

REFERENTIEL DU CQPM

TITRE DU CQPM : Vendeur (se) en fournitures industrielles

I OBJECTIF PROFESSIONNEL DU CQPM

Le (ou la) titulaire de la qualification intervient dans la vente de produits industriels dédiés à des professionnels et artisans dans le cadre de leurs activités (plomberie, chauffage, outillages, matériaux, consommables,...) à partir de procédures déterminées par l'entreprise.

Il (elle) peut être amené(e) à effectuer des ventes dans différentes configurations : dans le cadre d'un face à face de vente (en clientèle ou en magasin) ou par téléphone.

Dans ce cadre il (elle) est chargé(e) sous la responsabilité¹ d'un chef de vente, de magasin, ou de plateau téléphonique d'apporter une réponse pertinente et de qualité aux demandes de la clientèle. Pour cela il (elle) dispose de données technico économiques sur les produits et fournitures disponibles à la vente (catalogues, barèmes de prix de vente, fiches techniques,...).

Il (elle) peut être amené à passer des commandes pour des produits non disponibles et fournir au client un prix et un délai en relation avec un fournisseur sur la base de produits référencés et connus.

Il (elle) intervient également dans la préparation de documents administratifs (bon de commande, facture).

Les missions ou activités du titulaire peuvent porter à titre d'exemples non exhaustifs sur :

- La prise de contact et/ou le conseil de clients sur la fourniture de produits industriels.
- La vente de produits et fournitures (prix de vente et argumentation technique)
- Le suivi et la mise à disposition des articles (disponibilité, suivi des stocks, suivi de livraison,..)
- L'établissement de documents de vente (bon de commande,...) dans le respect des procédures de l'entreprise.
- La promotion de l'offre

Pour cela, il (elle) doit être capable de :

- 1) Etablir une prise de contact avec un client
- 2) Découvrir et analyser les besoins techniques et les motivations d'un client
- 3) Fournir des explications techniques à un client
- 4) Proposer une solution globale adaptée à une demande et argumenter la solution choisie.
- 5) Indiquer un prix de vente selon un barème de remises
- 6) Etablir un bon de commande
- 7) Vérifier la disponibilité d'un article
- 8) Effectuer un suivi de livraison
- 9) Promouvoir l'offre
- 10) Communiquer et rendre compte d'une activité

¹ Dans le respect de la réglementation, de la stratégie commerciale de l'entreprise et des instructions du hiérarchique.

II REFERENTIEL DE CERTIFICATION

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
<p>1) Etablir une prise de contact client</p>	<p>Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats,...</p> <p>Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat.</p>	<p>La posture et la méthode de prise de contact client sont adaptées dans le respect des conditions de prise en charge du client (par exemple) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le contact est établi selon des règles de courtoisie et dans un souci de personnalisation de la relation client, • Le questionnement relatif à la nature de sa demande est ouvert et précis, l'écoute est active et les reformulations nécessaires sont faites. • L'orientation du client est pertinente en fonction de ses besoins (les produits adaptés à sa demande sont ciblés,...), le suivi du client est assuré dans le temps. • Le cas échéant les informations clients sont vérifiées (activité du client, ses pratiques et comportement d'achat, historique de ventes, coordonnées,...) • ...
		<p>La qualité de la relation client est avérée (climat de confiance) dans le respect des exigences de l'entreprise et les fondamentaux de la communication (par exemple : valorisation de l'image de l'entreprise, professionnalisme de la posture du vendeur, prise en compte des objections et/ou prise en compte des réclamations ou insatisfactions client,...).</p>

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
<p>2) Découvrir et analyser les besoins techniques et les motivations d'un client</p>		<p>Le besoin du client est parfaitement retranscrit et la faisabilité de la transaction commerciale vérifiée (elle tient compte par exemple de) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La nature de la demande • Des pratiques d'achats connues • Des données techniques analysées • Des possibilités du client en termes de délais, prix, produits, modes de règlements,... • L'environnement normatif et contraintes sécuritaires •
	<p>Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats, contraintes techniques,...</p>	<p>La méthode de questionnement du client est adaptée et les reformulations nécessaires sont judicieusement réalisées. Le cas échéant des orientations technico-économiques pertinentes sont proposées pour valider le besoin exprimé.</p>
	<p>Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.</p>	<p>Les données technico-économiques sont recherchées méthodiquement et analysées à l'aide des ressources d'informations disponibles (par exemple):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catalogues et fiches techniques • Promotions en cours • Barèmes de prix et de remises • Historique des ventes • Produits de substitutions ou complémentaires disponibles • Logiciel CRM (logiciel de gestion de la relation client) • ...
		<p>Les conditions de ventes sont connues et appliquées dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise.</p>

