

Brochure n° 3044

**Convention collective nationale**  
**IDCC : 573. – COMMERCE DE GROS**

---

ACCORD DU 26 JUIN 2014  
RELATIF À LA CRÉATION DE TROIS CQP  
EN MANAGEMENT COMMERCIAL

NOR : ASET1451163M  
IDCC : 573

---

Entre :

L'UCAPLAST ;

La VCI ;

La FEDA ;

La FEDIN ;

Le SNGFGBT ;

L'UNCGFL ;

La FGME ;

Le PRS ;

La FNCPLA ;

Le SYNDIGEL ;

La FND ;

La FNGFP ;

L'UPCP ;

La FENSCOPA ;

La CGI ;

La NAVSA ;

Le SNDCP ;

La FNAS,

D'une part, et

La FNECS CFE-CGC ;

La FGTA FO ;

La CSFV CFTC ;

La FS CFDT ;

La CFE-CGC agricole,

D'autre part,

il a été convenu ce qui suit :

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

### *Contexte de la création des CQP du management commercial*

Conformément à l'article 46 de l'accord national interprofessionnel du 14 décembre 2013 relatif à la formation professionnelle, les CQP des commerces de gros s'inscrivent au service de l'amélioration du signalement des compétences et constituent des indicateurs de qualification et de capacités à occuper un emploi. Ils concourent ainsi à la sécurisation des parcours et de l'évolution professionnels.

Ils constituent un élément majeur de la politique de certification professionnelle conduite par la branche des commerces de gros en direction des salariés.

Les certificats de qualification professionnelle dans le domaine du management commercial sont créés dans le cadre des objectifs généraux des CQP de la branche des commerces de gros, tels que définis à l'article 1<sup>er</sup> de l'accord de branche du 18 mai 2010. Ils visent le premier niveau de management dans les métiers commerciaux et concernent des métiers correspondant le plus souvent à des parcours d'évolution interne au sein des entreprises de la branche.

## **Article 2**

### *Qualifications visées par les certificats de qualification professionnelle créés dans le domaine du management commercial*

La branche des commerces de gros crée trois certificats de qualification professionnelle (CQP) correspondant aux qualifications suivantes :

- CQP « Responsable d'unité commerciale » : les responsables d'unité commerciale assurent le relais de la politique de l'entreprise auprès de leur équipe et veillent à la qualité du service offert aux clients. Ils/elles sont chargé(e)s d'appliquer les procédures en vigueur en matière de gestion commerciale, administrative et budgétaire d'un espace de vente en commerce de gros (agence, carreau...) auquel peut être associé un espace assurant des prestations de services (atelier). En responsabilité directe de la performance de leur unité commerciale, ils/elles sont chargé(e)s d'effectuer des propositions quant à l'adaptation des actions commerciales à l'environnement local et d'assurer la mise en œuvre des différentes dimensions de la politique de l'entreprise. Ils/elles représentent et valorisent l'image de l'entreprise auprès de ses partenaires. L'équipe à manager se compose de commerciaux, de professionnels de la famille logistique (magasiniers, chauffeurs livreurs...) et parfois de professionnels de la famille technique (mécaniciens, techniciens de maintenance...);
- CQP « Manager d'équipe sédentaire » : les managers d'équipe commerciale sédentaire animent, coordonnent et conduisent l'activité commerciale d'une équipe de vendeurs et/ou télévendeurs. Ils/elles organisent l'activité de leur équipe au quotidien, contrôlent la mise en œuvre du plan d'appels ou du plan d'actions commerciales, motivent et encouragent leur équipe en lui procurant un soutien technique et méthodologique permanent. Ils/elles assurent le pilotage de l'activité et des performances commerciales de leur équipe ;
- CQP « Manager d'équipe itinérante » : les managers d'équipe itinérante déploient la politique commerciale de l'entreprise sur un territoire ou sur un marché en animant, coordonnant et conduisant l'activité commerciale d'une équipe de vendeurs itinérants. Au sein du territoire ou du marché qui leur est confié, ils/elles assurent le pilotage de l'activité et des performances commerciales et peuvent intervenir directement auprès de la clientèle de l'entreprise en négociant et en concluant les ventes avec les clients en relais de leur équipe. Ils procurent à leur équipe un soutien technique et méthodologique régulier. Ils/elles représentent et valorisent l'image de l'entreprise sur leur territoire ou leur marché.

### Article 3

#### *Objectifs, publics et modalités d'élaboration des certificats de qualification professionnelle dans le domaine du management commercial*

Les CQP dans le domaine du management commercial mis en place par la branche des commerces de gros répondent aux objectifs de l'article 3 de l'accord de branche du 18 mai 2010. Leurs publics sont ceux décrits dans ce même article. Leurs modalités d'élaboration sont décrites à l'article 4 de ce même accord de branche. Les référentiels de certification des trois CQP créés dans le domaine du management commercial figurent en annexe au présent accord.

### Article 4

#### *Modalités de validation des certificats de qualification professionnelle des commerces de gros dans le domaine du management commercial*

Le mode d'accès aux CQP des commerces de gros dans le domaine du management commercial permet une prise en compte des besoins et des acquis de chaque candidat ainsi qu'une prise en compte des acquis de l'expérience, conformément aux dispositions de l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010.

#### Parcours des candidats

Le parcours des candidats aux CQP du management commercial est le suivant :

- repérage des compétences maîtrisées et des compétences à développer, à partir du référentiel de compétences du CQP ;
- construction d'un parcours de développement des compétences individualisé, à partir du référentiel de formation du CQP ;
- formation et/ou développement des compétences en entreprise ;
- évaluation des compétences en entreprise, en situation professionnelle réelle notamment, 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), cette évaluation étant réalisée par un évaluateur issu de l'entreprise et un évaluateur extérieur à l'entreprise ayant suivi une formation définie par la CPNEFP de la convention collective n° 3044 ;
- 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 pourra être obtenu par la validation des acquis de l'expérience.

Conformément à l'accord de branche du 18 mai 2010, chacune des étapes de ce parcours est formalisée par un outil support conçu par la CPNEFP et mis à la disposition des acteurs du CQP : candidat, employeur, tuteur, évaluateur, jury paritaire. L'utilisation de ces outils est obligatoire pour que le dossier du candidat soit examiné par le jury paritaire.

#### Organisation de l'évaluation en entreprise

L'évaluation en entreprise est réalisée par un évaluateur de l'entreprise et un évaluateur extérieur, définis conformément aux dispositions de l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010. Ces deux évaluateurs doivent impérativement avoir suivi une formation définie et dispensée par la branche sur les CQP (principes, méthode, outils...) conformément à l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010. Pour assurer la neutralité des opérations d'évaluation, un évaluateur extérieur qui est intervenu soit dans le repérage des acquis, soit dans la formation d'un candidat ne peut pas participer à l'évaluation en entreprise pour ce même candidat.

## Validation des CQP par le jury paritaire final

Les CQP du management commercial sont validés conformément aux dispositions de l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010. Le jury paritaire final dispose, s'il le souhaite, pour chaque candidat du livret de repérage des acquis, du livret d'évaluation en entreprise et du dossier professionnel du candidat.

Pour chaque unité de compétences, le jury paritaire considère la compétence validée si l'évaluation de l'évaluateur entreprise est positive et que l'évaluation de l'évaluateur extérieur est positive. Il considère la compétence non validée si l'évaluation de l'évaluateur entreprise est négative et que l'évaluation de l'évaluateur extérieur est négative.

Si les avis de ces deux évaluateurs ne sont pas concordants, le jury paritaire final examine dans le fond le dossier du candidat et statue. Les décisions se prennent alors conformément à l'article 5 de l'accord du 10 juillet 1997, à l'avenant du 5 avril 2000 et à l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010.

## Recours des candidats

Il s'effectue conformément aux dispositions de l'article 5 de l'accord de branche du 18 mai 2010.

### Article 5

#### *Financement des parcours des candidats*

Les parcours des candidats salariés dans une entreprise de commerce de gros seront 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, dans le cadre :

- du contrat de professionnalisation ;
- de la période de professionnalisation ;
- du compte personnel de formation ;
- du plan de formation.

