

Brochure n° 3148

**Convention collective nationale**  
**IDCC : 500. – COMMERCES DE GROS**  
**DE L'HABILLEMENT, DE LA MERCERIE,**  
**DE LA CHAUSSURE ET DU JOUET**

ACCORD DU 18 FÉVRIER 2014  
RELATIF À LA CRÉATION DES CQP « VENTE ITINÉRANTE »  
ET « ADMINISTRATION DES VENTES »

NOR : ASET1450452M  
IDCC : 500

Entre :

La FCJT,

D'une part, et

La CFE-CGC ;

La CSFV CFTC ;

La FS CFDT ;

La FEC FO,

D'autre part,

il a été convenu ce qui suit :

**Article 1<sup>er</sup>**

*Objectifs généraux des certificats de qualification professionnelle  
de la branche de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet*

La branche des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet, qui compte environ 20 000 salariés, connaît une évolution de ses activités, dans un contexte très concurrentiel, notamment marqué par une demande importante de services associés aux activités de vente. Les entreprises de la branche présentent des besoins en matière de développement des compétences de leurs salariés dans le domaine de la vente itinérante et de l'administration des ventes, tant dans le cadre de parcours d'intégration à ces métiers que dans le cadre de parcours de professionnalisation ou d'évolution professionnelle des salariés en poste.

Considérant que les métiers des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet nécessitent la maîtrise de compétences spécifiques aux entreprises du secteur et qu'il n'existe pas de certification professionnelle correspondante, la branche souhaite procéder à la création de certificats de qualification professionnelle (CQP).

Conformément aux recommandations figurant dans le paragraphe 3.2 de l'accord national interprofessionnel du 7 janvier 2009 sur le développement de la formation tout au long de la vie professionnelle, la professionnalisation et la sécurisation des parcours professionnels, les CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet s'inscrivent en complémentarité avec les certifications professionnelles existantes.

## Article 2

### *Qualifications visées par les certificats de qualification professionnelle créés dans le domaine de la vente itinérante et de l'administration des ventes*

La branche des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet crée deux certificats de qualification professionnelle (CQP) correspondant aux qualifications suivantes :

- CQP « Administrateur des ventes » : les professionnels de l'administration des ventes des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet se situent à l'interface des différents services de l'entreprise : service commercial, marketing, logistique, achats, financier...

Ils assurent le traitement des commandes des clients, de leur enregistrement à la livraison des produits ainsi que la gestion des relations avec les clients.

Leur spécificité est de s'adresser essentiellement à des clients professionnels, qui se caractérisent par un niveau d'exigence élevé en matière de suivi des commandes et de respect des délais de livraison,

- CQP « Vendeur itinérant » : les professionnels de la vente itinérante des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet 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.

A partir d'une analyse des activités de leurs clients et de l'évolution de ces activités et d'une analyse de leur secteur, 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 à des clients professionnels, qui se caractérisent par leurs attentes en matière de conseil sur les produits et les services associés.

## Article 3

### *Objectifs et publics des certificats de qualification professionnelle*

Pour répondre aux besoins des entreprises de la branche, trois objectifs ont été donnés aux CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet :

- formaliser et mettre en œuvre des parcours d'intégration aux métiers de la vente itinérante et de l'administration des ventes dans les entreprises des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet ;
- faciliter la mise en œuvre de parcours de développement des compétences en s'appuyant sur des outils de branche ;
- structurer et accompagner le passage d'un métier à un autre au sein de l'entreprise, notamment entre les différents métiers de la vente.

Les CQP s'adressent donc à quatre catégories de publics :

- les nouveaux entrants dans une entreprise de la branche ;
- les salariés présentant des besoins de développement des compétences ;
- les salariés souhaitant suivre un parcours d'évolution professionnelle, voire changer de métier ;
- les salariés souhaitant faire valider les acquis de leur expérience.

## Article 4

### *Modalités d'élaboration des certificats de qualification professionnelle des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet*

Conformément à l'article 33 de l'accord national interprofessionnel du 7 janvier 2009 sur le développement de la formation tout au long de la vie professionnelle, la professionnalisation et la sécurisation des parcours professionnels, les CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet s'appuient sur un référentiel d'activités qui permet d'analyser les situations de travail et d'en déduire les connaissances et les compétences nécessaires et sur un référentiel de certification qui définit les modalités et les critères d'évaluation des acquis. Ces référentiels figurent en annexe au présent accord. Ils sont complétés d'un ou de plusieurs référentiels de formation prenant en considération, d'une part, la diversité des modes d'acquisition d'une certification professionnelle et, d'autre part, la diversité des modalités pédagogiques en vue de favoriser l'individualisation des parcours, en lien avec les recommandations de l'accord national interprofessionnel sur le développement de la formation tout au long de la vie professionnelle, la professionnalisation et la sécurisation des parcours professionnels du 7 janvier 2009.