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
3) Fournir des explications techniques à un client	<p>Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats,...</p>	<p>Les caractéristiques techniques et le bon usage du produit sont parfaitement appréhendés en référence avec la réglementation et les recommandations liées au secteur d'activité et contexte du client.</p>
	<p>Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.</p>	<p>Le vocabulaire technique ainsi que la méthode d'explications sont adaptés à l'interlocuteur. Les supports techniques sont judicieusement exploités pour appuyer la nature des explications.</p>
	<p>Les avantages du/ou des produit(s) proposés et services associés sont mis en avant. L'image de l'entreprise est valorisée durant les échanges.</p>	
4) Proposer une solution globale adaptée à une demande et argumenter la solution choisie.	<p>Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats,...</p>	<p>Les solutions proposées sont justifiées techniquement et économiquement. Elles sont judicieuses et d'un niveau de qualité adapté au besoin exprimé.</p>
	<p>Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.</p>	<p>La méthode d'argumentation est adaptée à l'interlocuteur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'argumentaire relatif aux solutions proposées est pertinent et convainquant en cohérence avec les besoins techniques du client • Les motivations d'achat du client sont valorisées sous forme de bénéfice client personnalisé.
	<p>Les composantes de l'offre sont présentées et argumentées, les objections font l'objet d'une réponse efficace.</p>	

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
5) Indiquer un prix de vente selon un barème de remises	Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats,...	Les tarifs appliqués sont conformes aux conditions de remises du client et selon le barème en vigueur en cohérence avec la politique commerciale de l'entreprise.
	Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.	Le calcul réalisé est juste , les règles et méthodes de calculs sont conformes à celles appliquées dans l'entreprise.
	Selon une liste de références de produits et selon les conditions commerciales définies.	Les règles de présentations sont respectées : <ul style="list-style-type: none"> • Tarif avant et après remise, • Application des prix HT et TTC • Les frais annexes sont pris en compte le cas échéant (frais de transports, frais d'expédition,...)
		Les conditions générales de ventes sont explicitées (mode de règlement, délais, conditions de garantie...)
6) Etablir un bon de commande	Dans le contexte d'une vente à partir d'une situation connue : Profil du client, nature de sa demande et produits, pratiques d'achats,...	Le bon de commande est établi conformément aux règles de présentations en vigueur dans l'entreprise. Il est exploitable pour passer une commande. Les données sont exactes et traduisent le besoin réel du client (désignation et code article, prix unitaire, quantité,...)
	Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.	L'ensemble des frais imputables est pris en compte (par exemple : cout de traitement de la commande, frais de transports et de livraison,...).
	Dans le cadre d'une commande à passer selon le format entreprise	La commande est établie dans le respect des règles et procédures commerciale de l'entreprise. Les données du bon de commande sont vérifiées auprès du client (description de la commande, adresse de livraison et facturation, mode de règlement et coordonnées bancaires,...).

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
<p>7) Vérifier la disponibilité d'un article</p>	<p>Dans le cadre d'articles référencés et connus</p> <p>Les données de gestion de stocks sont connus (quantité mini, seuil de réapprovisionnement, cout unitaire,...).</p>	<p>La disponibilité des articles est vérifiée méthodiquement (par exemple):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité informatique • Concordance entre disponibilité informatique et physique des articles • Dates de péremption ou d'utilisation • Sortie et approvisionnement des articles du stock • Etat du stock au regard des niveaux et délais de réapprovisionnement • Les modes de conditionnement sont pris en compte • les délais annoncés sont réalistes (ils tiennent compte des contraintes de livraisons et des disponibilités des produits) • Le cas échéant les minimums de commandes sont pris en compte au regard du besoin annoncé par le client •
		<p>Les données reportées sont conformes à la demande client, les indisponibilités sont prises en compte et le cas échéant une solution adaptée au besoin du client est proposée en termes de délai (commande,...)</p>
		<p>Les besoins client inhérents au besoin du marché sont retranscrits au gestionnaire du stock (par exemple : mode de conditionnement, typologie de produit,...).</p>