### Article 6

#### *Positionnement des certificats de qualification professionnelle du management commercial dans la convention collective nationale des commerces de gros*

Le positionnement des CQP du management commercial dans la classification de la convention collective nationale n° 3044 s'effectue comme suit :

- CQP « Manager d'équipe sédentaire » : niveau VI, échelon 2 ;
- CQP « Manager d'équipe itinérante » : niveau VI, échelon 2 ;
- CQP « Responsable d'unité commerciale » : par exception aux règles définies dans l'avenant I « Cadres » de la classification de la convention collective nationale des commerces de gros n° 3044, les salariés ayant obtenu le CQP « Responsable d'unité commerciale », exerçant effectivement l'emploi, seront classés au niveau VII, échelon 1, avec les règles de progression d'échelon applicables à ce niveau.

Une prime exceptionnelle d'un montant de 20 % du salaire minimum conventionnel mensuel correspondant au positionnement du CQP est versée au candidat par l'entreprise lors de l'obtention du CQP.

Conformément aux dispositions de l'article 7 de l'accord de branche du 18 mai 2010, sont bénéficiaires du niveau et de l'échelon de classification figurant ci-dessus ainsi que de la prime exceptionnelle les salariés ayant obtenu le CQP et exerçant effectivement l'emploi visé par le CQP, ces deux conditions étant cumulatives.

## **Article 7**

### *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 26 juin 2014.

(Suivent les signatures.)

## ANNEXE I

### RÉFÉRENTIELS D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET DE CERTIFICATION POUR LE CQP « RESPONSABLE D'UNITÉ COMMERCIALE »

---

#### *Référentiel d'activités*

Pilotage de l'activité commerciale de l'unité commerciale :

Recueil d'informations sur le marché local : présence de la concurrence, évolution de ses implantations, environnement économique, projets locaux susceptibles d'avoir un impact sur la demande...

Recueil d'informations sur les résultats des activités commerciales : chiffre d'affaires, marge, frais, mouvements dans le fichier clients, structure du portefeuille clients...

Elaboration d'un budget prévisionnel (chiffre d'affaires et marge de son périmètre).

Examen des indicateurs commerciaux, analyse des tableaux de bord, interprétation des résultats.

Proposition d'actions correctives.

Comparaisons périodiques, territoriales...

Suivi des paiements et des encours.

Pilotage du développement de la clientèle.

Pilotage ou réalisation des relances clients et fournisseurs.

Animation de la politique commerciale de l'unité commerciale :

Lancement / pilotage du lancement des actions commerciales définies par l'entreprise et d'actions spécifiques.

Suivi des actions commerciales : actions à réaliser, utilisation des outils d'aide à la vente, des outils et supports marketing, aménagement et animation de l'espace de vente, utilisation du site web de l'entreprise, suivi des résultats, réajustement des actions, contrôle du respect de la réglementation commerciale en vigueur...

Management opérationnel de l'équipe :

Accueil et intégration des nouveaux membres de l'équipe.

Organisation du travail au sein de l'équipe.

Réalisation des plannings.

Transmission et contrôle des consignes.

Conduite d'entretiens individuels périodiques : fixation d'objectifs commerciaux, entretiens annuels d'évaluation, entretiens de recadrage, entretiens professionnels...

Animation de réunions.

Transmission de savoir-faire, développement des compétences.

Sélection de candidats dans le cadre d'un recrutement.

Communication et gestion de la relation clients :

Transmission d'informations à l'équipe sur la politique de l'entreprise et les actions à conduire.

Transmission d'informations aux différents services de l'entreprise.

Valorisation de l'image de l'entreprise auprès des interlocuteurs locaux internes et externes.

Traitement en relais de l'équipe de vente des réclamations complexes et/ou litiges.

Gestion des stocks et des matériels de l'unité commerciale :

Supervision des opérations de réception, de stockage et de livraison.

Contrôle et suivi du niveau et de l'état des stocks.

Supervision des inventaires.

Négociation des retours fournisseurs.

Suivi de l'entretien et de la maintenance des matériels.

Supervision des contrats avec les prestataires (société de nettoyage, maintenance...).

Mise en œuvre des procédures administratives et QHSE :

Contrôle de l'application des procédures QHSE de l'entreprise.

Mise en œuvre et suivi des procédures « ressources humaines » de l'entreprise.

Supervision des procédures administratives de contrôle interne : caisse, gestion des flux monétaires lutte contre la démarque...

Alerte en cas d'anomalie.

### *Référentiel de compétences*

#### **Compétence 1. – Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales adapté à son unité commerciale**

Identifier les informations clés sur la présence commerciale, l'évolution du marché, la concurrence et le potentiel du périmètre à partir de différentes sources d'information.

Analyser le positionnement commercial de l'unité commerciale dans le périmètre.

Décliner sur son périmètre les orientations commerciales définies par l'entreprise.

Analyser les résultats liés à la mise en œuvre des actions commerciales et expliquer les écarts entre les résultats obtenus et les résultats prévisionnels.

#### **Compétence 2. – Gérer les stocks et les matériels de l'unité commerciale**

Evaluer la conformité des opérations de réception, de stockage, de livraison de produits et de maintenance des matériels en référence aux procédures en vigueur au sein de l'entreprise.

Définir des actions correctives adaptées en cas d'écart identifié.

Optimiser l'organisation et l'utilisation de l'espace de stockage.

Organiser les inventaires et en analyser les résultats.

Evaluer la pertinence d'un retour fournisseur ou d'un retour client et le négocier.

#### **Compétence 3. – Organiser et animer une équipe**

Mettre en œuvre un programme d'intégration en direction des nouveaux membres de l'équipe.

Repérer les compétences nécessaires en cas de recrutement.

Evaluer et développer les compétences des collaborateurs.

Répartir les activités à réaliser entre les membres de l'équipe.

Planifier et gérer le temps de travail de chaque membre de l'équipe.

Transmettre des consignes aux membres de l'équipe et contrôler leur mise en œuvre.

Conduire un entretien individuel : entretien annuel d'évaluation, recadrage...

Organiser, préparer et conduire des réunions d'équipe.

Adopter une posture managériale dans ses relations avec l'équipe et ses interlocuteurs.

#### **Compétence 4. – Communiquer avec les clients, les services et les partenaires de l'entreprise**

Transmettre des informations pertinentes aux différents services et partenaires de l'entreprise sur les activités de l'unité commerciale en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise.

Relayer les bonnes pratiques, les contraintes et problématiques rencontrées au sein de l'unité commerciale auprès de collaborateurs issus de différents services et des membres de son équipe.

Traiter les situations relationnelles difficiles et les réclamations complexes avec les clients en respectant le rôle et le positionnement de chacun ainsi que les procédures en vigueur au sein de l'entreprise.

Identifier au sein de l'entreprise les différents services à associer en fonction des actions à conduire.

#### **Compétence 5. – Organiser et prioriser son activité de responsable d'unité commerciale**

Identifier les actions à conduire pour améliorer le fonctionnement de l'unité commerciale et concevoir des plans d'actions adaptés.

Planifier son activité sur le long terme en fonction du plan d'actions à conduire.

Concevoir son planning en fonction des échéances à respecter.

Adapter son organisation aux aléas et événements nouveaux intervenant dans l'activité de l'unité commerciale afin de répondre au mieux aux besoins des clients et aux priorités de l'entreprise.

Prioriser ses activités en fonction de leur degré d'urgence.

Evaluer la pertinence d'intervenir directement auprès d'un client en relais d'un vendeur en fonction du degré d'autonomie du vendeur et des caractéristiques de la situation (urgence, importance...).

#### **Compétence 6. – Contrôler la mise en œuvre des procédures administratives et de qualité, d'hygiène, de sécurité et d'environnement**

Contrôler au quotidien le respect de la législation, des procédures et des consignes en vigueur, notamment en matière de qualité, d'hygiène, de santé, de sécurité et d'environnement au sein de l'unité commerciale.

Identifier les non-conformités et mettre en œuvre les actions correctives appropriées.

