

## REFERENTIEL DU CQPM

Titre du CQPM : **Vendeur en fournitures industrielles**

### 1. REFERENTIEL D'ACTIVITES DU CQPM

#### 1.1. Mission (s) et activités visées par la certification professionnelle

*Le vendeur en fournitures industrielles intervient dans la vente de produits industriels dédiés à des professionnels et artisans dans le cadre de leurs activités (plomberie, chauffage, outillages, matériaux, consommables...).*

*Il exerce son activité dans un espace de vente de type entrepôt ou magasin dédié à la mise à disposition dans des rayonnages des produits destinés à la vente.*

*Il vend des produits techniques dont il doit en assurer le conseil auprès des professionnels (produits de quincaillerie, visserie et fixation, produits consommables - outillages - équipements de protection - équipements d'atelier et de chantier - composants mécaniques, pneumatiques, hydrauliques – composants électriques : courant fort, courant faible).*

*Dans ce cadre, il est chargé sous la responsabilité<sup>1</sup> 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 dispose de données technico économiques sur les produits et fournitures disponibles à la vente (catalogues, barèmes de prix de vente, fiches techniques...).*

*Il peut être amené à effectuer des ventes dans différentes configurations : dans le cadre d'un face à face (en clientèle ou en magasin) ou par téléphone et internet dans le cadre du « click and collect ».*

*Le vendeur en fournitures industrielles procède à l'établissement d'une facture selon un barème et des règles de remises établies puis il procède aux encaissements directs ou différés.*

*Le vendeur connaît son espace de vente ainsi que ses produits sur le plan technique afin d'assurer un conseil auprès du client, il assure l'approvisionnement et l'agencement de son espace de vente selon des règles et supports de présentations convenus avec son responsable.*

*Il met en avant les produits selon les règles promotionnelles convenues dans des zones de présentations dédiées et assure cette promotion auprès du client.*

*Il 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 de substitution référencés et connus.*

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

---

<sup>1</sup> Dans le respect de la réglementation et la stratégie commerciale de l'entreprise.

Les missions ou activités du titulaire portent sur :

- **La promotion de l'offre en fournitures industrielles**

Dans le cadre d'un espace de vente dédié aux fournitures industrielles :

Cette activité consiste à mettre en avant l'ensemble des produits disponibles à la vente. Pour cela le vendeur doit connaître les caractéristiques techniques des produits proposés afin d'assurer un échange de qualité avec les clients et assurer un conseil adapté.

Les informations recueillies auprès des clients lui permettent de mettre à jour ou renseigner la base de données de gestion de la relation clients, de rendre compte et de mutualiser les informations utiles à l'ensemble de l'équipe commerciale.

- **La prise de contact et le conseil du client dans le cadre de vente de fournitures industrielles**

Dans le cadre de vente de fournitures industrielles :

Cette activité a pour finalité (en exploitant l'ensemble des supports à la vente : espace de vente, catalogues, panel de produits, échantillons) dans un espace de vente dédié d'assurer l'accueil personnalisé des clients, de repérer leurs besoins et les conseiller sur une solution commerciale adaptée.

Pour cela le vendeur vérifie si le client est référencé (achats antérieurs, nature des demandes...), identifie ses besoins et motivations au cours d'un échange ou entretien « de découverte client » en exploitant l'espace de vente. Il assure les démonstrations nécessaires s'agissant d'outillages et vérifie le contexte d'emploi des produits proposés notamment en exploitant les supports techniques.

Le vendeur recherche à créer une relation commerciale personnalisée avec les clients et cherche à leur fournir des solutions globales de vente, sa connaissance technique des produits et sa compréhension des besoins clients favorisent leur fidélisation.

- **La vente et le suivi d'une vente de fournitures industrielles**

Dans le cadre de vente de fournitures industrielles :

Cette activité a pour finalité de formaliser la vente en rédigeant les documents support de la transaction commerciale (bon d'achat, bon de commande) reprenant l'ensemble des éléments contractuels selon les standards de l'entreprise. En précisant les prix de vente selon les barèmes de remise de l'entreprise et en appliquant les calculs de TVA adéquat.