Les référentiels de compétences des CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet sont organisés sur la base d'unités de compétences, pour lesquelles sont définis des critères, modalités et outils d'évaluation. Pour chaque CQP, les unités de compétences peuvent être acquises indépendamment les unes des autres. L'évaluation des compétences des candidats s'effectue donc unité de compétences par unité de compétences. Il appartient au jury paritaire final de statuer sur la délivrance des CQP unité par unité, en fonction des résultats obtenus par les candidats à chaque étape de leur parcours.

En cas de validation partielle du certificat de qualification professionnelle, les unités de compétences acquises le sont pour une durée de 5 ans à compter de la date de première présentation du dossier du candidat devant le jury paritaire. Le CQP est délivré une fois que toutes les unités de compétences sont acquises.

Dans le cas où le jury ne lui délivre que certaines unités de compétences, le candidat peut poursuivre son parcours soit en suivant une formation sur la ou les unités de compétences manquantes, soit en complétant son expérience professionnelle en entreprise. Le candidat est alors réévalué en entreprise et en entretien d'évaluation externe sur les seules unités de compétences manquantes s'il effectue une nouvelle demande de CQP dans les 5 années suivant la date de la première décision du jury le concernant.

Les CQP dans le domaine de la vente itinérante et de l'administration des ventes ont été conçus pour faciliter le passage d'un métier à l'autre. Une unité de compétences est donc commune aux deux CQP, à savoir la compétence 5, « traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale ». Une fois un CQP obtenu dans sa totalité, son titulaire conserve le bénéfice de ses unités de compétences – et donc de son CQP – indéfiniment. Il lui restera donc à obtenir, s'il souhaite accéder à l'autre CQP, les quatre unités manquantes.

Les CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet feront l'objet d'un dépôt à la commission nationale de la certification professionnelle ou d'une inscription au répertoire national des certifications professionnelles.

## Article 5

### *Modalités de validation des certificats de qualification professionnelle des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet*

Le mode d'accès aux CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet doit permettre une prise en compte des besoins et des acquis de chaque candidat ainsi qu'une prise en compte des acquis de l'expérience.

## Parcours des candidats

Le parcours des candidats aux CQP par la voie de la formation est le suivant :

1. Repérage des compétences maîtrisées par le candidat et des compétences à développer, à partir du livret de repérage des acquis du candidat ;
2. Construction d'un parcours de développement des compétences individualisé ;
3. Formation et/ou développement des compétences en entreprise ;
4. Renseignement par le candidat du livret de suivi et d'évaluation ;
5. Evaluation des compétences en entreprise par un évaluateur de l'entreprise et un évaluateur habilité par la branche, à partir des critères et outils d'évaluation conçus par la commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle des commerces de gros (CPNEFP) ;
6. Validation des compétences par le jury paritaire final et délivrance de tout ou partie de la certification.

Conformément à la loi du 17 janvier 2002, tout ou partie des CQP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet pourra être obtenu par la validation des acquis de l'expérience.

Le parcours des candidats aux CQP par la voie de la validation des acquis de l'expérience est le suivant :

1. Demande de validation des acquis de l'expérience adressée par le candidat à la branche à partir du dossier de recevabilité établi par la CPNEFP ;
2. Examen par la branche de la recevabilité de la demande du candidat et transmission d'une réponse au candidat ;
3. En cas de réponse positive, transmission au candidat du dossier VAE à remplir ;
4. Renseignement par le candidat du dossier VAE ;
5. Evaluation du candidat par entretien et observation par un professionnel et un évaluateur habilité par la CPNEFP ;
6. Validation des compétences par le jury paritaire final et délivrance de tout ou partie de la certification.

Chacune des étapes de ces parcours, qu'il s'agisse d'un accès par la voie de la formation ou par la voie de la validation des acquis de l'expérience, est formalisée par un outil support conçu par la CPNEFP et mis à la disposition des acteurs du CQP : candidat, employeur, tuteur, organisme de formation, évaluateur, jury paritaire. L'utilisation de ces outils est obligatoire pour que le dossier du candidat soit examiné par le jury paritaire.

### Organisation du repérage des acquis du candidat

Le repérage des acquis du candidat est réalisé dans le cas d'un accès au CQP par la voie de la formation. Il est mis en œuvre au sein de l'entreprise par un professionnel qui connaît le métier visé par le CQP ou, au choix, par un évaluateur habilité par la CPNE.

Le professionnel ou l'évaluateur mène un entretien avec le candidat et repère les compétences déjà acquises et les besoins en formation à l'aide de l'outil mis à sa disposition par la CPNEFP.

A partir de ce repérage, un parcours individualisé de développement de compétences est défini pour le candidat.