Expliquer aux membres de l'équipe les enjeux liés à la mise en œuvre des consignes et outils en vigueur en matière de qualité, d'hygiène, de santé, de sécurité, d'environnement.

Identifier les risques professionnels liés à l'exercice des différents métiers au sein de l'unité commerciale.

Identifier et mettre en œuvre les actions susceptibles d'améliorer les conditions de travail de l'équipe.

#### *Référentiel de certification*

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

Analyse du périmètre :

Les membres de l'équipe sont incités à recueillir des informations sur le positionnement de la concurrence auprès de différentes sources : visite d'espaces de vente concurrents, recueil de devis, échanges avec les clients, les commerciaux des concurrents...



La fiabilité des informations recueillies est vérifiée.

Les éléments clés susceptibles d'avoir un impact sur l'activité commerciale de l'unité commerciale sont suivis et analysés : évolutions prévisibles de la demande, innovations produits / services, résultats de la concurrence, évolution de l'activité des clients, des prospects...

Le potentiel du secteur est identifié à l'aide de méthodes d'analyse adaptées (identification des opportunités clients ou marchés).

Les parts de marché sont évaluées à partir d'indicateurs objectifs.

Analyse du positionnement de l'unité commerciale sur le périmètre :

Les forces et les faiblesses de l'unité commerciale sur son secteur en termes de clients et de marché sont identifiées.

Des échanges sont conduits au sein de l'équipe commerciale pour identifier les avantages concurrentiels de l'unité commerciale par gammes de produits.

Les prospects à solliciter en priorité sont identifiés.

Les risques liés à la perte de clients importants sont identifiés.

Les impacts de la conjoncture économique sur l'activité sont pris en compte dans l'analyse du positionnement de l'unité commerciale.

Mise en œuvre des actions commerciales :

La stratégie commerciale de l'entreprise est connue et partagée avec les équipes.

La déclinaison de la stratégie commerciale (agencement et animation de l'espace de vente, campagne d'appels sortants, opérations promotionnelles...) au sein de l'unité commerciale prend en compte les spécificités locales.

Les points clés sur lesquels centrer les efforts en matière d'actions commerciales sont clairement identifiés en lien avec les vendeurs.

Analyse des résultats :

Les tableaux de bord et statistiques disponibles sont régulièrement analysés et expliqués.

Les causes des écarts entre prévisionnel et réalisé, les causes de perte de chiffre d'affaires ou de marge sont identifiées et argumentées.

Les paiements et les encours sont régulièrement suivis et les relances organisées avec l'équipe de vendeurs.

Des plans de correction des écarts sont formalisés.

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

Supervision des opérations de réception, stockage et livraison :

La chaîne logistique au sein de l'unité commerciale est lisible, claire et cohérente.

Des actions permettant d'optimiser l'utilisation de l'espace de stockage sont mises en œuvre.

Un suivi des opérations logistiques réalisées au sein de l'unité commerciale est régulièrement réalisé.

Des améliorations sont apportées à l'organisation de la chaîne logistique chaque fois que nécessaire (planification de la réception, tournées, livraisons...).

Gestion des stocks et inventaires :

Des contrôles de l'état des stocks physiques sont effectués de manière régulière en utilisant les outils de gestion de l'entreprise.

Les enjeux d'une bonne gestion des stocks sont expliqués et régulièrement rappelés à l'équipe.

Les inventaires sont réalisés dans le respect des consignes en vigueur dans l'entreprise.

Les écarts d'inventaire sont identifiés et analysés.

Des actions de lutte contre la démarque sont identifiées et mises en œuvre.

Relations avec les fournisseurs :

Les cas justifiant un retour fournisseur sont identifiés.

Les retours fournisseurs sont justifiés par des éléments probants et négociés dans l'intérêt de l'entreprise et en référence aux contrats passés et aux consignes en vigueur dans l'entreprise.

La procédure de retour fournisseur et de reprise de produits (retours clients) est connue et respectée.

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

Recrutement :

Les compétences recherchées en cas de recrutement sont clairement explicitées et argumentées.

Les profils de recrutement sont adaptés aux spécificités de l'unité commerciale et aux caractéristiques de l'équipe en place.

Les entretiens réalisés permettent à la direction commerciale ou à la direction des ressources humaines de disposer d'éléments fiables sur les candidats (savoir-faire techniques, parcours professionnel, motivation...).

Intégration des nouveaux membres de l'équipe :

Un soin particulier est apporté à l'accueil des nouveaux membres de l'équipe.

Un parcours d'intégration est défini et mis en œuvre au sein de l'unité commerciale : présentation de l'unité commerciale, des membres de l'équipe...

Des points réguliers sont organisés en phase d'intégration pour identifier les éventuelles difficultés et accompagner le nouvel arrivant.

Organisation du travail :

La répartition des activités entre les membres de l'équipe tient compte des forces et des faiblesses de chaque membre de l'équipe.

La charge de travail est répartie de manière équilibrée entre les membres de l'équipe et régulièrement évaluée.

Les plannings sont établis à l'avance, présentés et expliqués.

Les plannings respectent la réglementation en vigueur.

Les consignes données sont claires, réalistes, adaptées aux membres de l'équipe.

La mise en œuvre des consignes est vérifiée.

Communication avec les membres de l'équipe :

Les réunions d'équipe sont maîtrisées : évaluation du temps à passer sur chaque thématique, nombre de sujets à aborder, priorisation des sujets à traiter et des temps de parole, incitation à la réflexion individuelle et collective, à la prise de parole, formalisation et suivi des résultats et décisions prises...

Les entretiens individuels sont maîtrisés : fixation d'un objectif clair avant chaque entretien, préparation des entretiens, synthèse...

Développement des compétences :

Différents types d'actions de formations sont mises en œuvre : utilisation du plan de formation de l'entreprise, formation interne individuelle, « trainings » collectifs...

La mise en œuvre de nouveaux savoir-faire ou de nouvelles compétences par les membres de l'équipe est suivie et mesurée (entretiens de débriefing, observation...).

Posture managériale :

Le manager connaît la stratégie de l'entreprise, l'explique à ses collaborateurs et l'intègre dans ses actes de management.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs de l'unité commerciale et de la stratégie de l'entreprise.

Les objectifs fixés sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et inscrits dans le temps.

Les objectifs sont expliqués.

L'atteinte des objectifs est contrôlée et des actions correctives sont identifiées.

Les réussites de l'équipe sont valorisées.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs de l'unité commerciale et de la stratégie de l'entreprise.

Les procédures et consignes sont systématiquement et durablement respectées par le manager.

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

Circulation de l'information au sein de l'entreprise :

L'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise est connue et respectée.

Les outils de communication sont utilisés de manière appropriée et efficace (ciblage des mails, mise en avant des informations urgentes...).

Relais des pratiques et de la situation de l'unité commerciale :

Les bonnes pratiques des membres de l'équipe sont identifiées et valorisées.

Les contraintes et problématiques à traiter au sein de l'unité commerciale sont explicitées.

Les contraintes et points de vue de ses interlocuteurs sont compris et pris en compte.

Les situations devant faire l'objet d'une alerte auprès d'autres services ou de la hiérarchie sont identifiées et partagées rapidement.

Les services à associer aux actions entreprises au sein de l'unité commerciale et/ou aux problématiques à traiter sont identifiés.

Traitement des réclamations clients et des situations délicates :

Les interventions auprès des clients sont préparées et mises en œuvre dans le souci de préserver la crédibilité et la légitimité de l'équipe ainsi que la qualité de sa relation commerciale avec le client.

Les attributions des différents services de l'entreprise sont respectées lors du traitement des litiges et contentieux.

L'ensemble des informations nécessaires au traitement des litiges et contentieux est systématiquement transmis aux différents services.

Les risques liés à un mauvais traitement d'un litige ou d'un contentieux sont identifiés.

Le suivi de la résolution des litiges et la relance des services concernés sont assurés.

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

Amélioration continue :

Les thématiques sur lesquelles une action est à conduire (amélioration des procédures internes, planification des activités...) pour améliorer le fonctionnement de l'unité commerciale sont identifiées.