Pour cela, le vendeur s'assure que les produits qu'il met à disposition du client sont conformes à ses attentes, il vérifie que les caractéristiques techniques sont bien en adéquation avec les besoins du clients et compatibles avec leurs usages.

Il vérifie également leur disponibilité et établit les documents commerciaux nécessaires en indiquant les informations adéquates et assure le suivi de la livraison et le SAV (respect des dates de livraison, des unités de conditionnement, les adresses de livraison...)

## **1.2. Environnement de travail**

Le vendeur en fournitures industrielles agit auprès de professionnels (artisans, professionnels du secteur du bâtiment, de l'industrie) qui viennent chercher des produits et fournitures industrielles (quincaillerie, matériaux, accessoires, équipements).

Il dispose d'un comptoir de vente, il effectue ses recherches sur système informatique et assure les encaissements puis il met à disposition du client les produits en référence à sa demande.

Les produits peuvent être en libre-service, mais généralement le vendeur interagit avec le client derrière un comptoir de vente.

Le client s'adresse au vendeur qui analyse sa demande et effectue des recherches de produits en rayons ou sur système informatique ou sont référencés les produits (leur disponibilité, leur emplacement dans le magasin...) pour regrouper les produits selon la commande du client.

*Selon la disponibilité des produits il peut être amené à passer des commandes auprès de fournisseurs connus sur des produits de substitution référencés, il vérifie leurs délais d'approvisionnement.*

### **1.3. Interactions dans l'environnement de travail**

*Il agit selon les instructions d'un responsable de magasin ou chef de vente.*

*Il accueille le client, le conseille, le sert, l'oriente, le renseigne dans le périmètre du plan de stock de l'enseigne (magasin, plateforme, entrepôt).*

*Il répond au téléphone pour informer des disponibilités d'articles, il peut également répondre à des questions techniques et dispenser des conseils, prendre une commande. De même, il peut effectuer des ventes par téléphone ou à distance via internet dans le cadre du « click and collect ».*

### **1.4. Analyse et évolutions du métier**

*Le vendeur en fournitures industrielles évolue dans un environnement où le numérique est présent dans plusieurs domaines :*

*-Les systèmes d'informations auxquels il doit se référer :*

- Pour gérer la relation client, pour éditer les bordereaux et factures,*
- Pour consulter les notices et descriptifs produits accessibles via des plateformes numériques*
- Pour consulter les commandes, les réservations ou la mise à disposition de produits dans le cadre de la vente à emporter.*

*-Les produits et outillages pouvant comporter des fonctionnalités numériques et pour lesquels le vendeur doit fournir des conseils et démonstrations face aux clients (par exemple : les gammes d'outils dits « intelligents » qui se développent de plus en plus avec géolocalisation, suivi d'utilisation, ergonomie et réglage automatique...).*

## 2. REFERENTIEL DE COMPETENCES

### Compétences et connaissances afférentes au CQPM visé :

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

Blocs de compétences	Compétences professionnelles	Connaissances associées
<b>BDC 1</b>  <b>La promotion de l'offre en fournitures industrielles</b>	1. Promouvoir l'offre de fournitures industrielles	<b>Merchandising</b> Techniques de démonstration des produits et outillages (connaissance des domaines d'utilisation et fonctionnalités) Présentation des gammes Connaissance des outils d'informations CRM et ERP Connaissances générales sur les Labels environnementaux, Connaissances sur les impacts environnementaux des matériaux et des produits
	2. Communiquer et rendre compte d'une activité de vente	
<b>BDC 2</b>  <b>La prise de contact et le conseil du client dans le cadre de la vente de fournitures industrielles</b>	1. Etablir une prise de contact avec un client	Connaissance des éléments pour faire une bonne première impression Connaître les techniques de questionnement (ouvertes, fermées) Connaître les types de motivations (SABONE) Connaître les applications des produits en lien avec le métier du client
	2. Découvrir et analyser les besoins techniques et les motivations d'achat d'un client	
	3. Fournir des explications en lien avec les applications techniques d'un client	
<b>BDC 3</b>  <b>La vente et le suivi d'une vente de fournitures industrielles</b>	1. Proposer et argumenter une solution globale et de service adaptée à une demande.	- Connaître la technique de vente CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices), ou équivalent - Connaître les techniques d'argumentaires structurés - Connaître l'utilisation des outils informatiques - Connaissances générales sur les Labels environnementaux, Connaissances sur les impacts environnementaux des matériaux et des produits
	2. Vérifier la disponibilité d'un article	
	3. Etablir les documents commerciaux relatifs à l'acte de vente	
	4. Effectuer le suivi d'une vente (SAV, suivi de livraison)	

