise auprès du client La présentation des produits, matériaux, systèmes constructifs et services associés est claire et adaptée au niveau de connaissances du client et à son profil La documentation technique, les échantillons disponibles dans l'agence pour présenter les produits sont repérés et correctement utilisés devant le client Les conditions de pose et de mise en œuvre des produits et matériaux présentés sont expliquées avec clarté au client Le vendeur identifie les limites de son champ de responsabilité et de compétences en matière de conseil et les explique de manière claire au client L'attention du client est alertée sur les précautions d'emploi des produits et en particulier sur leur éco toxicité

Compétence 2 : découvrir les besoins d'un client et conduire un entretien de vente dans une agence

- › Établir un contact positif et un climat de confiance avec un client en personnalisant la relation avec lui dès son arrivée dans l'espace de vente
- › Prendre en compte l'ensemble des clients présents dans l'espace de vente et anticiper les insatisfactions liées aux files d'attente
- › Traiter de manière simultanée l'accueil des clients et la prise en charge d'un client au téléphone en respectant les consignes de gestion des priorités de l'entreprise
- › Traiter les visites inopinées des commerciaux des fournisseurs ou autres visiteurs en veillant à la qualité de la prise en charge des clients
- › 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
- › Positionner le client dans la typologie de clients de l'entreprise et du secteur
- › Reformuler les besoins du client
 - › Mettre à jour le fichier clients au travers d'un questionnement adapté à différents types de clients
 - › Mettre en valeur l'offre de produits et de services de l'entreprise et présenter ses avantages concurrentiels
 - › Conduire une veille chantier à partir de la réalisation d'une vente
- › Identifier et proposer une offre de produits et de services permettant de réaliser des ventes complémentaires, additionnelles et de substitution
- › Argumenter et négocier l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections
- › Négocier 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
- › Conclure une vente à l'issue d'un entretien dans l'agence ou d'une relance de devis en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Qualité de l'accueil client	Le vendeur cherche à entrer en contact (échange oral, contact visuel...) avec le client à son arrivée dans l'espace de vente Le vendeur montre aux clients habituels qu'il les reconnaît Un premier contact (échange oral, contact visuel...) est établi pour montrer au client que sa présence est prise en compte même si une file d'attente s'est formée Le vendeur s'organise avec efficacité pour traiter plusieurs sollicitations en simultané (client, téléphone, chef d'agence...) Le vendeur répond au téléphone avant la cinquième sonnerie Le vendeur utilise un langage positif dans ses contacts avec les clients
Pertinence de l'analyse des besoins et des attentes des clients	Le vendeur laisse parler le client et le relance ou lui fait préciser ses besoins Les informations clés permettant de repérer les besoins du client et ses attentes sont identifiées à partir de différentes sources d'information : recours au fichier client, entretien... Les questions posées au client sont pertinentes sur le fond et sur la forme (ouvertes, fermées, neutres...) Le vendeur identifie le positionnement du client dans la typologie clients de l'entreprise et du secteur Les informations recueillies auprès du client donnent lieu à une qualification et, le cas échéant, à une mise à jour du fichier clients Les besoins du client sont reformulés par le vendeur Le vendeur cherche à identifier les ventes pouvant être générées dans l'avenir par le projet objet de l'entretien de vente
Pertinence des produits et services proposés au client	Le vendeur prend le temps de valider ses informations avant de faire une proposition au client Des services complémentaires adaptés sont proposés au client Le vendeur cherche à réaliser des ventes additionnelles, propose des produits de substitution adaptés aux besoins du client Le vendeur met en valeur les avantages des produits et services proposés, les nouveaux produits, les promotions présentées dans l'espace de vente
Efficacité de l'entretien de vente	Les arguments présentés sont pertinents, cohérents, ils suscitent l'intérêt du client Les observations, remarques, objections et réactions du client sont prises en compte et utilisées dans l'argumentation Le devis est commenté et expliqué au client Le vendeur vérifie le niveau de compréhension et d'adhésion du client Le vendeur sait convaincre et conclure la vente y compris lors des relances de devis Lors du passage en caisse, le vendeur effectue une synthèse de l'entretien et identifie les actions à conduire
Efficacité de la négociation commerciale	La négociation commerciale porte sur différents éléments : produits, services, prix, conditions de règlement, délais, remises et livraisons, Le vendeur propose systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, il résiste aux demandes de remise Les règles de l'entreprise et sa politique commerciale sont respectées dans la négociation
Qualité de la présentation personnelle	Le vendeur adopte une tenue et une présentation personnelle commerciales