Un plan d'actions adapté est conçu et organisé.

Le suivi du plan d'actions est réalisé.

Des actions correctives sont mises en place.

Organisation de l'activité du manager :

Une planification des principales interventions à conduire en théorie sur l'année est réalisée.

Les membres de l'équipe sont très régulièrement suivis et rencontrés selon une programmation définie à l'avance.

Des réunions d'équipe sont régulièrement planifiées et réalisées.

Les échéances à respecter sont identifiées et suivies de manière systématique.

Traitement des aléas :

Les urgences font l'objet d'une analyse systématique : degré d'importance, risques potentiels, caractère indispensable ou non de l'intervention du manager, délai de réponse...

Les interventions du manager en urgence sont systématiquement analysées et débriefées auprès de l'équipe ou du collaborateur concerné.

### **Critères d'évaluation compétence 6**

Suivi et contrôle des procédures en vigueur :

Les principales dispositions législatives, réglementaires et conventionnelles applicables dans l'unité commerciale sont connues et mises en œuvre (temps de travail, respect de l'affichage obligatoire, affichage des prix, transmission des conditions générales de vente...).

La mise en œuvre des procédures administratives et consignes qualité est régulièrement contrôlée (contrôle interne de la caisse, écarts de stock...).

Le respect de la procédure de clôture de caisse est systématiquement contrôlé.

Les manipulations de monnaie sont réalisées dans le respect des procédures de sécurité en vigueur.

Des actions correctives adaptées sont définies en cas de besoin.

Suivi et prévention des risques professionnels :

Les obligations pesant sur l'unité commerciale en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement sont identifiées et expliquées.

Des contrôles périodiques sont réalisés pour évaluer le respect de la législation, des procédures et des consignes en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement (respect des règles de levage et de manutention des produits, tenue de l'espace de vente, port de la tenue de travail et des EPI aux différents postes...).

Les spécificités des produits commercialisés par l'entreprise sont identifiées et prises en compte.

Les risques liés à l'exercice des métiers au sein de l'unité commerciale sont identifiés et surveillés : respect des règles de levage et de manutention des produits, tenue de l'espace de vente, port de la tenue de travail et des EPI aux différents postes...

Le « document unique » est connu et appliqué.

## Modalités d'évaluation

COMPÉTENCE	SITUATION D'ÉVALUATION en entreprise	CONDITIONS DE L'ÉVALUATION
1	Présentation par le candidat de l'organisation en vigueur pour la mise en place des plans d'actions commerciales au sein de l'unité	Présentation + entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs
2	Visite de l'unité et présentation par le candidat de l'organisation en vigueur en matière de gestion des flux physiques	Visite / présentation en présence de l'évaluateur entreprise seul + entretien d'évaluation
3	Observation d'une réunion d'équipe + entretien	Observation de la réunion d'équipe par l'évaluateur entreprise seul Entretien d'évaluation par l'évaluateur interne + entretien en présence des deux évaluateurs
4 5 6	Entretien d'évaluation sur l'organisation du candidat, la communication et le respect des procédures	Entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs

ANNEXE II  
RÉFÉRENTIELS D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET DE CERTIFICATION  
POUR LE CQP « MANAGER D'ÉQUIPE SÉDENTAIRE »

---

*Référentiel d'activités*

Pilotage de l'activité commerciale :

Lancement / pilotage du lancement des actions commerciales définies par l'entreprise et d'actions spécifiques.

Suivi des actions commerciales : actions à réaliser, utilisation des outils d'aide à la vente, des outils et supports marketing, utilisation du site web de l'entreprise, suivi des résultats, réajustement des actions, contrôle du respect de la réglementation commerciale en vigueur...

Recueil d'informations sur les résultats des activités commerciales : chiffre d'affaires, marge, frais, mouvements dans le fichier clients, structure du portefeuille clients...

Examen des indicateurs commerciaux, analyse des tableaux de bord, interprétation des résultats.

Comparaisons périodiques, territoriales...

Suivi des paiements et des encours.

Pilotage ou réalisation des relances clients.

Animation et accompagnement de l'équipe commerciale :

Formalisation et présentation des objectifs commerciaux individuels.

Accompagnement technique et méthodologique / coaching : ciblage des priorités et des actions commerciales, préparation et réalisation des appels sortants, double écoute, relances clients à effectuer...

Suivi de l'activité et des résultats individuels : actions conduites, résultats, repérage et explication des écarts, réajustements à prévoir...

Mobilisation individuelle et collective autour des objectifs commerciaux.

Réalisation d'actions commerciales ciblées (grands comptes, contrats à enjeux...).

Management opérationnel de l'équipe :

Accueil et intégration des nouveaux membres de l'équipe.

Transmission et contrôle des consignes.

Conduite d'entretiens individuels périodiques : entretiens annuels d'évaluation, entretiens professionnels...

Animation de réunions.

Sélection de candidats dans le cadre d'un recrutement.

Organisation du planning de l'équipe commerciale.

Communication et gestion de la relation clients :

Transmission d'informations à l'équipe sur la politique de l'entreprise et les actions à conduire.

Transmission d'informations aux différents services de l'entreprise.

Valorisation de l'image de l'entreprise auprès des interlocuteurs locaux internes et externes.

Traitement en relais de l'équipe de vente des réclamations complexes et/ou litiges.

Mise en œuvre des procédures administratives et QHSE :

Contrôle de l'application des procédures QHSE de l'entreprise.

Supervision des procédures administratives de gestion et de contrôle interne : conditions générales et particulières de vente, procédures tarifaires, conditions de livraison, gestion des équipements et matériels...

Alerte en cas d'anomalie.

### *Référentiel de compétences*

#### **Compétence 1. – Dynamiser au quotidien les membres d'une équipe de vente sédentaire**

Mobiliser l'équipe de vendeurs au quotidien autour des objectifs à atteindre.

Réaliser des observations de l'équipe en situation de vente et identifier les points à renforcer.

Expliquer aux membres de l'équipe de vente un mode opératoire, une technique de vente.

Réaliser des démonstrations d'entretiens de vente.

Identifier les objectifs de progression et les besoins en formation de chaque membre de l'équipe.

Transmettre des connaissances, des savoir-faire en tenant compte des besoins des vendeurs.

#### **Compétence 2. – Mettre en œuvre les actions commerciales sur son périmètre**

Organiser la mise en œuvre des opérations commerciales sur son périmètre à partir des plans d'actions commerciales définis au sein de l'entreprise.

Mesurer au quotidien l'avancement et les résultats des actions et opérations commerciales mises en œuvre sur le secteur.

Définir des objectifs commerciaux et un plan d'actions commerciales pour chaque vendeur sédentaire en tenant compte de son profil et des caractéristiques du portefeuille clients.

Concevoir, en lien avec l'équipe de vente, des propositions d'ajustement des opérations commerciales en prenant appui sur l'analyse des résultats obtenus.

Utiliser les fonctionnalités de l'outil de gestion de la relation client et de téléphonie pour piloter son activité commerciale et actualiser les informations commerciales.

#### **Compétence 3. – Organiser et animer une équipe**

Mettre en œuvre un programme d'intégration en direction des nouveaux membres de l'équipe.

Repérer les compétences nécessaires en cas de recrutement.

Répartir les activités à réaliser entre les membres de l'équipe.

Planifier et gérer le temps de travail de chaque membre de l'équipe.

Transmettre des consignes aux membres de l'équipe et contrôler leur mise en œuvre.

Conduire un entretien individuel : entretien annuel d'évaluation, recadrage...

Organiser, préparer et conduire des réunions d'équipe.

Adopter une posture managériale dans ses relations avec l'équipe et ses interlocuteurs.

#### **Compétence 4. – Communiquer avec les clients, les services et les partenaires de l'entreprise**

Transmettre des informations pertinentes aux différents services et partenaires de l'entreprise sur les activités du secteur en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise.

Relayer les bonnes pratiques, les contraintes et problématiques rencontrées au sein du secteur auprès de collaborateurs issus de différents services et des membres de son équipe.