### 3. REFERENTIEL D'EVALUATIONS

#### 3.1. Conditions de réalisation et d'évaluation des compétences professionnelles selon les critères mesurables, observables et les résultats attendus

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>1 Promouvoir l'offre de fournitures industrielles</b></p>	<p>Dans le cadre de la présentation de l'offre à destination d'un client.</p> <p>L'offre de fournitures industrielles est mise à disposition</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 ou supports de vente structurés.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>            La méthode est adaptée :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation des lieux de vente comme ressource (par exemple pour favoriser les explications techniques et/ ou manipulations).</li> <li>• Mise en relation du client avec un spécialiste produit.</li> <li>• Proposition de consultation de l'offre selon la modalité adaptée au client (site internet pour consultation de l'offre, « click and collect », présentation d'un catalogue produit, indication d'un lieu de vente de proximité pour visualiser les produits...).</li> <li>• Mise en évidence des promotions en cours.</li> <li>• Conseil en consommation responsable</li> </ul> <p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>            L'espace de vente est parfaitement exploité, les démonstrations nécessaires sont réalisées (leur maîtrise est avérée).</p> <p>Les supports promotionnels sont connus et appliqués.</p> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>            L'argumentaire amenant le vendeur à orienter le client sur les promotions est pertinent au regard des besoins identifiés.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>            Les objectifs de vente sont parfaitement intégrés par le vendeur (par exemple en termes de : panier moyen, nombre de bon de livraisons) et oriente le client sur les produits promotionnels en lien avec leur besoin métier.</p> <p>La qualité de la relation client est préservée tout au long de la vente. Des solutions gagnant – gagnant sont proposées.</p>	<p>La totalité de l'offre est appréhendée, elle est en lien avec les besoins professionnels du client. Elle tient compte des bénéfices promotionnels en cours.</p> <p>Les solutions visant à promouvoir l'offre sont présentées et proposées au client.</p>

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>2 Communiquer et rendre compte d'une activité de vente</b></p>	<p>Dans le cadre de l'activité normale selon les modalités de communication de l'enseigne.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>            La modalité de communication est adaptée à l'interlocuteur.            Le lien avec le métier est fait tout au long d'un entretien.</p>	<p>Les éléments ou supports de communication transmis sont exploitables par une tierce personne et permettent d'assurer une traçabilité du travail réalisé, tant par sa précision que la pertinence des informations techniques qu'il contient.</p>
		<p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>            Les supports de communication sont exploités.             Les supports de vente en lien avec l'acte de vente sont exploités, leur contenu est maîtrisé.</p>	
		<p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>            Le cas échéant les remontées d'informations utiles au développement des ventes sont systématiquement transmises au bon interlocuteur (potentiel de vente jaugé par le vendeur lors de l'entretien de vente).</p>	
		<p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>            Les directives qualités et commerciales sont connues et appliquées.</p>	

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>3 Etablir une prise de contact avec un client</b></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 en version catalogue ou numérique.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>            La posture et 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"> <li>• Le contact est établi selon des règles de courtoisie et dans un souci de personnalisation de la relation client,</li> <li>• Le questionnement relatif à la nature de sa demande est ouvert et précis, l'écoute est active et les reformulations nécessaires sont faites.</li> </ul> <p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>            Les informations clients sont vérifiées sur le système d'information (activité du client, ses pratiques et comportement d'achat, historique de ventes, coordonnées...).</p> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>            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 durant l'échange.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>            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>	<p>La personnalisation de l'accueil du client est assurée ainsi qu'un contact positif.</p> <p>Une écoute active et une posture professionnelle sont assurées tout au long de l'entretien.</p> <p>Une relation de vente est établie (intérêt pour l'espace de vente et les produits proposés).</p>