### Organisation du parcours de développement des compétences

Le parcours de développement des compétences est mis en œuvre dans le cas d'un accès au CQP par la voie de la formation. Il porte uniquement sur les compétences à acquérir par le candidat, définies à la suite du repérage des acquis.

Ce parcours peut comporter des actions de formation suivies par le candidat au sein d'un organisme de formation et/ou des actions de développement des compétences en situation de travail.

Une mise en pratique des compétences en entreprise est nécessaire avant l'évaluation des compétences.

### Organisation de l'évaluation des compétences

L'évaluation des compétences porte sur l'ensemble des compétences du CQP, quel que soit le parcours de formation suivi en amont par le candidat.

Pour l'accès au CQP par la voie de la formation, l'évaluation des compétences est réalisée en entreprise et s'appuie sur l'expérience du candidat, à partir d'un dossier renseigné par le candidat, d'une observation et d'une analyse des situations professionnelles rencontrées.

Cette évaluation est réalisée par un professionnel de l'entreprise et un évaluateur habilité par la CPNE. Cet évaluateur est nécessairement extérieur à l'entreprise et formé par la CPNE à l'utilisation des outils CQP. Si certaines compétences ne sont pas acquises, le candidat peut compléter son parcours et être évalué lorsqu'il est prêt.

Pour l'accès au CQP par la voie de la validation des acquis de l'expérience, l'évaluation des compétences se déroule sous la forme d'une observation des activités pratiquées par le candidat. Cette observation est réalisée par un professionnel de la branche ou de l'entreprise du candidat et par un évaluateur habilité par la CPNEFP. Elle est mise en œuvre dans l'entreprise du candidat si le candidat est salarié d'une entreprise de la branche ou en situation reconstituée au sein d'un organisme de formation si ce n'est pas le cas. Cette observation est organisée après étude par les évaluateurs du dossier du candidat. Elle est suivie d'un entretien avec le candidat.

Quelle que soit la voie d'accès au CQP, après l'évaluation des compétences du candidat, l'évaluateur habilité par la CPNEFP transmet le dossier complet du candidat au jury paritaire national pour validation.

### Validation des CQP par le jury paritaire final

Le jury paritaire final se compose des membres de la CPNEFP des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet réunis en séance plénière.

Il est chargé de statuer sur l'obtention de chaque unité de compétences du CQP pour chaque candidat sur la base d'une fiche de liaison synthétique établie par le secrétariat de la CPNEFP.

La validation du CQP peut être partielle.

Le jury paritaire final dispose, pour chaque candidat au CQP par la voie de la formation :

- du livret de repérage des acquis ;
- du livret de suivi et d'évaluation renseigné par le candidat, l'évaluateur de l'entreprise et l'évaluateur habilité par la CPNEFP.

Le jury paritaire final dispose, pour chaque candidat au CQP par la voie de la validation des acquis de l'expérience :

- du dossier de recevabilité de la demande de validation des acquis de l'expérience ;
- du dossier de VAE renseigné par le candidat, le professionnel et l'évaluateur habilité par la CPNEFP.

Pour chaque unité de compétences, le jury paritaire considère la compétence validée si l'avis des deux évaluateurs est concordant et positif. Il considère la compétence non validée si l'avis des deux évaluateurs est concordant et négatif. Si les avis des deux évaluateurs ne sont pas concordants, le jury paritaire final examine dans le fond le dossier du candidat et statue.

En cas de partage des voix, les unités de compétences objet du partage sont acquises, la moitié des voix étant obtenue. Pour que le CQP soit délivré, il est nécessaire que la totalité des unités

de compétences soient validées. Une fois les décisions prises, les président et vice-président de la CPNEFP remplissent et signent la fiche individuelle de décision du jury qui sera transmise au candidat.

#### Recours des candidats

En cas de désaccord avec les conditions de l'évaluation des compétences, le candidat peut faire part de ses observations par écrit au jury paritaire final, qui les examine dans un délai de 1 mois. Le jury paritaire final est souverain. Il n'a pas à justifier ses décisions. Ses décisions ne peuvent faire l'objet d'aucun recours.

#### **Article 6**

##### *Financement des parcours des candidats*

Les parcours des candidats salariés dans une entreprise de la profession sont pris en charge par l'OPCA de la branche, conformément aux décisions de la commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle.

#### **Article 7**

##### *Positionnement des certificats de qualification professionnelle dans la convention collective nationale des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet*

Le positionnement des CQP dans la classification de la convention collective nationale s'effectue comme suit :

- CQP « Administrateur des ventes » : 3-2 ;
- CQP « Vendeur itinérant » : 4-2.

#### **Article 8**

##### *Bilan et révision*

Un bilan de la mise en œuvre des certificats de qualification professionnelle des commerces de gros de l'habillement, de la mercerie, de la chaussure et du jouet sera effectué chaque année par la commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle. Il lui appartient également de piloter et de valider tous travaux de révision des référentiels CQP qu'elle jugera utiles, à la simple demande de la CPNEFP.