Compétence 3 : utiliser les outils et mettre en œuvre les procédures en matière de gestion commerciale

- › Utiliser les fonctionnalités du logiciel de gestion de l'entreprise en vue de réaliser et d'éditer les documents commerciaux supports à une transaction
- › Chiffrer une proposition commerciale en fonction des quantités commandées et dans le respect de la délégation tarifaire
- › Vérifier que les quantités commandées correspondent aux unités de vente générales ou ponctuelles définies par l'entreprise
- › Mettre en œuvre avec fiabilité les procédures en vigueur en matière d'encaissement et de règlement au comptant
- › Mettre en œuvre avec fiabilité les procédures permettant de traiter les règlements par crédit dans le respect du crédit client et du montant des encours

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Conformité du chiffrage de l'offre commerciale	Le chiffrage de l'offre commerciale tient compte des quantités commandées et des conditions négociées avec le client (délais, conditions de livraison ...) Le chiffrage et la prise de commandes tiennent compte des unités de vente Le chiffrage de l'offre est réalisé en adéquation avec la délégation tarifaire
Efficacité de l'utilisation du logiciel de gestion commerciale	L'ensemble des fonctionnalités du logiciel de gestion de l'entreprise est connu et utilisé Les documents commerciaux sont réalisés sans erreur
Conformité de la mise en œuvre des procédures d'encaissement	Les procédures d'encaissement sont mises en œuvre sans erreur Les règlements par crédit sont enregistrés sans erreur Le vendeur respecte avec rigueur les consignes en matière de crédit client et de montant des encours

Compétence 4 : optimiser la gestion des flux physiques des matériaux de construction

- › Réaliser une consultation de stock en utilisant le système informatique de l'entreprise
- › Evaluer les délais de livraison en tenant compte des délais d'approvisionnement auprès des différents fournisseurs
- › Définir des dates de livraison au client en tenant compte des contraintes logistiques internes et externes
- › Réaliser le suivi des commandes fournisseurs et les relances
- › Optimiser la gestion des stocks en privilégiant la vente des produits stockés
- › Identifier l'intérêt des inventaires et les conséquences des écarts d'inventaire

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Efficacité de l'utilisation du logiciel de gestion des stocks	Les fonctionnalités de l'outil informatique de gestion des stocks sont connues et utilisées La disponibilité des produits est systématiquement vérifiée au cours d'une vente Le réassort réalisé est régulier et n'engendre ni surstock ni rupture Les interlocuteurs compétents sont alertés en cas de difficulté de réassort Le vendeur tient compte de l'ensemble des informations à sa disposition pour estimer de manière réaliste les délais de livraison
Pertinence de l'estimation et du suivi des délais de livraison	Les délais d'approvisionnement auprès des différents fournisseurs sont connus Les délais de livraison annoncés aux clients sont réalistes et s'appuient sur des données objectives Les commandes fournisseurs sont suivies Des relances sont systématiquement effectuées en cas de non réception des commandes passées auprès des fournisseurs Les retards de livraison sont signalés auprès de l'agence et / ou du client
Efficacité de l'optimisation des stocks	Le vendeur connaît les principales caractéristiques du plan de stock de l'agence Le vendeur présente aux clients en priorité les produits en stock Le vendeur examine plusieurs possibilités avant de proposer un produit en contremarque : agence, point de vente limitrophe, plate-forme, fournisseur externe Le vendeur identifie les objectifs des inventaires Le vendeur identifie les conséquences des écarts d'inventaire sur les relations clients et les résultats financiers de l'agence

Compétence 5 : communiquer avec les clients

- › Utiliser de manière efficace le téléphone pour des prises de rendez-vous, des démarches commerciales auprès des clients et des échanges avec les différents services de l'entreprise et avec les fournisseurs
- › Diriger les appels en agence vers les bons interlocuteurs
- › Réaliser des prises de notes en situation de face à face client et formaliser les informations recueillies pour une exploitation des informations par les autres membres de l'équipe
- › Élaborer différents types de documents écrits en vue de communiquer avec les clients (mails, devis, lettres...)
- › Recevoir et écouter une réclamation ou un litige produit par téléphone et en face à face
- › Qualifier une réclamation ou un litige produit et identifier les solutions possibles pour son traitement
- › Annoncer à un client un dépassement d'encours, une difficulté de paiement ou de livraison et négocier une solution adaptée ou alerter un interlocuteur compétent
- › Alerter un client sur un risque de non respect d'une règle de sécurité (chargement, déchargement, surcharge, risque d'infraction...)