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>4 Découvrir et analyser les besoins techniques et les motivations d'achat d'un client</b></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, contraintes techniques...</p> <p>Les données techniques et commerciales sont mises à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b> 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><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b> Les présentations des produits sont réalisées en exploitant l'espace de vente, les démonstrations nécessaires sont assurées. Les ressources d'informations disponibles sont utilisées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Catalogues et fiches techniques</li> <li>• Promotions en cours</li> <li>• Barèmes de prix et de remises</li> <li>• Historique des ventes</li> <li>• Produits de substitutions ou complémentaires disponibles</li> <li>• Logiciel CRM (logiciel de gestion de la relation client)</li> </ul> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b> L'adhésion du client est recherchée au regard des produits et explications techniques proposées en lien avec son besoin.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b> Les contraintes technico-économiques sont connues et prises en compte.</p>	<p>Le besoin du client est identifié et retranscrit.</p> <p>La faisabilité de la transaction commerciale tient compte de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La nature de la demande,</li> <li>• Des pratiques d'achats connues,</li> <li>• Des données techniques analysées,</li> <li>• Des possibilités du client en termes de délais, prix, produits, modes de règlements...,</li> <li>• L'environnement normatif et contraintes sécuritaires.</li> </ul>

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>5 Fournir des explications en lien avec les applications techniques d'un client.</b></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 lors d'un entretien de vente (catalogues, supports internet, système d'information de l'entreprise...)</p> <p>Les outillages ou produits destinés à la démonstration sont mis à disposition (le cas échéant certaines gammes d'outils peuvent comporter des fonctions dites intelligentes comme la géolocalisation, le taux d'utilisation, l'économie d'énergie...)</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b> Le vocabulaire technique ainsi que la méthode d'explications sont adaptés à l'interlocuteur et à son besoin.</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 avantages du/des produit(s) , outillages proposés et services associés sont mis en avant.</p> <p>Le cas échéant les démonstrations demandées par le client sont réalisées et commentées. Elles peuvent intégrer les fonctionnalités numériques telles que : connectivité, géolocalisation, historique d'utilisation, gestion de la batterie et énergie,...</p> <p>L'image de l'entreprise est valorisée durant les échanges.</p> <p>La problématique du métier ou attentes du client sont appréhendées et les explications fournies sont exploitables dans le cadre d'une vente.</p>
		<p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b> Les supports techniques sont exploités pour appuyer la nature des explications. L'espace de vente est exploité, les démonstrations nécessaires sont réalisées. Les notices techniques et supports sont recherchés et exploités.</p>	
		<p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b> La recherche d'informations auprès des spécialistes est assurée dans un langage adapté auprès des fournisseurs, collaborateurs de la structure...</p>	
		<p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b> Les conditions QSE sont prises en compte lors des démonstrations selon les spécifications techniques possibles.</p>	

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>6 Proposer et argumenter une solution globale et de service adaptée à une demande.</b></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 lors d'un entretien de vente.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>  La méthode d'argumentation est adaptée au contexte et à l'interlocuteur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'argumentaire relatif aux solutions proposées est en cohérence avec les besoins techniques du client.</li> <li>• Les motivations d'achat du client sont valorisées sous forme de bénéfice client personnalisé.</li> <li>• Conseil en consommation responsable</li> </ul> <p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>  Les espaces de ventes sont exploités et promotions associées pour proposer des offres complémentaires en lien avec le besoin du client (par exemple : proposition d'équipements de protection en lien avec l'achat d'un outillage, proposition de consommables...).</p> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>  Les composantes de l'offre sont présentées et les objections font l'objet d'une réponse argumentée.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>  La solution proposée est pertinente au regard des besoins du client.  Les aspect qualité, sécurité environnement sont mis en avant dans l'argumentation technique.</p>	<p>Les solutions proposées sont justifiées et argumentées techniquement et en termes de services. Elles correspondent au niveau de qualité adapté au besoin exprimé.</p> <p>Les solutions complémentaires sont proposées (par exemple : montée en gamme ou une vente complémentaire, services associés de type, 'click and collect', personnalisation de vêtement de travail...).</p> <p>Lorsque le client n'a pas de compte, les avantages de l'enseigne sont mis en avant et une ouverture de compte est proposée.</p>

