

RÉFÉRENTIEL DU CQPM

TITRE DU CQPM : **Négociateur (trice) en matériels professionnels en agroéquipements**

I OBJECTIF PROFESSIONNEL DU CQPM

Le (la) titulaire du CQPM exerce son activité dans les entreprises du secteur de l'agroéquipement (agriculture et espaces verts). Il (elle) est chargé(e) du développement commercial de la société, sur une zone géographique donnée, généralement sous l'autorité du (de la) Chef des Ventes ou du (de la) Directeur (trice) Commercial(e).

Ses activités peuvent varier d'une entreprise à une autre, selon sa taille et sa spécificité. Plus l'entreprise est petite, plus la polyvalence attendue par le (la) négociateur (trice) est grande, modifiant ainsi le périmètre de ses responsabilités et son autonomie. Les pratiques professionnelles changent également d'une entreprise à une autre, le (la) négociateur (trice) en matériels professionnels endosse parfois une fonction de responsable produit dont la mission est plus technique, ou de technico-commercial(e) ou de négociateur (trice), dont la mission privilégie le contact client et la négociation.

Les activités sont exercées la plupart du temps sur le terrain, avec des clients, qui peuvent être soit les utilisateurs de matériels, soit les distributeurs. Elles sont exercées également sur les salons professionnels, nombreux dans le milieu agricole. Il (elle) est amené(e) à présenter l'entreprise, les produits, les matériels et les services, et à exercer une veille technologique auprès de ses concurrents, en France ou à l'étranger pour les entreprises internationales.

En dehors de son action terrain, il (elle) rédige des rapports, renseigne les tableaux de bord de gestion de l'activité, et fait remonter les informations récupérées sur le terrain. Le reste du temps est consacré à la tenue de réunions internes.

A partir de directives générales, d'une stratégie et d'une politique commerciale définie par la société, ses actions sont conduites sur le terrain et portent essentiellement sur la prospection ou des démonstrations afin d'améliorer la connaissance des produits et dynamiser les ventes. Il (elle) est associé aux actions "terrains" organisées par les concessionnaires et peut exécuter des démonstrations et faire des essais sur les matériels neufs. Des directives peuvent être données par son supérieur hiérarchique en fonction de l'analyse des résultats du secteur et de l'analyse du besoin du client.

La communication est essentielle dans ce métier. La confidentialité reste cependant un critère déterminant dans les actions menées par le (la) négociateur (trice), car le résultat peut venir d'une anticipation de l'entreprise sur l'évolution du marché, et il (elle) est souvent essentiel d'être le (la) premier(e) à réagir.

Le (la) négociateur (trice) participe aux réunions stratégiques avec la Direction, et définit les actions commerciales à mettre en place pour remplir les objectifs qui lui sont assignés. Il (elle) peut être conduit suivant les cas à contribuer à la formation des vendeurs de concessions.

Il (elle) se forme régulièrement sur les nouveaux produits et les techniques de vente, et également tout ce qui touche à la fiscalité, en particulier la PAC (Politique Agricole Commune), la DFI (Déduction Forfaitaire pour Investissement, la DPA (Déduction pour Aléas) et autres mesures de défiscalisation pour les agriculteurs.

Il (elle) organise ses tournées pour rencontrer ses principaux clients que sont les Concessionnaires. Avec eux, il (elle) contrôle le respect des objectifs et les conditions de vente et de reprises des matériels, pour eux et pour leurs clients. Il (elle) les informe des évolutions de la société, autant au niveau des produits que de la politique globale.

Il (elle) s'informe de l'évolution du secteur, de la santé économique du milieu agricole régional, ou encore de l'évolution de la concurrence. Il (elle) peut également conseiller les grands comptes et les épauler pour les ventes difficiles de matériels.

Tout au long de l'année il (elle) anime, conseille et recrute son réseau de concessionnaires ou d'agents. Le (la) négociateur est amené(e) à se déplacer en permanence. La mobilité fait partie intégrante du métier. C'est avant tout une personne de contact, ainsi qu'un (une) manager. Il doit en effet être en mesure d'amener une équipe de commerciaux à atteindre des objectifs chiffrés et précis.

Il (elle) doit pouvoir communiquer avec les personnels de la maison mère, dans une langue appropriée pour les multinationales, et savoir s'exprimer, notamment en anglais, sur les salons.

Le (la) négociateur (trice) est chargé(e) du développement commercial d'une société, sur une zone géographique donnée.

Les activités ou missions, résultantes du champ d'application défini précédemment, du (de la) négociateur (trice) en matériels professionnels en agroéquipements peuvent porter à titre d'exemples non exhaustifs sur :

- *Le développement et déploiement des actions commerciales ;*
- *l'animation d'un réseau commercial en agroéquipements ;*
- *la tenue et la maîtrise des objectifs de vente.*

Dans ce cadre, le (la) titulaire de la qualification doit être capable de :

- 1) Réaliser un plan d'actions commerciales dans le cadre des objectifs qui lui sont impartis ;**
- 2) Contribuer à la veille technologique et concurrentielle de l'entreprise ;**
- 3) Rendre compte de son activité ;**

- 4) Animer un réseau commercial client ou concessionnaire ;**
- 5) Assurer la relation et le suivi client ;**

- 6) Présenter et argumenter les matériels et/ou les services associés ;**
- 7) Élaborer une offre de vente de matériels et/ou de services ;**
- 8) Réaliser les objectifs de vente.**