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères	Indicateurs
Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Efficacité de l'utilisation du téléphone	En situation d'échange téléphonique avec un client ou un prospect, le vendeur tient compte des règles de communication téléphonique : écoute, ton de la voix, débit, articulation, phrases courtes et positives... L'accueil téléphonique respecte les consignes données par l'entreprise Les appels sont dirigés vers les interlocuteurs adéquats ou filtrés avec efficacité
Aisance dans l'utilisation de l'écrit	Les documents écrits rédigés par le vendeur (mails, devis, notes, courriers...) sont clairs Les documents types de l'entreprise sont correctement utilisés
Efficacité des traitements des situations relationnelles délicates	Le vendeur se rend disponible pour écouter la réclamation du client et exprime sa compréhension Le vendeur conserve une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients ou d'une situation délicate (respect des consignes de sécurité par exemple) Le vendeur adopte un mode de communication adapté à la situation de traitement de réclamation : il s'affirme (je, utilisation du présent, voix tonique), stoppe l'agressivité de son interlocuteur... Des recherches sont effectuées dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation ou du litige client Le vendeur identifie des propositions adaptées de règlement de la réclamation Il tient compte des engagements formels pris envers le client Si le litige ou la réclamation dépasse son champ de compétences, le vendeur s'adresse à l'interlocuteur adapté

Compétence 6 : organiser ses interventions dans le cadre d'un travail en équipe

- › Coordonner ses interventions avec celles de l'équipe de l'agence, notamment les attachés technico-commerciaux
- › Identifier et collecter les informations pertinentes en matière de relevé de prix, de remontée d'informations terrain et de veille concurrentielle et les transmettre au sein de l'équipe
- › Transmettre des informations pertinentes aux différents services de l'entreprise sur les clients, leurs projets, leurs caractéristiques et les contraintes de la commercialisation en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise
- › Orienter les fournisseurs vers les interlocuteurs adéquats dans le respect du plan de vente
- › Hiérarchiser ses priorités de manière à se montrer disponible pour les clients tout en assurant le suivi et l'entretien de l'espace de vente
- › Prendre en compte dans ses déplacements et ses interventions les règles de sécurité en vigueur dans l'entreprise (plan de circulation, règlement intérieur...)

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Qualité de la participation à la vie de l'équipe	Le vendeur identifie les attributions et les modalités de fonctionnement des différents services de l'entreprise Le vendeur identifie les conséquences qu'ont ses actions et interventions sur les différents services de l'entreprise (service administratif, service logistique / livraison...) Il recherche auprès de différents interlocuteurs les informations clés sur les prix pratiqués, les remontées d'informations terrain, les pratiques de la concurrence, les projets des clients, leur niveau de satisfaction... Il transmet aux différents services de l'entreprise les informations clés leur permettant d'apporter un service de qualité aux clients Le vendeur connaît et respecte l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise Le vendeur prend l'initiative d'échanger et de se coordonner avec les attachés technico-commerciaux Le vendeur prend l'initiative d'aider un collègue qui doit gérer de manière simultanée plusieurs sollicitations (face à face, téléphone...) Le vendeur écarte avec diplomatie un collègue intervenant lors d'un entretien avec un client
Organisation du temps de travail	Le vendeur identifie les plages horaires au cours desquelles il est moins sollicité par les clients pour réaliser des opérations d'entretien de l'espace de vente ou d'autres activités commerciales (devis, relances...) Le vendeur utilise des outils adéquats (échéancier, agenda) pour la relance de devis
Respect des règles de sécurité	Le vendeur connaît et respecte le plan de circulation de l'entreprise Le vendeur respecte les dispositions du règlement intérieur en matière de sécurité Le vendeur est attentif à sa propre sécurité et à celle des autres

