

RÉFÉRENTIEL DU CQPM

TITRE DU CQPM : **Responsable pièces de rechange en agroéquipements**

I OBJECTIF PROFESSIONNEL DU CQPM

Le (la) titulaire du CQPM exerce son activité dans les entreprises du secteur des agroéquipements. Il (elle) est chargé(e) de faire appliquer la stratégie définie par l'entreprise ou la maison mère auprès du réseau en matière de pièces de rechange, sur une zone géographique donnée, généralement sous l'autorité du (de la) directeur (trice) pièces de rechange, du (de la) chef des ventes ou du (de la) directeur (trice) commercial(e).

Le (la) responsable pièces de rechange fait le lien entre la concession et le constructeur. Il (elle) exerce soit chez le concessionnaire de matériels agricoles, soit au sein du service pièces de rechange de l'entreprise, soit dans un service marketing ou encore directement dans le magasin pièces le cas échéant.

Ses actions peuvent, selon les cas, prendre la forme d'actions sur le terrain comme des animations de réseau, d'actions de conseil sur la vente de produits ou de participations à la réalisation d'actions promotionnelles, dans le but d'améliorer et de développer les ventes. La vente de pièces de rechange ne connaît pas de cycles ou de saisonnalité, car les années où les matériels se vendent peu, les pièces se vendent plus. La vente de pièce est indissociable de la notion de service, permettant ainsi de fidéliser les clients.

Le (la) responsable pièces de rechange participe aux réunions de sa Direction, définit ses objectifs et ses actions commerciales à mettre en place pour remplir ses objectifs. Il (elle) crée des outils d'aide à la vente (site Internet, brochures, CD-ROM...) en fonction des concessionnaires et des clients finaux. Il (elle) est en relation directe avec le fabricant de pièces et accessoires et renseigne les tableaux de bord de gestion des pièces, ce qui nécessite une bonne connaissance de l'anglais.

Sur le terrain, il (elle) organise ses tournées pour rencontrer les concessionnaires, vérifie le bon état des stocks et de la disponibilité des pièces avec le (la) directeur (trice) du magasin, et vérifie la rentabilité du point de vente avec le concessionnaire. Les passations de commandes se font en effet dans les délais les courts possibles, de même que les expéditions, afin de garantir une livraison au plus tôt.

Il (elle) contrôle avec le concessionnaire le respect des objectifs et les conditions de vente des pièces, en fonction de la politique de l'entreprise et des potentialités du secteur. Il (elle) s'assure de la bonne présentation des pièces et du bon agencement du magasin, et est amené à donner des conseils sur le merchandising (Ensemble des techniques d'optimisation ayant trait à l'exposition et la présentation des produits dans les points de vente. Le Merchandising repose sur des analyses quantitatives des ventes et des résultats, sur une mise en valeur de l'offre et sur la prise en compte des comportements des visiteurs du point de vente). Il (elle) peut également préconiser la mise en place d'actions promotionnelles, la vente par kits ou la distribution à domicile, toujours dans l'objectif de la satisfaction du client final.

Le (la) responsable pièces de rechange s'informe de l'évolution du secteur, s'enquiert des remarques des clients et aide aux règlements des réclamations et litiges liés à la qualité ou à la disponibilité des pièces.

Il (elle) est amené dans certains cas à participer aux salons de la pièce organisés par les constructeurs pour leurs concessionnaires.

Dans l'entreprise, il (elle) rédige des rapports ou des comptes rendus pour faire remonter les informations et renseigner les tableaux de bord de gestion de l'activité.

Le (la) responsable pièces de rechange est amené à se déplacer en permanence. C'est avant tout une personne de contact. Il (elle) doit être en mesure de conseiller et de faire évoluer les pratiques du terrain, afin d'amener les concessionnaires à des objectifs chiffrés et précis.

Il (elle) communique avec les collaborateurs de la maison mère, à l'étranger pour les multinationales, nécessitant encore une fois une bonne maîtrise de l'anglais.