#### **Article 9**

##### *Extension*

Le présent accord fera l'objet des formalités de dépôt prévues au code du travail ainsi que d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 18 février 2014.

(Suivent les signatures.)

## ANNEXE I

### RÉFÉRENTIELS D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET DE CERTIFICATION POUR LE CQP « ADMINISTRATEUR DES VENTES »

#### Référentiel d'activités

Tenue du fichier produits et du fichier clients :

- enregistrement et contrôle des informations sur les produits dans les différents fichiers (fiches « produits » lors des nouvelles collections, promotions en cours...) ;
- enregistrement et contrôle des informations sur les clients dans les différents fichiers (informations sur les clients, leurs besoins et contraintes, mise à jour du fichier clients...).

Suivi des commandes, des stocks et des livraisons :

- enregistrement des commandes passées par la force de vente et/ou par les clients ;
- enregistrement des opérations comptables liées au traitement des réclamations ;
- enregistrement des retours de fin de saison ou d'opération (reliquats) ;
- contrôle de la conformité des commandes passées (au regard des cahiers des charges des clients, des unités de commercialisation, des conditions de livraison...) ;
- mise à jour des commandes (modifications de la part des clients...) ;
- recherche d'informations sur l'état des stocks et sur les arrivées de produits ;
- alerte de la force de vente en cas de risque de surstock, de rupture, de livraison tardive ou de non-livraison ;
- suivi des affectations de marchandises aux clients et lancement des opérations de préparation de commande ;
- édition et archivage de documents commerciaux (factures, bordereaux...) ;
- réception et contrôle des liasses documentaires (export).

Relation clients :

- collecte d'informations sur les besoins du client et/ou les raisons de son appel ou de sa réclamation ;
- information des clients sur la disponibilité des produits, les conditions de paiement, les délais de livraison... ;
- présentation de produits de substitution, de produits additionnels en cas de besoin ;
- recherche d'informations sur les causes des réclamations (fichier clients, différents services de l'entreprise, transporteur...) ;
- recueil de preuves sur les produits défectueux ;
- diffusion d'informations orales et écrites et de conseils aux clients selon les consignes de l'entreprise ;
- transmission des demandes clients aux interlocuteurs adéquats ;
- enregistrement et diffusion au client des informations relatives au traitement des litiges ou réclamations.

Planification et suivi des activités :

- réalisation et renseignement d'outils de suivi de l'activité (suivi des délais de livraison fournisseurs, aux clients...) ;
- production de tableaux de suivi de l'activité commerciale.



## Référentiel de compétences

Compétence 1. – Accueillir et conseiller un client par téléphone en tenant compte de ses besoins :

- établir un contact et un climat de confiance avec un client ;
- analyser les besoins d'un client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente ;
- identifier les réponses pouvant être apportées au client en tenant compte des procédures en vigueur au sein de l'entreprise ;
- personnaliser l'offre proposée au client en ciblant les offres commerciales, promotions, produits adaptés à ses besoins ;
- mettre en œuvre les bonnes pratiques de communication par téléphone ;
- vérifier la faisabilité d'une commande en évaluant la disponibilité des produits demandés et en orientant le client vers des produits de substitution et des produits complémentaires ;
- vérifier la conformité de la réponse apportée aux besoins des clients.

Compétence 2. – Réaliser le suivi des stocks, des commandes et des livraisons en jouant un rôle d'interface entre les acteurs concernés :

- identifier les besoins et les contraintes de la chaîne de services en vigueur au sein de l'entreprise ;
- exploiter les outils de suivi des commandes et des livraisons et identifier les difficultés susceptibles d'intervenir ;
- apprécier l'évolution des stocks au cours d'une saison ou d'une action commerciale donnée ;
- identifier les risques de surstock ou de rupture et alerter les interlocuteurs compétents ;
- évaluer l'impact sur les différents services de l'entreprise et sur les clients d'une prise de décision ou d'une information sur les clients, les stocks, les commandes et les livraisons.

Compétence 3. – Utiliser l'outil de gestion de l'information en vigueur dans l'entreprise :

- identifier les informations clés à enregistrer sur les clients et les produits en mobilisant plusieurs sources d'information au sein de l'entreprise ;
- enregistrer et mettre à jour avec fiabilité les informations clés sur les clients ou les produits en utilisant l'outil de gestion de l'information en vigueur dans l'entreprise ;
- exploiter les fonctionnalités de l'outil de gestion de l'information en vigueur dans l'entreprise simultanément à la conduite d'un entretien téléphonique.