II REFERENTIEL DE CERTIFICATION

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
1- Réaliser un plan d'actions commerciales dans le cadre des objectifs qui lui sont impartis	Sur la base d'objectifs prédéterminés.	Les objectifs globaux et/ou spécifiques sont connus et qualifiés (Chiffre d'affaires, volumes, marges, secteur géographique....).
		Les étapes et actions sont déterminées et des indicateurs de suivi sont mis en place. Les potentiels du secteur visé sont analysés. Les clients et prospects sont ciblés et référencés. Les budgets sont établis et validés.
2- Contribuer à la veille technologique et concurrentielle de l'entreprise	Dans un contexte de marché identifié, selon les procédures de l'entreprise.	Les éléments se rapportant aux marchés, aux produits et/ou aux services et à leurs évolutions sont collectés à l'occasion du travail de terrain et restitués aux services et interlocuteurs intéressés dans l'entreprise (marketing, commercial, bureau d'études, logistique ...).
		Les attentes des clients, les évolutions de leurs besoins, sont identifiées et communiquées aux différents services concernés de l'entreprise.
3- Rendre compte de son activité	Dans un contexte de marché identifié, selon les procédures de l'entreprise.	Des compte-rendu d'activité clairs et exploitables sont réalisés conformément aux processus applicables dans l'entreprise et transmis aux destinataires prévus.
		Les conditions de succès comme les contraintes et résistances rencontrées sont identifiées, caractérisées et analysées. Si besoins, des pistes d'amélioration sont proposées.

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
4- Animer un réseau commercial client ou concessionnaire	Avec le ou les client(s) ou concessionnaire(s). A partir : - des objectifs de vente ; - des tableaux de bords de vente ; - de la stratégie marketing ; - des procédures internes de l'entreprise ; - des catalogues produits et/ou plaquettes commerciales, des matériels proposés.	L'évolution des ventes du secteur est analysée avec les concessionnaires ou les clients.
		Les actions commerciales nécessaires pour réaliser les objectifs sont définies avec les concessionnaires ou les clients.
		Les actions de terrains sont organisées et réalisées (salons, démonstrations,...).
		La maîtrise de l'anglais est caractérisée au minimum : - par la compréhension des termes et notions essentiels liés à la vente des matériels et des services associés de l'entreprise ; - en prenant part sans préparation à une conversation technique et en articulant des expressions techniques de manière simple en donnant des raisons et des opinions sur les matériels de l'entreprise ; - en écrivant un texte simple et cohérent sur un sujet relatif à la vente et/ou à la négociation.
5- Assurer la relation et le suivi client	A partir : - du dossier de vente du client ; - des outils de gestion de la relation client (GRC) ; - des procédures internes à l'entreprise.	La mise à jour des données client est enregistrée dans l'outil de gestion.
		Les moyens de mesure de la satisfaction client sont mis en œuvre (enquête de satisfaction favorable, compte rendu de visite favorable,...).
		Les réclamations ou les litiges sont réglés en appliquant les procédures internes.

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
6- Présenter et argumenter les matériels et/ou les services associés	A partir: - de l'analyse du besoin du client et/ou du cahier des charges client ; - de la situation du client (type de société, bilans,...) ; - des catalogues produits et/ou plaquettes commerciales, des matériels proposés (tracteurs, bennes,...).	Le cahier des charges du client est connu.
		L'entretien est préparé par un argumentaire adapté au besoin du client.
		L'entretien avec le client est mené en reformulant pour confirmer le besoin.
		Une mise à l'essai des matériels est proposée en fonction de sa nature.
		La maîtrise de l'anglais est caractérisée au minimum : <ul style="list-style-type: none"> - par la compréhension des termes et notions essentiels liés à la vente des matériels de l'entreprise ; - en prenant part sans préparation à une conversation technique et en articulant des expressions techniques de manière simple en donnant des raisons et des opinions sur les matériels de l'entreprise ; - en écrivant un texte simple et cohérent sur un sujet relatif à la vente et/ou à la négociation.
7- Élaborer une offre de vente de matériels et/ou de services	A partir d'un : <ul style="list-style-type: none"> - de l'analyse du besoin client ; - de la nature du ou des matériels et/ou des services ; - des conditions financières ; - de l'analyse juridique et comptable de l'entreprise du client. - des catalogues produits et/ou plaquettes commerciales, des matériels (tracteurs, bennes,...). 	La disponibilité du matériel et les délais de livraison sont vérifiés.
		Le tarif négocié inclut des prestations complémentaires (pièces, maintenance, formation,...).
		Les outils défiscalisant en vigueur et adaptés à la situation du client sont proposées.
		L'offre finale inclut le cas échéant la reprise du matériel client. Elle tient compte également le cas échéant d'une défiscalisation.

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
8- Réaliser les objectifs de vente	A partir: - du plan d'action commercial ; - des conditions financières ; - des catalogues produits et/ou plaquettes commerciales, des matériels (tracteurs, bennes,...).	Les objectifs de vente fixés sont connus.
		Les programmes de vente sont atteints.
		Le plan d'actions commerciales est respecté.

III CONDITIONS D'ADMISSIBILITE

Pour que le candidat¹ soit déclaré admissible par le jury de délibération 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.

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) Évaluation 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.

¹ le terme générique « candidat » est utilisé pour désigner un candidat ou une candidate.