Le (la) responsable pièces de rechange est en charge de mettre en place et développer auprès du réseau de concessionnaires les actions du plan annuel tant en termes de résultats qu'en termes de qualité et de satisfaction clients en s'appuyant sur des moyens commerciaux puissants.

Il (elle) veille à diffuser les informations pour aider les concessionnaires, animer et dynamiser son réseau pour la vente des pièces et accessoires. Il (elle) les appuie au niveau marketing en leur fournissant des outils adaptés et en leur préconisant des actions ponctuelles. Il (elle) les conseille au niveau du merchandising.

Les activités ou missions, résultantes du champ d'application défini précédemment, du (de la) responsable pièces de rechange 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 gestion de l'activité vente de pièces.*

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 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) Développer l'activité de vente de pièce ;**
- 7) Répartir les objectifs de vente sur son secteur ;**
- 8) Vérifier la rentabilité du point 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	<p>Avec le ou les client(s) ou concessionnaire(s).</p> <p>A partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>L'évolution des ventes du secteur est analysée avec les concessionnaires ou les clients.</p>
		<p>Les actions commerciales nécessaires pour réaliser les objectifs sont définies avec les concessionnaires ou les clients.</p>
		<p>Les actions de terrains sont organisées et réalisées (salons, démonstrations,...).</p>
		<p>La maîtrise de l'anglais est caractérisée au minimum :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 de pièces détachées ou de rechange.
5- Assurer la relation et le suivi client	<p>A partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - du dossier de vente du client ; - des outils de gestion de la relation client (GRC) ; - des procédures internes à l'entreprise. 	<p>La mise à jour des données client est enregistrée dans l'outil de gestion.</p>
		<p>La commande est enregistrée et validée par l'administration des ventes.</p>
		<p>Les moyens de mesure de la satisfaction client sont mis en œuvre (enquête de satisfaction favorable, compte rendu de visite favorable,...).</p>
		<p>Les réclamations ou les litiges sont réglés en appliquant les procédures internes.</p>

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
6- Développer l'activité vente de pièces	A partir : <ul style="list-style-type: none"> - du dossier de vente du client ; - des outils de gestion de la relation client (GRC), - des procédures internes à l'entreprise, - des outils de communication modernes à disposition (réseaux sociaux, sites marchands, sites de référencement, ...). 	Les actions marketing mises en place contribuent à dynamiser l'activité de vente de pièces détachées ou de rechange (captation de nouveaux clients, augmentation du chiffre d'affaires, fidélisation des clients, ...).
		Les opérations commerciales mises en œuvre sont adaptées au réseau de distribution (salons, démonstrations, utilisations des réseaux sociaux, utilisation des sites marchands,...).
		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 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 de pièces détachées ou de rechange.
7- Répartir les objectifs de vente sur son secteur	Avec le ou les client(s) ou concessionnaire(s). A partir : <ul style="list-style-type: none"> - des objectifs de vente ; - de la stratégie marketing ; - des procédures internes de l'entreprise ; - des catalogues produits et/ou plaquettes commerciales, des matériels proposés, - des données économiques du secteur. 	Les directives générales imposées par la hiérarchie et/ou le secteur concerné sont respectées.
		La répartition des objectifs de vente est raisonnée et tient compte de différents paramètres (activité économique du secteur, dynamisme territorial, critères environnementaux,).
		Les objectifs de vente de son secteur sont répartis de manière chiffrée et précise, ils permettent de satisfaire le client et d'atteindre les résultats attendus.

Capacités professionnelles	Conditions de réalisation	Critères observables et ou mesurables avec niveau d'exigence
8- Vérifier la rentabilité du point de vente	A partir : - des outils de gestion à disposition ; - des objectifs de vente ; - des tableaux de bords de vente ; - de la stratégie marketing ; - des procédures internes de l'entreprise.	Des tableaux de bords de vente adaptés sont mis en place à partir des outils de gestion à disposition (réalisation des objectifs fixés, efficacité du point de vente, gestion de l'état des stocks, ...).
		Les résultats économiques sont analysés (taux de marge, taux de service, ...) et les éventuels écarts constatés avec les objectifs de vente sont signalés à la hiérarchie.

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.