Traiter les situations relationnelles difficiles et les réclamations complexes avec les clients en respectant le rôle et le positionnement de chacun ainsi que les procédures en vigueur au sein de l'entreprise.

Identifier au sein de l'entreprise les différents services à associer en fonction des actions à conduire.

### **Compétence 5. – Organiser et prioriser son activité de manager**

Identifier les actions à conduire pour améliorer les performances du secteur et concevoir des plans d'actions adaptés.

Planifier son activité sur le long terme en fonction du plan d'actions à conduire.

Concevoir son planning en fonction des échéances à respecter.

Adapter son organisation aux aléas et événements nouveaux intervenant dans l'activité du secteur afin de répondre au mieux aux besoins des clients et aux priorités de l'entreprise.

Prioriser ses activités en fonction de leur degré d'urgence.

Evaluer la pertinence d'intervenir directement auprès d'un client en relais d'un vendeur en fonction du degré d'autonomie du vendeur et des caractéristiques de la situation (urgence, importance...).

### **Compétence 6. – Contrôler la mise en œuvre des procédures administratives et de qualité, d'hygiène, de sécurité et d'environnement**

Informar et mobiliser ses collaborateurs autour des enjeux liés au respect de la législation, des procédures et des consignes en vigueur, notamment en matière de qualité, d'hygiène, de santé, de sécurité et d'environnement au sein de l'équipe.

Identifier les non-conformités et mettre en œuvre les actions correctives appropriées.

Superviser et contrôler la mise en œuvre des procédures et consignes en matière de sécurité au travail.

### *Référentiel de certification*

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

Mobilisation des vendeurs :

L'équipe est très régulièrement mobilisée autour des objectifs à atteindre sur la période.

Des retours fréquents sont réalisés auprès de l'équipe : résultats obtenus lors de la journée ou de la semaine passée, écarts par rapport au prévisionnel, rappel de la cible, des enjeux...

Le sens des efforts à réaliser pour développer les ventes est expliqué à l'équipe.

L'équipe de vente est dynamisée très régulièrement sans pression ni stress.

Différents outils sont utilisés pour entretenir la motivation de l'équipe : challenges, jeux, retours sur les résultats individuels (entretien individuel)...

Accompagnement des vendeurs dans leurs activités :

Une relation propice à la réalisation régulière d'observations est construite et maintenue avec les vendeurs.

Une posture d'accompagnement est adoptée lors des observations et des débriefings avec les vendeurs.



Les vendeurs sont mis en confiance pour évoquer sans détour leurs difficultés et leurs besoins lors des différentes phases de l'entretien de vente : phase d'accroche, présentation de l'offre, traitement des objections, validation de la proposition...

Différentes actions d'accompagnement sont proposées aux membres de l'équipe : suivi par le manager, partage d'expérience au sein de l'équipe...

Analyse des besoins en formation :

Les difficultés ou axes de progression de chaque membre de l'équipe sont repérées.

Ces difficultés ou axes de progression sont traduits en termes de besoin d'acquisition de compétences.

Les besoins en formation sont consolidés au niveau de l'équipe.

Ils sont présentés et argumentés de manière claire à la hiérarchie.

Formation :

Différents types d'actions de formations sont mises en œuvre : utilisation du plan de formation de l'entreprise, formation interne individuelle, « trainings » collectifs...

La mise en œuvre de nouveaux savoir-faire ou de nouvelles compétences par les vendeurs est systématiquement suivie et mesurée (entretiens de débriefing, observation...).

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

Mise en place des actions commerciales :

L'équipe de vente est mobilisée autour des enjeux et des modalités de mise en œuvre des actions commerciales.

La mise en œuvre des actions commerciales (rétro-planning, outils et supports nécessaires...) est préparée en association avec l'équipe de vente.

Chaque membre de l'équipe de vente identifie clairement son rôle dans le cadre de la mise en œuvre de l'action commerciale.

La conformité des actions commerciales au plan d'actions élaboré par l'entreprise est contrôlée dans la phase de mise en place.

Suivi des actions commerciales :

Une présence active auprès de l'équipe est assurée lors des temps forts de l'action commerciale : lancement, premiers résultats, réajustements...

La pertinence des opérations commerciales et leur contribution effective aux résultats du périmètre sont analysées au quotidien en prenant appui sur des indicateurs objectifs et mesurables.

Des ajustements méthodologiques sont identifiés en lien avec les membres de l'équipe de vente en cours d'opération.

Les résultats obtenus et les ajustements réalisés sont systématiquement expliqués à l'équipe de vente.

L'analyse de la pertinence des actions commerciales conduites permet de transmettre des retours d'expérience exploitables pour la conception de nouvelles actions.

Détermination et suivi des plans d'actions individuels :

Les priorités et objectifs de chaque vendeur sont réalistes, mesurables et atteignables.

Ils sont définis en tenant compte des opportunités de chaque portefeuille en lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise.

Les objectifs individuels sont fixés en référence à l'expérience et aux compétences de chaque vendeur sédentaire.

Les vendeurs sédentaires sont accompagnés dans le choix des clients à fidéliser et des prospects à contacter : clients à enjeu en termes de fidélité, de potentiel d'évolution, de risque de perte...

Les actions à prioriser et les résultats attendus sont présentés et argumentés avec chaque vendeur.

Les pratiques des vendeurs en matière de suivi client sont régulièrement analysées.

Utilisation de l'outil de gestion de la relation client et de téléphonie :

L'utilisation de l'outil de GRC et de téléphonie par les vendeurs sédentaires est vérifiée et maîtrisée.

La qualité et la fiabilité des informations saisies sont vérifiées.

Les applications permettant d'analyser la performance commerciale sont maîtrisées.

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

Recrutement :

Les compétences recherchées en cas de recrutement sont clairement explicitées et argumentées.

Les profils de recrutement sont adaptés aux spécificités du secteur et aux caractéristiques de l'équipe en place.

Les entretiens réalisés permettent à la direction commerciale ou à la direction des ressources humaines de disposer d'éléments fiables sur les candidats (savoir-faire techniques, parcours professionnel, motivation...).

Intégration des nouveaux membres de l'équipe :

Un soin particulier est apporté à l'accueil des nouveaux membres de l'équipe.

Un parcours d'intégration est défini et mis en œuvre au sein du secteur : présentation du secteur, des membres de l'équipe...

Des points réguliers sont organisés en phase d'intégration pour identifier les éventuelles difficultés et accompagner le nouvel arrivant.

Organisation du travail :

La répartition des activités entre les membres de l'équipe tient compte des forces et des faiblesses de chaque membre de l'équipe.

La charge de travail est répartie de manière équilibrée entre les membres de l'équipe et régulièrement évaluée.

Les plannings sont établis à l'avance, présentés et expliqués.

Les plannings respectent la réglementation en vigueur.

La mise en œuvre des priorités d'organisation et des consignes en matière de nombre et de nature d'appels (entrants / sortants) est vérifiée.

Les consignes données sont claires, réalistes, adaptées aux membres de l'équipe.

La mise en œuvre des consignes est vérifiée.

Communication avec les membres de l'équipe :

Les réunions d'équipe sont maîtrisées : évaluation du temps à passer sur chaque thématique, nombre de sujets à aborder, priorisation des sujets à traiter et des temps de parole, incitation à la réflexion individuelle et collective, à la prise de parole, formalisation et suivi des résultats et décisions prises...

Les entretiens individuels sont maîtrisés : fixation d'un objectif clair avant chaque entretien, préparation des entretiens, synthèse...

Posture managériale :

Le manager connaît la stratégie de l'entreprise, l'explique à ses collaborateurs et l'intègre dans ses actes de management.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs du secteur et de la stratégie de l'entreprise.

Les objectifs fixés sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et inscrits dans le temps.

Les objectifs sont expliqués.

L'atteinte des objectifs est contrôlée et des actions correctives sont identifiées.

Les réussites de l'équipe sont valorisées.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs du secteur et de la stratégie de l'entreprise.

Les procédures et consignes sont systématiquement et durablement respectées par le manager.

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

Circulation de l'information au sein de l'entreprise :

L'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise est connue et respectée.