Compétence 7.1 : organiser et animer un espace de vente en libre service

- › Organiser l'espace de vente en mettant en valeur les produits, les nouveautés et les promotions
- › Évaluer les conditions matérielles d'accueil dans l'espace de vente et identifier les mesures correctives à apporter
- › Dynamiser l'espace de vente pour inciter le client à découvrir de nouveaux produits
- › Mener une veille technique régulière par le contact avec les fournisseurs et l'examen des notices techniques
- › Présenter le fonctionnement des produits et réaliser des démonstrations
- › Organiser et mettre en œuvre des actions et des animations commerciales, notamment avec l'aide des fournisseurs
- › Mettre en œuvre les consignes en matière de conservation et de vente des produits dangereux
- › Réaliser des opérations de contrôle et de suivi des produits périssables
- › Évaluer et suivre le niveau des stocks en réserve et en rayon et anticiper les risques de rupture
- › Identifier, parmi l'offre disponible dans l'agence, les produits ayant un impact important sur le chiffre d'affaires (produits à marge, produits à forte rotation)
- › Mesurer, la rentabilité de l'espace de vente, l'efficacité de la mise en avant et de la présentation des produits dans l'espace de vente et proposer des améliorations
- › Vérifier la conformité de l'affichage des prix et les mettre à jour au besoin
- › Mettre en œuvre les consignes de sécurité en matière de gestes et postures lors de la manipulation des produits et de la mise en rayon

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Pertinence de l'organisation de l'espace de vente, de l'implantation des meubles et linéaires, de la mise en avant des produits	Le vendeur identifie les zones chaudes et les zones froides de l'espace de vente et la manière dont les clients lisent l'offre de produits Le vendeur situe l'implantation d'un meuble ou d'un linéaire dans la circulation générale du client dans l'espace de vente Le vendeur analyse les points forts et les points faibles de l'organisation de l'espace de vente Il propose des actions correctives adaptées Le vendeur tient compte de la présentation horizontale, de la présentation verticale, et de la rotation des produits pour définir leur place dans l'implantation du meuble ou du linéaire Le vendeur cherche à développer un rythme et une dynamique dans la présentation des produits dans les linéaires (alternance du facing, du tranching, structure pyramidale, couleurs, contrastes...) Le vendeur identifie les produits ayant un impact important sur le chiffre d'affaires et les met en avant dans l'espace de vente L'implantation des meubles et linéaires et l'organisation de l'espace de vente incitent les clients à découvrir les nouveaux produits et les promotions Le vendeur évalue l'impact d'une réimplantation ou d'une réorganisation de l'espace de vente Il en tire des conclusions cohérentes et effectue des propositions adaptées L'affichage des prix est conforme Les mises à jour sont effectuées régulièrement
Qualité de la connaissance des produits et de l'animation de l'espace de vente	Le vendeur s'informe régulièrement des fonctionnalités et avantages des nouveaux produits en utilisant différentes sources d'information : fournisseurs, notices techniques... Le vendeur réalise avec aisance des présentations et démonstrations de produits Le vendeur propose des actions et des animations commerciales adaptées en tenant compte de la saisonnalité et de l'évolution de l'offre de produits Le vendeur fait appel à des intervenants (fournisseurs...) pour réaliser des démonstrations et participer aux animations
Conformité du respect des règles de sécurité	Le vendeur tient compte des règles de sécurité dans l'implantation des meubles et linéaires Le vendeur identifie les produits dangereux et respecte systématiquement leurs conditions de conservation et de vente Il connaît les règles d'éco toxicité des produits et en tient compte dans leur manipulation Le vendeur vérifie régulièrement les dates des produits périssables : aucun produit périmé n'est en rayon Le vendeur tient compte des consignes en matière de gestes et postures lorsqu'il manipule des produits

Compétence 7.2 : répondre aux besoins des clients en situation de vente comptoir

- › Identifier l'ensemble des produits des différentes gammes et les reconnaître ainsi que leurs références
- › Conduire rapidement une recherche de produit et/ou de prix dans le système informatique de l'entreprise à partir d'une description effectuée par un client et en faisant appel au vocabulaire technique et au jargon professionnel
- › Conduire une veille concurrentielle régulière
- › Recueillir et transmettre des informations auprès de l'équipe transport – cour permettant de suivre et de faciliter les préparations de commandes et les livraisons