Compétence 4. – Organiser son activité et hiérarchiser ses tâches au quotidien :

- aménager efficacement son poste de travail en veillant à l'accessibilité des informations ;
- organiser ses activités sur la journée et la semaine en tenant compte des périodes creuses et du plan d'actions défini pour le service administration des ventes ;
- optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités téléphoniques et les activités associées dans le respect des priorités et des règles en vigueur dans l'entreprise ;
- identifier et transmettre aux interlocuteurs concernés les informations permettant de faciliter la relation client ;
- collecter et prendre en compte l'ensemble des informations utiles à la relation client.

Compétence 5. – Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale :

- recevoir et écouter une réclamation ;
- 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.



## Référentiel de certification

### *Critères d'évaluation de la compétence 1*

#### Relation établie avec le client

Capacité à établir une relation de qualité avec le client lors d'une prise de contact téléphonique, à maintenir des relations positives avec un client dans la durée, à personnaliser la relation avec le client en vue de répondre à ses attentes, à conserver la distance nécessaire pour rester professionnel dans sa relation avec le client.

#### Démarche d'analyse des besoins

Capacité à mener un questionnement adapté auprès d'un client pour identifier ses besoins, à exploiter les informations données par le client pour lui proposer une réponse adaptée.

#### Structuration de l'entretien avec le client

Capacité à conduire une écoute active du client, à susciter l'intérêt du client, à conduire un échange positif avec lui, à prendre en compte ses observations et remarques, à traiter ses objections, à développer une argumentation cohérente et pertinente, à conclure l'entretien de manière adaptée et positive.

#### Personnalisation de l'entretien

Capacité à prendre en compte le profil du client dans l'entretien, à lui proposer des produits adaptés à ses habitudes d'achat, à l'orienter vers des produits de substitution ou des produits complémentaires correspondant à ses besoins.

#### Maîtrise des techniques d'entretien téléphonique

Attitude positive, bonne articulation, débit et intonation de la voix directs, échanges concis, maîtrise du temps et adaptation du rythme de l'entretien au temps dont dispose le client...

#### Clôture de l'entretien

Vérification avec le client de la conformité de la réponse apportée, attention du client attirée sur les produits ayant fait l'objet d'un remplacement et sur les quantités commandées (en cas de prise de commande).

### *Critères d'évaluation de la compétence 2*

#### Compréhension de la chaîne de services de l'entreprise

Capacité à identifier les missions, contraintes et activités des différents services de l'entreprise et des prestataires en matière de transport, à comprendre le circuit des produits et des documents les accompagnant depuis leur expédition par les fournisseurs jusqu'à leur livraison aux clients, à identifier les principales difficultés pouvant survenir à chaque étape de la chaîne de service ainsi que leur impact sur les clients et les services de l'entreprise.

#### Suivi des commandes et des livraisons

Capacité à renseigner de manière fiable et continue les outils de suivi des commandes et des livraisons en vigueur, à concevoir au besoin des tableaux de bord synthétiques, à anticiper les difficultés susceptibles d'intervenir.

#### Suivi des stocks

Capacité à identifier les indicateurs annonciateurs d'un risque de surstock ou de rupture, à comparer l'évolution des stocks d'une saison à l'autre ou d'une action à l'autre, à comprendre les enjeux liés à une rupture de stock ou à un surstock.

## Communication au sein de l'entreprise

Capacité à évaluer les besoins en informations des différents services de l'entreprise (service commercial, service logistique, service comptabilité), à prendre en compte le circuit décisionnel en vigueur, à alerter les interlocuteurs compétents en fonction des événements intervenant dans le traitement d'une commande ou d'une livraison.

### *Critères d'évaluation de la compétence 3*

#### Maîtrise des données à enregistrer dans l'outil de gestion de l'information

Capacité à identifier les données clients et les données produits à enregistrer dans l'outil de gestion, à réaliser des contrôles de cohérence et de conformité pour s'assurer de la fiabilité des données enregistrées (références des produits, correspondances entre les références entreprise et les références clients, unités de commercialisation...), à identifier quels sont les autres services qui utilisent les données et l'outil et pourquoi.

#### Mise en œuvre de l'outil de gestion de l'information

Capacité à mettre en œuvre de manière rigoureuse la procédure en vigueur pour recueillir et enregistrer les données clients et les données sur les produits et pour consulter l'état des stocks.

#### Utilisation de l'outil de gestion de l'information lors des contacts clients

Capacité à procéder simultanément à la conduite d'un entretien téléphonique et à l'utilisation de l'outil de gestion (consultation et renseignement).

### *Critères d'évaluation de la compétence 4*

#### Aménagement de l'espace de travail et prise en compte de l'environnement

Capacité à organiser son espace de travail afin que l'ensemble des informations utiles soient disponibles et facilement accessibles, à prendre en compte son environnement direct de travail (range-ment du bureau, discrétion...).

#### Prise en compte des priorités du service ADV

Capacité à identifier les enjeux liés aux différentes activités du service ADV, à adapter le temps passé avec les clients à l'enjeu commercial et au type de client, à tenir compte des priorités du service pour alterner périodes d'appels téléphoniques et activités associées, à s'assurer que l'ensemble des activités ont été conduites sur une période donnée.