Les outils de communication sont utilisés de manière appropriée et efficace (ciblage des mails, mise en avant des informations urgentes...).

Relais des pratiques et de la situation du secteur :

Les bonnes pratiques des membres de l'équipe sont identifiées valorisées.

Les contraintes et problématiques à traiter au sein du secteur sont explicitées.

Les contraintes et points de vue de ses interlocuteurs sont compris et pris en compte.

Les situations devant faire l'objet d'une alerte auprès d'autres services ou de la hiérarchie sont identifiées et partagées rapidement (retours sur les résultats d'une opération, veille sur les produits proposés ou une opération réalisée par la concurrence, positionnement prix / produits...).

Les services à associer aux actions entreprises au sein du secteur et/ou aux problématiques à traiter sont identifiés.

Traitement des réclamations clients et des situations délicates :

Les interventions auprès des clients sont préparées et mises en œuvre dans le souci de préserver la crédibilité et la légitimité de l'équipe ainsi que la qualité de sa relation commerciale avec le client.

Les attributions des différents services de l'entreprise sont respectées lors du traitement des litiges et contentieux.

L'ensemble des informations nécessaires au traitement des litiges et contentieux est systématiquement transmis aux différents services.

Les risques liés à un mauvais traitement d'un litige ou d'un contentieux sont identifiés.

Le suivi de la résolution des litiges et la relance des services concernés sont assurés.

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

Amélioration continue :

Les thématiques sur lesquelles une action est à conduire (amélioration des procédures internes, planification des activités...) pour améliorer le fonctionnement du secteur sont identifiées.

Un plan d'actions adapté est conçu et organisé.

Le suivi du plan d'actions est réalisé.

Des actions correctives sont mises en place.

### Organisation de l'activité du manager :

Une planification des principales interventions à conduire en théorie sur l'année est réalisée.

Les membres de l'équipe sont très régulièrement suivis et rencontrés selon une programmation définie à l'avance.

Des réunions d'équipe sont régulièrement planifiées et réalisées.

Les échéances à respecter sont identifiées et suivies de manière systématique.

### Traitement des aléas :

Les urgences font l'objet d'une analyse systématique : degré d'importance, risques potentiels, caractère indispensable ou non de l'intervention du manager, délai de réponse...

Les interventions du manager en urgence sont systématiquement analysées et débriefées auprès de l'équipe ou du collaborateur concerné.

## Critères d'évaluation compétence 6

### Suivi et contrôle des procédures en vigueur :

Les principales dispositions législatives, réglementaires et conventionnelles applicables sont connues et mises en œuvre (temps de travail, transmission des conditions générales de vente, encaissement...).

La mise en œuvre des procédures administratives et consignes en vigueur est régulièrement contrôlée (argumentaires de vente, ergonomie du poste de travail, qualité et traçabilité des produits...).

Des actions correctives adaptées sont définies en cas de besoin.

### Suivi et prévention des risques professionnels :

Les obligations pesant sur l'équipe en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement sont identifiées et expliquées.

Des contrôles périodiques sont réalisés pour évaluer le respect de la législation, des procédures et des consignes en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement (port de la tenue de travail et des EPI...).

Les spécificités des produits commercialisés par l'entreprise sont identifiées et prises en compte.

Les risques liés à l'exercice du métier au sein de l'équipe sont identifiés et surveillés : port de la tenue de travail et des EPI...

Les dispositions du « document unique » relatives au périmètre de l'équipe sont connues et appliquées.

### Modalités d'évaluation

COMPÉTENCE	SITUATION D'ÉVALUATION en entreprise	CONDITIONS DE L'ÉVALUATION
1	Observation d'un entretien avec un membre de l'équipe + entretien	Observation d'un entretien avec un collaborateur par l'évaluateur entreprise seul + entretien, puis entretien d'évaluation sur l'ensemble de la compétence par les deux évaluateurs
2	Présentation par le candidat de l'organisation en place pour la mise en œuvre des plans d'actions commerciales	Présentation + entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs

COMPÉTENCE	SITUATION D'ÉVALUATION en entreprise	CONDITIONS DE L'ÉVALUATION
3	Observation d'une réunion d'équipe + entretien	Observation de la réunion d'équipe par l'évaluateur entreprise seul Entretien d'évaluation par l'évaluateur interne + entretien en présence des deux évaluateurs
4 5 6	Entretien d'évaluation sur l'organisation du candidat, la communication et le respect des procédures	Entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs

ANNEXE III  
RÉFÉRENTIELS D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET DE CERTIFICATION  
POUR LE CQP « MANAGER D'ÉQUIPE ITINÉRANTE »

---

*Référentiel d'activités*

Réalisation d'un plan de développement commercial :

Recueil d'informations sur le marché local : présence de la concurrence, évolution de ses implantations, environnement commercial, projets locaux susceptibles d'avoir un impact sur la demande...

Examen de l'évolution des résultats commerciaux sur le territoire / le marché.

Formalisation de propositions d'axes de développement et d'un plan d'actions pour le territoire / le marché.

Etablissement d'un plan d'actions commercial chiffré (chiffre d'affaires, marge, indicateurs d'activité, indicateurs de portefeuille).

Pilotage de l'activité commerciale :

Lancement / pilotage du lancement des actions commerciales définies par l'entreprise et d'actions spécifiques.

Suivi des actions commerciales : actions à réaliser, utilisation des outils d'aide à la vente, des outils et supports marketing, utilisation du site web de l'entreprise, suivi des résultats, réajustement des actions, contrôle du respect de la réglementation commerciale en vigueur...

Recueil d'informations sur les résultats des activités commerciales : chiffre d'affaires, marge, frais, mouvements dans le fichier clients, structure du portefeuille clients...

Examen des indicateurs commerciaux, analyse des tableaux de bord, interprétation des résultats.

Comparaisons périodiques, territoriales...

Suivi des paiements et des encours.

Pilotage ou réalisation des relances clients.

Animation et accompagnement de l'équipe commerciale :

Formalisation et présentation des objectifs commerciaux individuels.

Accompagnement technique et méthodologique / coaching : analyse du secteur, ciblage des priorités et des actions de prospection (plan d'actions individuel), préparation et réalisation des entretiens avec les clients (visites accompagnées...), relances clients à effectuer...

Suivi de l'activité et des résultats individuels : actions conduites, résultats, repérage et explication des écarts, réajustements à prévoir...

Mobilisation individuelle et collective autour des objectifs commerciaux.

Réalisation d'actions commerciales ciblées (grands comptes, contrats à enjeux...).

Management opérationnel de l'équipe :

Accueil et intégration des nouveaux membres de l'équipe.

Transmission et contrôle des consignes.

Conduite d'entretiens individuels périodiques : entretiens annuels d'évaluation, entretiens professionnels...

Animation de réunions.

Sélection de candidats dans le cadre d'un recrutement.

Suivi du planning des absences.

Communication et gestion de la relation clients :

Transmission d'informations à l'équipe sur la politique de l'entreprise et les actions à conduire.

Transmission d'informations aux différents services de l'entreprise.

Valorisation de l'image de l'entreprise auprès des interlocuteurs locaux internes et externes.

Traitement en relais de l'équipe de vente des litiges et réclamations complexes.

Mise en œuvre des procédures administratives et QHSE :

Contrôle de l'application des procédures QHSE de l'entreprise.

Supervision des procédures administratives de gestion et de contrôle interne : procédure tarifaire, suivi de l'entretien des véhicules de l'équipe, gestion des équipements et matériels...

Alerte en cas d'anomalie.

### *Référentiel de compétences*

#### **Compétence 1. – Accompagner les membres d'une équipe de vente itinérante**

Concevoir et mettre en œuvre un plan d'actions permettant de mobiliser l'équipe de vendeurs itinérants du secteur autour du plan de développement et des objectifs à atteindre.

Concevoir et utiliser différents outils et techniques permettant de soutenir les vendeurs itinérants dans leurs activités.

Expliquer individuellement les objectifs commerciaux de chaque vendeur itinérant, en proposant des moyens et conditions de réalisation.

Mobiliser collectivement son équipe de vente autour des objectifs à atteindre.