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>7 Vérifier la disponibilité d'un article</b></p>	<p>Dans le cadre d'articles référencés et connus.</p> <p>Les outils de gestions de stocks sont disponibles.</p> <p>Les supports d'approvisionnement sont mis à disposition.</p> <p>Les données de gestion de stocks sont connues (quantité mini, seuil de réapprovisionnement, cout unitaire...).</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>            La disponibilité des articles est vérifiée méthodiquement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilité informatique</li> <li>• Concordance entre disponibilité informatique et physique des articles</li> <li>• Dates de péremption ou d'utilisation</li> <li>• Sortie et approvisionnement des articles du stock</li> <li>• Etat du stock au regard des niveaux et délais de réapprovisionnement</li> <li>• Le niveau de rotation des stocks est vérifié</li> <li>• Les modes de conditionnement sont pris en compte.</li> </ul> <p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>            Les outils de gestions de stocks sont exploités, le cas échéant les informations sont vérifiées auprès de la plateforme ou du fournisseur.</p> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>            Les supports d'approvisionnement sont identifiés, les appels nécessaires sont faits dans un langage adapté.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>            Les conditions clients sont vérifiées (engagements contractuels par exemple).</p>	<p>La disponibilité de l'article est vérifiée dans le logiciel de gestion des stocks.</p> <p>En cas d'indisponibilité, une solution est proposée en réponse au besoin du client (autre référence ou fournisseur, autre conditionnement, autre lieu de stockage...).</p>

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>8 Etablir les documents commerciaux relatifs à l'acte de vente</b></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><b>En matière de méthodes utilisées :</b> La disponibilité du/des produit(s) est retranscrite dans le support de vente et les délais annoncés 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>	<p>Les données identifiées dans les documents commerciaux traduisent le besoin réel du client (désignation et code article, prix unitaire, quantité...)</p> <p>Le cas échéant l'ensemble des frais imputables est pris en compte (par exemple : cout de traitement de la commande, frais de transports et de livraison, ...).</p>
	<p>Les documents, les données techniques et commerciales sont mis à disposition du candidat lors d'un entretien de vente.</p>	<p><b>En matière de moyens utilisés :</b> Les supports de vente sont établis et édités à l'aide des moyens adaptés, dans le respect des règles de présentation de l'entreprise (trame et supports d'édition).</p>	
	<p>Dans le cadre d'une commande à passer selon le format entreprise ou d'un devis à réaliser.</p>	<p><b>En matière de liens professionnels / relationnels :</b> Les informations relatives à la commande (délais, conditions de livraison...) sont vérifiées auprès des bons interlocuteurs dans un langage adapté.</p> <p>Les données renseignées sont vérifiées auprès du client (par exemple : description de la commande, adresse de livraison et facturation, mode de règlement et coordonnées bancaires...).</p>	
		<p><b>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</b> Les documents commerciaux sont établis dans le respect des règles et procédures commerciale de l'entreprise.</p>	