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
8) Effectuer un suivi de livraison	<p>Dans le cadre d'un suivi de livraison.</p> <p>Les données relatives à la livraison sont mises à disposition du candidat.</p> <p>Les contraintes du client sont connues.</p>	Le suivi de la livraison est assuré.
		La méthode de suivi est adaptée , elle tient compte de : <ul style="list-style-type: none"> • La vérification de la livraison selon le délai annoncé. • La vérification de l'application des solutions déterminées avec le client. • L'information du client en cas non-respect des engagements et la proposition d'une solution alternative.
		Toute solution alternative proposée est étudiée en termes de faisabilité.
9) Promouvoir l'offre	<p>Dans le cadre de la présentation de l'offre à destination d'un client.</p> <p>Les supports de présentations sont mis à disposition, les promotions en cours sont connues.</p> <p>A partir d'une surface de vente structurée.</p>	Les solutions pertinentes visant à promouvoir l'offre sont proposées au client : <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation des lieux de vente comme ressource (par exemple pour démonstration de produits non déplaçable chez le client). • Mise en relation du client avec un spécialiste produit. • Proposition de consultation de l'offre selon la modalité adaptée au client (site internet pour consultation de l'offre, présentation d'un catalogue produit, indication d'un lieu de vente de proximité pour visualiser les produits,...). • ...
		La totalité de l'offre est parfaitement appréhendée , elle est présentée de manière structurée et méthodique. Elle tient compte des bénéfices promotionnels en cours.
		La méthode est adaptée : <ul style="list-style-type: none"> • Exploitation de la surface de vente comme lieu de promotion. • Exploitation des supports techniques et commerciaux (internet, catalogue,...) • Mise en évidence des promotions en cours •

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
<p>10) Communiquer et rendre compte d'une activité</p>	<p>Dans le cadre de l'activité normale.</p>	<p>Les directives qualités et commerciales sont connues et appliquées.</p>
		<p>Le compte rendu et éléments de communication produits sont exploitables par une tierce personne et permettent de garder une traçabilité du travail réalisé, tant par sa précision que la pertinence des informations techniques qu'il contient.</p>
		<p>La modalité de communication est adaptée à l'interlocuteur.</p>
		<p>Le cas échéant les remontées d'informations utiles au développement des ventes sont systématiquement transmises au bon interlocuteur.</p>

III CONDITIONS D'ADMISSIBILITE

Pour que le candidat² soit déclaré admissible par le jury de délibération paritaire l'ensemble des capacités professionnelles décrites dans le référentiel de certification doit être acquis.

IV MODALITES D'EVALUATION

IV.1 Conditions de mise en œuvre des évaluations en vue de la certification

- Tout engagement dans une démarche ayant pour objet le CQPM (formation, validation des acquis..) implique l'inscription préalable du candidat à la certification auprès de l'UIMM territoriale centre d'examen.
- L'UIMM territoriale centre d'examen et l'entreprise ou à défaut le candidat (VAE, demandeurs d'emploi...) définissent dans un dossier qui sera transmis à l'UIMM centre de ressource, les modalités d'évaluation qui seront mises en œuvre en fonction du contexte parmi celles prévues dans le référentiel de certification.
- Les modalités d'évaluation reposant sur des activités ou projets réalisés en milieu professionnel sont privilégiées. Dans les cas exceptionnels où il est impossible de mettre en œuvre cette modalité d'évaluation et lorsque cela est prévu dans le référentiel de certification, des évaluations en situation professionnelle reconstituée pourront être mises en œuvre.

IV.2 Mise en œuvre des modalités d'évaluation

Les capacités professionnelles sont évaluées à l'aide des critères avec niveau d'exigence et selon les conditions de réalisation définies dans le référentiel de certification.

A) Validation des capacités professionnelles

L'acquisition de chacune des capacités professionnelles est validée sur la base :

- des différentes évaluations
- de l'avis de l'entreprise
- de l'entretien avec le candidat

B) Définition des différentes modalités d'évaluation

a) Présentation des projets ou activités réalisés en milieu professionnel

Le candidat transmet un rapport à l'UIMM territoriale centre d'examen, dans les délais et conditions préalablement fixés, afin de montrer que les capacités professionnelles à évaluer selon cette modalité ont bien été mises en œuvre en entreprise à l'occasion d'un ou plusieurs projets ou activités.

La présentation de ces projets ou activités devant une commission d'évaluation permettra au candidat de démontrer que les exigences du référentiel de certification sont satisfaites.

² Le terme générique « candidat » est utilisé pour désigner un candidat ou une candidate.

b) Avis de l'entreprise

L'entreprise (tuteur, responsable hiérarchique ou fonctionnel...) donne un avis en regard du référentiel de certification (capacités professionnelles et/ou critères) sur les éléments mis en œuvre par le candidat lors de la réalisation de projets ou activités professionnels.

c) Evaluation en situation professionnelle réelle

L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles. Cette évaluation s'appuie sur:

- une observation en situation de travail
- des questionnements avec apport d'éléments de preuve par le candidat

d) Evaluation à partir d'une situation professionnelle reconstituée

L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans des conditions représentatives d'une situation réelle d'entreprise :

(Supprimer la rubrique inutile si nécessaire)

➤ par observation avec questionnements

Ou

➤ avec une restitution écrite et/ou orale par le candidat.