Réaliser un suivi régulier des membres de l'équipe et les accompagner dans le réajustement de leurs actions, le cas échéant.

Identifier les objectifs de progression et les besoins en formation de chaque membre de l'équipe.

Transmettre des connaissances, des savoir-faire en tenant compte des besoins des vendeurs itinérants.

#### **Compétence 2. – Piloter et animer l'activité commerciale sur son secteur / marché**

Identifier les informations clés sur la présence commerciale, l'évolution du marché, la concurrence et le potentiel du secteur / marché à partir de différentes sources d'information.

Analyser le positionnement commercial de son secteur / marché.

Définir des objectifs commerciaux et un plan d'actions commerciales pour chaque vendeur itinérant en tenant compte de son profil et des caractéristiques de son territoire.

Réajuster les objectifs en fonction des résultats, du marché et des actions et opérations en cours.

Organiser la mise en œuvre des opérations commerciales sur le secteur / marché à partir des plans d'actions commerciales définis au sein de l'entreprise.

Mesurer périodiquement l'avancement et les résultats des actions et opérations commerciales mises en œuvre sur le secteur / marché.

Concevoir, en lien avec l'équipe de vendeurs itinérants, des propositions d'ajustement des opérations commerciales en prenant appui sur l'analyse des spécificités du secteur / marché.

Utiliser les fonctionnalités de l'outil de gestion de la relation client pour piloter son activité commerciale et actualiser les informations commerciales.

### **Compétence 3. – Organiser et animer une équipe**

Mettre en œuvre un programme d'intégration en direction des nouveaux membres de l'équipe.

Repérer les compétences nécessaires en cas de recrutement.

Organiser le travail de son équipe.

Transmettre des consignes aux membres de l'équipe et contrôler leur mise en œuvre.

Conduire un entretien individuel : entretien annuel d'évaluation, recadrage...

Organiser, préparer et conduire des réunions d'équipe.

Adopter une posture managériale dans ses relations avec l'équipe et ses interlocuteurs.

### **Compétence 4. – Communiquer avec les clients, les services et les partenaires de l'entreprise**

Transmettre des informations pertinentes aux différents services et partenaires de l'entreprise sur les activités du secteur en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise.

Relayer les bonnes pratiques, les contraintes et problématiques rencontrées au sein du secteur auprès de collaborateurs issus de différents services et des membres de son équipe.

Traiter les situations relationnelles difficiles et les réclamations complexes avec les clients en respectant le rôle et le positionnement de chacun ainsi que les procédures en vigueur au sein de l'entreprise.

Identifier au sein de l'entreprise les différents services à associer en fonction des actions à conduire.

### **Compétence 5. – Organiser et prioriser son activité de manager**

Identifier les actions à conduire pour améliorer les performances du secteur / marché et concevoir des plans d'actions adaptés.

Planifier son activité sur le long terme en fonction du plan d'actions à conduire.

Concevoir son planning en fonction des échéances à respecter.

Adapter son organisation aux aléas et événements nouveaux intervenant dans l'activité du secteur / marché afin de répondre au mieux aux besoins des clients et aux priorités de l'entreprise.

Prioriser ses activités en fonction de leur degré d'urgence.

Evaluer la pertinence d'intervenir directement auprès d'un client en relais d'un vendeur en fonction du degré d'autonomie du vendeur et des caractéristiques de la situation (urgence, importance...).

### **Compétence 6. – Contrôler la mise en œuvre des procédures administratives et de qualité, d'hygiène, de sécurité et d'environnement**

Informar et mobiliser ses collaborateurs autour des enjeux liés au respect de la législation, des procédures et des consignes et procédures en vigueur, notamment en matière de qualité, d'hygiène, de santé, de sécurité et d'environnement au sein du secteur / marché.

Identifier les non-conformités et mettre en œuvre les actions correctives appropriées.

Superviser et contrôler la mise en œuvre des procédures et consignes en matière de sécurité au travail.



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

Programmation et mise en œuvre des actions d'accompagnement :

Le plan d'accompagnement des vendeurs itinérants est formalisé sur l'année ou le semestre à venir : planification des temps de réunions d'équipe, suivis individuels...

Différents types d'actions sont mis en œuvre en fonction des besoins : accompagnement à l'analyse des résultats, d'aides à la vente, formation, accompagnement en clientèle, veille, réalisation d'argumentaires...

Maîtrise des différents outils d'accompagnement :

Les suivis en visite client sont efficaces : ciblage des clients ou prospects à vérifier, utilisation d'une grille d'observation, débriefings adaptés et permettant d'identifier les axes d'amélioration...

L'accompagnement en clientèle est réalisé dans le respect des rôles de chacun, sans se substituer au vendeur ni le court-circuiter.

Le manager cherche à autonomiser les vendeurs itinérants dans l'analyse de leurs résultats, la résolution de leurs difficultés...

Mise en valeur des objectifs individuels :

Les objectifs fixés sont réalistes, mesurables et motivants.

Les objectifs fixés sont situés dans le contexte plus large du secteur, de l'entreprise...

Des moyens et conditions de réalisation adaptés sont négociés avec les vendeurs itinérants.

Les ressorts de motivation de chaque vendeur itinérant sont pris en compte dans la présentation des objectifs individuels.

Suivi individuel :

Le manager assure un suivi adapté de l'ensemble de ses collaborateurs.

Le type d'accompagnement proposé aux vendeurs itinérants est personnalisé en fonction des besoins de chacun.

Différents indicateurs sont utilisés pour identifier les besoins des vendeurs itinérants : prises de contact spontanées, transmission d'informations sur les produits, les clients, les concurrents, retours terrains réguliers, réactivité sur l'envoi des informations chiffrées, retours des clients, des interlocuteurs internes, calculs commerciaux et ratios...

Les vendeurs itinérants ne prenant pas contact avec le manager de manière spontanée et régulière sont relancés.

Mobilisation de l'équipe de vendeurs itinérants :

La stratégie commerciale de l'entreprise et ses enjeux sont présentés et expliqués à l'équipe.

L'équipe est très régulièrement mobilisée autour des objectifs à atteindre sur la période.

Des retours fréquents sont réalisés auprès de l'équipe : résultats obtenus lors de la journée ou de la semaine passée, écarts par rapport au prévisionnel, rappel de la cible, des enjeux...

Le sens des efforts à réaliser pour développer les ventes est expliqué à l'équipe.

Différents outils sont utilisés pour entretenir la motivation de l'équipe : challenges, jeux, retours sur les résultats individuels...

## Développement des compétences :

La mise en œuvre de nouveaux savoir-faire ou de nouvelles compétences par les vendeurs itinérants est suivie et mesurée (entretiens de débriefing, accompagnement en visite client...).

Différents types d'actions de formation / développement des compétences sont mises en œuvre identifiées : utilisation du plan de formation de l'entreprise, formation interne individuelle, « trainings » collectifs...

La mise en œuvre de nouveaux savoir-faire ou de nouvelles compétences par les vendeurs itinérants est mesurée.

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

### Analyse du secteur / marché :

Les membres de l'équipe sont incités à recueillir des informations sur le positionnement de la concurrence auprès de différentes sources : visite d'espaces de vente concurrents, de salons, recueil de devis, échanges avec les clients, les commerciaux des concurrents...

La fiabilité des informations recueillies est vérifiée.

Les éléments clés susceptibles d'avoir un impact sur l'activité commerciale du secteur / marché sont suivis et analysés : évolutions prévisibles de la demande, innovations produits / services, résultats de la concurrence, évolution de l'activité des clients, des prospects...

Les spécificités des différents territoires composant le secteur / marché sont identifiées.

Le potentiel du secteur / marché est identifié à l'aide de méthodes d'analyse adaptées (identification des opportunités clients ou marchés).

Les parts de marché sont évaluées à partir d'indicateurs objectifs.

### Analyse du positionnement de l'entreprise sur le secteur :

Les forces et les faiblesses du secteur en termes de clients et de marché sont identifiées.

Des échanges sont conduits au sein de l'équipe commerciale pour identifier les avantages concurrentiels du secteur / marché par gammes de produits.