Compétences professionnelles	Conditions de réalisation	Critères mesurables et observables	Résultats attendus
<p><b>9 Effectuer le suivi d'une vente (SAV, suivi de livraison)</b></p>	<p>Dans le cadre d'un suivi d'une vente.</p> <p>Les données relatives à la livraison, au SAV sont mises à disposition du candidat.</p> <p>Les contraintes du client sont connues.</p>	<p><b><u>En matière de méthodes utilisées :</u></b>  La méthode de suivi est adaptée, elle tient compte de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La vérification de la livraison selon le délai annoncé.</li> <li>• La vérification de l'application des solutions déterminées avec le client.</li> </ul> <p>L'information du client en cas de non-respect des engagements et la proposition d'une solution alternative.</p> <p><b><u>En matière de moyens utilisés :</u></b>  Les supports de consultation des livraisons sont parfaitement exploités, les vérifications nécessaires sont réalisées efficacement.</p> <p>Les conditions de garanties et de SAV sont vérifiées et suivies.</p> <p><b><u>En matière de liens professionnels / relationnels :</u></b>  Les prises de contacts et renseignements auprès des transporteurs, fournisseurs sont assurées, la qualité des informations est vérifiée.</p> <p>Le suivi est réalisé auprès du client.</p> <p><b><u>En matière de contraintes liées au milieu et environnement de travail :</u></b>  Les contraintes du client sont prises en compte (délai, lieu de livraison...)</p>	<p>Le suivi de la vente est assuré.</p> <p>Toute solution alternative proposée est étudiée en termes de faisabilité.</p> <p>Le service après-vente est assuré auprès du client en lien avec le fournisseur.</p>

## 3.2. MODALITES D'EVALUATION

### 3.2.1 Conditions de mise en œuvre des évaluations en vue de la certification

- L'accès au CQPM ou blocs de compétences implique une inscription préalable du candidat à la certification auprès de l'UIMM territoriale centre de certification.
- L'UIMM territoriale centre de certification et l'entreprise ou à défaut le candidat (Salariés ; VAE ; Demandeurs d'emploi...) définissent dans un dossier qui sera transmis à l'UIMM centre de certification, 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/missions ou projets réalisés en milieu professionnel sont privilégiées.

### 3.2.2 Mise en œuvre des modalités d'évaluation

Les compétences professionnelles mentionnées dans le référentiel de certification sont évaluées par la commission d'évaluation à l'aide des critères mesurables, observables et les résultats attendus selon les conditions d'évaluation précisées dans le référentiel de certification, ceux-ci sont complétés par l'avis de l'entreprise d'accueil du candidat à la certification professionnelle (hors dispositif VAE).

<b>COMMISSION D'EVALUATION</b> La commission d'évaluation est composée de plusieurs membres qualifiés ayant une expérience professionnelle leur permettant d'évaluer la maîtrise des compétences professionnelles du candidat identifiées dans le référentiel de la certification professionnelle sélectionnée.	<b>ENTREPRISE</b>  (hors VAE)
<p>Les différentes modalités d'évaluation sont les suivantes :</p> <p><b>ÉVALUATION EN SITUATION PROFESSIONNELLE RÉELLE.</b> L'évaluation des compétences professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles réalisées en entreprise ou en centre de formation habilité, ou tout autre lieu adapté. Celle-ci s'appuie sur :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. une observation en situation de travail.</li><li>2. des questionnements avec apport d'éléments de preuve sur les activités professionnelles réalisées en entreprise par le candidat.</li></ol> <p><b>PRÉSENTATION DES PROJETS OU ACTIVITÉS RÉALISÉS EN MILIEU PROFESSIONNEL.</b> Le candidat transmet un rapport à l'UIMM territoriale centre de certification, dans les délais et conditions préalablement fixés, afin de montrer que les compétences professionnelles à évaluer selon cette modalité ont bien été mises en œuvre en entreprise à l'occasion d'un ou plusieurs projets ou activités.</p> <p>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.</p>	<p><b>AVIS DE L'ENTREPRISE.</b></p> <p>L'entreprise (tuteur, responsable hiérarchique ou fonctionnel...) donne un avis au regard du référentiel d'activité.</p> <p>(hors VAE)</p>

### 3.2.3 CONDITIONS D'ADMISSIBILITE

Les CQPM, ou les blocs de compétences pour les CQPM inscrits au RNCP, sont attribués aux candidats par le jury paritaire de délibération sous le contrôle du groupe technique paritaire « Certifications », à l'issue des actions d'évaluation, et dès lors que toutes les compétences professionnelles ont été acquises et validées par le jury paritaire de délibération.