#### Echange des informations au sein de l'équipe

Capacité à recueillir des informations au sein du service et auprès des différents services de l'entreprise et de leur transmettre les informations adaptées.

### *Critères d'évaluation de la compétence 5*

#### Gestion de la relation client

Capacité à conserver une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients, à désamorcer le mécontentement du client, à conduire un questionnement adapté en vue d'identifier les raisons de la réclamation.

#### Processus de traitement d'une réclamation client

Capacité à identifier et à expliquer le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise, à effectuer des recherches dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation, à identifier des propositions adaptées de règlement de la réclamation, à tenir compte des engagements pris envers le client.

## Echange des informations au sein de l'équipe

Capacité à identifier la ou les personnes compétentes pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées.

### **Modalités d'évaluation des compétences pour l'accès au CQP par la voie de la formation et par la voie de la validation des acquis de l'expérience**

COMPÉTENCE	ÉVALUATION DES COMPÉTENCES
1	Observation en situation professionnelle d'entretien téléphonique et de conseil à des clients (au moins 1 heure de « temps client ») portant de préférence sur des clients présentant des caractéristiques différentes + entretien avec le candidat portant sur les activités réalisées
2	Observation en situation professionnelle de suivi des commandes et des livraisons et de suivi des stocks + entretien avec le candidat portant sur le suivi réalisé
3	Observation en situation professionnelle d'enregistrement et de recherche d'informations à l'aide d'un outil de gestion de l'information concernant les clients et les produits + entretien avec le candidat portant sur les activités réalisées
4	Entretien avec le candidat portant sur l'organisation de son travail au quotidien
5	Entretien avec le candidat portant sur le traitement de deux situations de réclamations qui se sont présentées au cours de la période écoulée

L'observation portant sur les compétences 1 et 3 est à réaliser simultanément pour les deux compétences.

## ANNEXE II

### RÉFÉRENTIELS D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET DE CERTIFICATION POUR LE CQP « VENDEUR ITINÉRANT »

#### **Référentiel d'activités**

Actions commerciales en direction de clients et de prospects :

- prise de rendez-vous ;
- préparation matérielle des rendez-vous ;
- préparation de journées ou d'actions commerciales spécifiques (salons...) ;
- recueil d'informations sur les caractéristiques et les besoins du prospect ou du client ;
- présentation et mise en valeur des collections, gammes de produits, des services et conseils apportés par l'entreprise, des actions promotionnelles et de l'image de l'entreprise ;
- vente de produits et services ;
- recueil d'informations sur les projets et l'évolution des activités des clients ;
- conseil technique aux clients (préparation d'assortiments, de plans d'implantation, de statistiques...) ;
- présentation de l'évolution de l'offre de services de l'entreprise.

Organisation de l'activité commerciale :

- recueil des informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'actions commerciales en direction des professionnels de sa zone : veille concurrentielle, caractéristiques économiques et commerciales du secteur ciblé... ;
- formalisation d'un plan d'actions commerciales correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise sur un secteur géographique ou un marché donné ;
- formalisation d'un plan de visites et de prospection en fonction de l'analyse du portefeuille et du plan d'actions commerciales.

Suivi de l'activité commerciale :

- mise à jour du fichier de clients et de prospects en lien avec l'administration des ventes ;
- transmission des commandes aux services concernés ;
- suivi des encours clients et de leur situation financière ;
- préparation d'offres commerciales, de budgets et/ou de contrats annuels ;
- réalisation et examen de tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciales ;
- transmission des informations nécessaires sur les clients aux autres services de l'entreprise ;
- suivi du traitement et gestion des litiges dans le respect des règles de l'entreprise et avec les services concernés.

Relations clients :

- suivi des activités des professionnels chargés du réapprovisionnement en magasin ;
- suivi de la satisfaction clients ;
- recueil et transmission d'informations en vue de traiter les réclamations et litiges clients.

#### **Référentiel de compétences**

Compétence 1. – Analyser son environnement et organiser son activité commerciale :

- recueillir des informations pertinentes sur son activité commerciale, le secteur d'activité, 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 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 ;
- adapter son registre relationnel aux caractéristiques de chaque client ;
- 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. – Définir et développer le positionnement commercial des produits de l’entreprise dans un espace de vente :

- évaluer le potentiel commercial d’un espace de vente à partir d’une analyse de sa zone de chalandise et de son positionnement sur son marché ;
- sélectionner la gamme, l’assortiment et l’implantation adaptés à un espace de vente en tenant compte de son potentiel commercial ;
- négocier avec un client ou une enseigne un budget annuel ou un contrat en veillant à mettre en valeur les avantages concurrentiels de l’entreprise ;
- analyser les résultats commerciaux et la rentabilité d’un espace de vente ou d’un rayon ;
- définir des actions permettant d’optimiser les résultats commerciaux et la rentabilité d’un rayon ou d’un espace de vente ;
- négocier une offre commerciale dans le respect de la politique commerciale de l’entreprise, les conditions commerciales de l’offre (délais, modes de livraison, volumes...) en face à face client en veillant à préserver la marge de l’entreprise.