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Connaissance des produits, des références et de la concurrence	Le vendeur identifie, à partir d'une description sommaire, le produit demandé par le client ainsi que sa référence parmi l'ensemble des produits et l'ensemble des gammes proposées dans l'espace de vente Les recherches de produits et de références sur informatique sont réalisées avec efficacité et rapidité Le vendeur comprend et utilise le vocabulaire professionnel et le jargon technique utilisé par les clients professionnels Le vendeur suit et connaît les prix pratiqués par la concurrence Il informe le client sur les prix et met en avant les avantages concurrentiels de l'offre de l'entreprise
Pertinence des informations transmises et de l'exploitation des informations recueillies auprès de l'équipe transport cour	Le vendeur transmet systématiquement et avec clarté à l'équipe transport ou cour les informations pouvant faciliter et suivre les préparations de commandes et les livraisons : conditions d'accès à un chantier, horaires préférentiels de livraison, délais à respecter sur les chantiers des clients, exigences spécifiques d'un client...

Compétence 7.3 : mettre en valeur et animer une salle d'exposition

- › Mettre en œuvre et mettre à jour de manière régulière le plan de vente dans la salle d'exposition
- › Évaluer la crédibilité et la faisabilité d'un projet de construction ou de rénovation par un questionnaire adapté
- › Adapter le temps passé avec les clients en fonction de leur projet et de leur budget
- › Engager un contact avec un client et évaluer ses besoins en information
- › Conduire une découverte des goûts et du style du client
- › Conduire une veille sur les tendances de couleur et de forme et suivre l'évolution des collections
- › Proposer et réaliser des actions permettant de mettre en valeur les différents « univers » de la salle d'exposition
- › Mettre en valeur le service et la valeur ajoutée apportés par l'entreprise et conclure la vente en orientant le client vers la signature d'un bon de commande et la prise d'un acompte
- › Vérifier la conformité de l'affichage des prix et les mettre à jour au besoin
- › Adapter sa démarche commerciale aux différents types de clients se présentant dans une salle d'exposition (client particulier, professionnel, architecte, décorateur, .)

Critères et indicateurs d'évaluation :

Critères Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?	Indicateurs Quels signes visibles peut-on observer ? Quels signes apportent de bonnes indications ?
Qualité de la mise en valeur des produits et des services apportés	Le vendeur applique sans erreur le plan de vente Le vendeur met à jour régulièrement le plan de vente Le vendeur est soucieux d'améliorer la mise en avant des produits dans les différents univers et propose des actions adaptées (achat et mise en situation d'accessoires, d'éléments de décoration...) Les accessoires et éléments de décoration disposés correspondent au style des produits présentés L'affichage des prix est conforme Les mises à jour sont effectuées régulièrement Le vendeur met en valeur en utilisant différents types d'arguments la valeur ajoutée et le service apportés par l'entreprise au cours de ses entretiens avec les clients
Pertinence du choix du type de prise en charge d'un client	Le vendeur entre systématiquement en contact avec les clients entrant dans la salle d'exposition et les accueille Il détecte rapidement les clients ayant besoin d'un accompagnement et ceux qui souhaitent découvrir les produits de façon autonome Il identifie à partir de questions ciblées sur leurs goûts, le style de l'intérieur, l'ambiance recherchée, les styles de produits et le type de collections qui correspondent aux attentes du client Il met en valeur les nouveautés et les nouvelles collections en prenant appui sur sa connaissance de l'évolution des tendances de couleur et de forme Il adapte sa démarche commerciale et les arguments techniques et esthétiques utilisés aux différents types de clients
Efficacité de l'analyse du projet d'un client	Il recueille l'ensemble des éléments nécessaires pour analyser le projet d'un client : type de projet envisagé, délais de réalisation, degré de finalisation du projet, éléments bloquants, montant du projet, présence ou absence de financement pour le projet... Le vendeur gère le temps passé avec un client et ses priorités en tenant compte de la crédibilité et du degré de faisabilité de son projet Il analyse ces éléments de manière réaliste pour en déduire la crédibilité et la faisabilité du projet présenté par le client



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.