Les prospects à solliciter en priorité sont identifiés.

Les risques liés à la perte de clients importants sont identifiés.

Les impacts de la conjoncture économique sur l'activité sont pris en compte dans l'analyse du positionnement du secteur / marché.

### Détermination des plans d'actions individuels :

L'attribution ou le redécoupage des territoires sont réalisés en tenant compte de multiples paramètres : charge de travail liée au territoire ou au marché, conjoncture économique à court et moyen terme, spécificités du portefeuille, spécificités du territoire ou du marché, forces et faiblesses du vendeur itinérant...

Les priorités et objectifs de chaque vendeur sont définis en tenant compte des opportunités de chaque territoire / marché en lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise.

Les objectifs individuels sont fixés en référence à l'expérience et aux compétences de chaque vendeur itinérant.

### Suivi des plans d'actions individuels :

Les vendeurs itinérants sont accompagnés dans le choix des clients et des prospects à visiter : clients à enjeu en termes de fidélité, de potentiel d'évolution, de risque de perte...

Les actions à prioriser, les résultats attendus et les moyens attribués sont présentés, argumentés, et négociés avec chaque vendeur.

Les pratiques des vendeurs itinérants en matière de suivi client sont systématiquement et régulièrement analysées.

Les comptes rendus de visite réalisés par les vendeurs itinérants sont collectés et analysés.

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

#### **Recrutement :**

Les compétences recherchées en cas de recrutement sont clairement explicitées et argumentées.

Les profils de recrutement sont adaptés aux spécificités du secteur / marché et aux caractéristiques de l'équipe en place.

Les entretiens réalisés permettent à la direction commerciale ou à la direction des ressources humaines de disposer d'éléments fiables sur les candidats (savoir-faire techniques, parcours professionnel, motivation...).

#### **Intégration des nouveaux membres de l'équipe :**

Un soin particulier est apporté à l'accueil des nouveaux membres de l'équipe.

Un parcours d'intégration est défini et mis en œuvre au sein du secteur : présentation du secteur ou du marché, des membres de l'équipe...

Des points réguliers sont organisés en phase d'intégration pour identifier les éventuelles difficultés et accompagner le nouvel arrivant.

#### **Organisation du travail :**

La cohérence des tournées réalisées par les vendeurs itinérants est vérifiée.

La mise en œuvre des priorités d'organisation et des consignes en matière de nombre et de rythmes de visites par les vendeurs itinérants est vérifiée.

Les plannings des absences sont établis à l'avance, présentés et expliqués.

Les consignes données sont claires, réalistes, adaptées aux membres de l'équipe.

La mise en œuvre des consignes est vérifiée.

#### **Communication avec les membres de l'équipe :**

Les réunions d'équipe sont maîtrisées : évaluation du temps à passer sur chaque thématique, nombre de sujets à aborder, priorisation des sujets à traiter et des temps de parole, incitation à la réflexion individuelle et collective, à la prise de parole, formalisation et suivi des résultats et décisions prises...

Les entretiens individuels sont maîtrisés : fixation d'un objectif clair avant chaque entretien, préparation des entretiens, synthèse...

#### **Posture managériale :**

Le manager connaît la stratégie de l'entreprise, l'explique à ses collaborateurs et l'intègre dans ses actes de management.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs du secteur et de la stratégie de l'entreprise.

Les objectifs fixés sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et inscrits dans le temps.

Les objectifs sont expliqués.

L'atteinte des objectifs est contrôlée et des actions correctives sont identifiées.

Les réussites de l'équipe sont valorisées.

L'équipe est mobilisée autour des objectifs du secteur et de la stratégie de l'entreprise.

Les procédures et consignes sont systématiquement et durablement respectées par le manager.

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

Circulation de l'information au sein de l'entreprise :

L'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise est connue et respectée.

Les outils de communication sont utilisés de manière appropriée et efficace (ciblage des mails, mise en avant des informations urgentes...).

Relais des pratiques et de la situation du secteur / marché :

Les bonnes pratiques des membres de l'équipe sont identifiées et valorisées.

Les contraintes et problématiques à traiter au sein du secteur / marché sont explicitées.

Les contraintes et points de vue de ses interlocuteurs sont compris et pris en compte.

Les situations devant faire l'objet d'une alerte auprès d'autres services ou de la hiérarchie sont identifiées et partagées rapidement (tendances de vente très différentes du prévisionnel...).

Les services à associer aux actions entreprises au sein du secteur / marché et/ou aux problématiques à traiter sont identifiés.

Traitement des réclamations clients et des situations délicates :

Les interventions auprès des clients sont préparées et mises en œuvre dans le souci de préserver la crédibilité et la légitimité de l'équipe ainsi que la qualité de sa relation commerciale avec le client.

Les attributions des différents services de l'entreprise sont respectées lors du traitement des litiges et contentieux.

L'ensemble des informations nécessaires au traitement des litiges et contentieux est systématiquement transmis aux différents services.

Les risques liés à un mauvais traitement d'un litige ou d'un contentieux sont identifiés.

Le suivi de la résolution des litiges et la relance des services concernés sont assurés.

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

Amélioration continue :

Les thématiques sur lesquelles une action est à conduire (amélioration des procédures internes, planification des activités...) pour améliorer le fonctionnement du secteur sont identifiées.

Un plan d'actions adapté est conçu et organisé.

Le suivi du plan d'actions est réalisé.

Des actions correctives sont mises en place.

Organisation de l'activité du manager :

Une planification des principales interventions à conduire en théorie sur l'année est réalisée.

Les membres de l'équipe sont très régulièrement suivis et rencontrés selon une programmation définie à l'avance.

Des réunions d'équipe sont régulièrement planifiées et réalisées.

Les échéances à respecter sont identifiées et suivies de manière systématique.

Traitement des aléas :

Les urgences font l'objet d'une analyse systématique : degré d'importance, risques potentiels, caractère indispensable ou non de l'intervention du manager, délai de réponse...

Les interventions du manager en urgence sont systématiquement analysées et débriefées auprès de l'équipe ou du collaborateur concerné.

## Critères d'évaluation compétence 6

Suivi et contrôle des procédures en vigueur :

Les principales dispositions législatives, réglementaires et conventionnelles applicables sont connues et mises en œuvre (temps de travail, entretien des véhicules, permis de conduire, transmission des conditions générales de vente...).

La mise en œuvre des procédures administratives et consignes qualité est régulièrement contrôlée (recouvrement des impayés, conformité des documents commerciaux, encaissement de soldes de factures...).

Des actions correctives adaptées sont définies en cas de besoin.

Suivi et prévention des risques professionnels :

Les obligations pesant sur l'équipe du secteur en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement sont identifiées et expliquées.

Des contrôles périodiques sont réalisés pour évaluer le respect de la législation, des procédures et des consignes en matière d'hygiène, sécurité et environnement (port de la tenue de travail et des EPI...).

Les spécificités des produits commercialisés par l'entreprise sont identifiées et prises en compte.

Les risques liés à l'exercice du métier au sein du secteur / marché sont identifiés et surveillés : port de la tenue de travail et des EPI...

Les dispositions du « document unique » relatives au périmètre de l'équipe sont connues et appliquées.

### Modalités d'évaluation

COMPÉTENCE	SITUATION D'ÉVALUATION en entreprise	CONDITIONS DE L'ÉVALUATION
1	Observation d'un entretien avec un membre de l'équipe + entretien	Observation d'un entretien avec un collaborateur par l'évaluateur entreprise seul + entretien, puis entretien d'évaluation sur l'ensemble de la compétence par les deux évaluateurs
2	Présentation par le candidat de l'analyse de son secteur / marché et de son plan d'actions	Présentation + entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs
3	Observation d'une réunion d'équipe + entretien	Observation de la réunion d'équipe par l'évaluateur entreprise seul Entretien d'évaluation par l'évaluateur interne + entretien en présence des deux évaluateurs
4 5 6	Entretien d'évaluation sur l'organisation du candidat, la communication et le respect des procédures	Entretien d'évaluation en présence des deux évaluateurs