Compétence 4. – Animer la relation commerciale en se positionnant comme un partenaire du client :

- obtenir un rendez-vous et relancer ses clients ou prospects par téléphone ;
- définir les objectifs prioritaires d’une visite en tenant compte des caractéristiques et de l’activité du client et des actions commerciales à promouvoir ;
- identifier les interlocuteurs clés au sein d’un espace de vente ou d’une enseigne ;
- présenter et mettre en valeur les nouvelles collections en avant-saison et les actions promotionnelles en cours en tenant compte des centres d’intérêt du client ;
- conseiller les clients sur les actions à conduire pour optimiser les résultats de l’espace de vente ou du rayon ;

- communiquer avec le client et l'équipe de merchandisers en vue d'assurer la qualité des services offerts et d'assurer le développement commercial de l'espace de vente ou du rayon sur le long terme.

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.

### **Référentiel de certification**

#### *Critères d'évaluation de la compétence 1*

Informations recueillies sur l'environnement commercial et l'activité commerciale

Capacité à utiliser diverses sources d'informations, à vérifier la fiabilité des informations recueillies, à actualiser régulièrement ses informations, à se documenter sur les offres de la concurrence...

Exploitation des informations collectées sur l'environnement commercial

Capacité à synthétiser, à analyser et à problématiser l'information recueillie, pour en tirer une vision juste et fiable de son environnement commercial, à évaluer de manière pertinente la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur le secteur.

Exploitation des informations collectées sur l'activité commerciale

Capacité à synthétiser, à analyser et à problématiser l'information recueillie, pour en tirer une vision juste et fiable de ses performances commerciales et de l'efficacité de ses visites, à utiliser les indicateurs de performance et les outils d'analyse de l'activité commerciale mis à disposition par l'entreprise, notamment les indicateurs de performance liés à la gestion de son secteur, à mesurer et expliquer les écarts avec les objectifs commerciaux, à rédiger un rapport d'activité clair et cohérent.

Proposition d'organisation de l'activité commerciale

Capacité à proposer une organisation de l'activité commerciale cohérente avec l'analyse des résultats et de l'environnement, à prendre en compte la politique commerciale de l'entreprise dans les propositions formulées ainsi que le potentiel de chaque client, à rechercher une optimisation du temps passé en visite client, à établir des priorités de visite claires et cohérentes, à s'organiser au quotidien en fonction de ces objectifs et priorités tout en optimisant son temps et son matériel professionnel.

Utilisation du système de GRC

Capacité à exploiter le système de GRC de l'entreprise en vue de l'analyse de son secteur ou de sa performance commerciale et à renseigner de manière adaptée le fichier clients.

#### *Critères d'évaluation de la compétence 2*

Relation établie avec le client

Capacité à établir rapidement une relation de qualité avec le client lors d'une prise de contact, à maintenir des relations positives avec un client dans la durée, à adapter sa communication avec le client en vue de répondre à ses attentes, à sa personnalité et à son profil, à conserver la distance nécessaire pour rester professionnel dans sa relation avec le client.

Démarche de découverte et d'analyse des besoins

Capacité à mener un questionnement adapté auprès d'un nouveau client pour découvrir ses besoins et son organisation, à identifier les ressorts de motivation du client, à identifier l'évolution

des besoins ou de l'organisation d'un client habituel, à exploiter les informations données par le client pour lui proposer une offre adaptée.

#### Structuration de l'entretien de vente

Capacité à conduire une écoute active du client, à susciter l'intérêt du client ou du prospect, à conduire un échange positif avec lui, à prendre en compte ses observations et remarques, à traiter ses objections, à développer une argumentation cohérente et pertinente, à la réajuster en fonction des signes d'attention perçus, à conclure de manière adaptée et positive.

#### *Critères d'évaluation de la compétence 3*

##### Evaluation du potentiel commercial

Capacité à identifier les spécificités économiques et commerciales de la zone de chalandise du client, à analyser le contexte concurrentiel du client, à identifier l'implantation des principaux fournisseurs sur la zone de chalandise, à analyser les forces et faiblesses du rayon ou de l'espace de vente par rapport à la concurrence.

##### Conseil en matière de choix de gamme et d'implantation

Capacité à sélectionner une gamme et un assortiment cohérents avec l'analyse du potentiel commercial, à analyser et à segmenter l'offre de produits par marque, usage et volume, à tenir compte de la présentation horizontale, de la présentation verticale et de la rotation des produits pour définir leur place dans l'implantation du rayon ou de l'espace de vente, à développer un rythme et une dynamique dans la présentation, les couleurs et contrastes.

##### Suivi de la rentabilité d'un rayon ou d'un espace de vente

Capacité à identifier les facteurs ayant un impact sur la rentabilité du rayon ou de l'espace de vente, à analyser les indicateurs économiques du rayon, à identifier les postes à améliorer (chiffre d'affaires, frais, stock, démarque, productivité), à proposer des actions correctives cohérentes avec l'analyse des postes à améliorer.

##### Offre commerciale

Capacité à concevoir une offre commerciale correspondant aux besoins et au profil du client, à prendre en compte la politique commerciale de l'entreprise dans le chiffrage de l'offre, à chiffrer l'offre avec justesse (prix pratiqués, remises éventuelles), à prendre en compte les contraintes liées au fonctionnement de l'entreprise (délais de traitement de commande, de livraison...), à calculer et à maîtriser la marge.

##### Négociation commerciale

Capacité à conduire la négociation commerciale, à mettre en valeur les conditions particulières de vente de l'entreprise et ses avantages concurrentiels, à proposer systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, à défendre sa marge devant le client.

#### *Critères d'évaluation de la compétence 4*

##### Prise de contact, relances et relations clients et prospects

Capacité à utiliser efficacement le téléphone pour assurer un suivi de la relation client et obtenir des rendez-vous ou relancer des clients ou des prospects.

##### Analyse des caractéristiques et de l'activité du client

Capacité à traiter et à synthétiser des informations de différentes sources sur l'historique client, le secteur d'activité du client, à s'informer sur les projets des clients lors des visites, à identifier les acteurs clés du circuit décisionnel (décideurs, prescripteurs, payeurs...), à identifier les leviers d'influence chez un client, à collaborer avec les autres services de l'entreprise pour échanger des informations sur les clients...



## Préparation et suivi des visites

Capacité à définir des objectifs réalistes pour chaque visite en tenant compte des caractéristiques du client et des actions commerciales en cours, à identifier les informations clés à rechercher avant chaque visite, à synthétiser et à capitaliser les résultats de chaque entretien, à définir des objectifs pour la visite suivante.

### Présentation des collections et des actions promotionnelles

Capacité à mettre en valeur les avantages des collections et les actions promotionnelles en partant des besoins du client, à utiliser efficacement les outils d'aide à la vente, à utiliser des techniques permettant de susciter et de maintenir l'attention du client lors des visites, à conserver la maîtrise de l'entretien avec le client (le vendeur suit ses objectifs et non ceux du client).

### Communication et conseil client

Capacité à prendre en compte le positionnement de son interlocuteur, à adapter son comportement et son intervention à différents types d'interlocuteurs, à identifier les limites de son intervention en tant que conseil.

### Suivi de la qualité du service offert

Capacité à suivre l'activité de l'équipe de merchandisers, à transmettre des consignes claires, à identifier les actions correctives à mettre en œuvre pour améliorer le service offert au client.

## *Critères d'évaluation de la compétence 5*

### Gestion de la relation client

Capacité à conserver une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients, à désamorcer le mécontentement du client, à conduire un questionnement adapté en vue d'identifier les raisons de la réclamation, à traiter avec tact et discrétion le cas d'un dépassement d'encours.

### Processus de traitement d'une réclamation client

Capacité à identifier et à expliquer le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise, à effectuer des recherches dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation, à identifier des propositions adaptées de règlement de la réclamation, à tenir compte des engagements pris envers le client.

### Echange des informations au sein de l'équipe

Capacité à identifier la ou les personnes compétentes pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées.

## **Modalités d'évaluation des compétences pour l'accès au CQP par la voie de la formation et par la voie de la validation des acquis de l'expérience**

COMPÉTENCE	ÉVALUATION DES COMPÉTENCES
1	Présentation par le candidat de l'analyse de son environnement et de l'analyse de ses performances commerciales + entretien avec le candidat sur les éléments présentés
2	Observation en situation professionnelle de visite client ou prospect (deux ou trois entretiens) portant de préférence sur des clients et prospects présentant des caractéristiques différentes + entretien avec le candidat portant sur les activités réalisées
3	Etude de cas portant sur l'analyse du dossier d'un client + entretien avec le candidat sur l'étude de cas
4	Observation en situation professionnelle de visite clients (deux ou trois entretiens) portant de préférence sur des clients présentant des caractéristiques différentes + entretien avec le candidat portant sur les activités réalisées

COMPÉTENCE	ÉVALUATION DES COMPÉTENCES
5	Entretien avec le candidat portant sur le traitement de deux situations de réclamations qui se sont présentées au cours de la période écoulée

L'observation portant sur les compétences 2 et 4 est à réaliser simultanément pour les deux compétences.