

Avenant n° 120 du 17 juin 2025
à l'avenant n° 83 du 26 novembre 2009
relatif aux postes repères

NOR : ASET2550715M

IDCC : 1396

Entre l'(les) organisation(s) professionnelle(s) d'employeur(s) :

Pact'Alim,

d'une part,

et le(s) syndicat(s) de salariés :

FNAA CFE-CGC ;

FGA CFTD,

d'autre part,

il a été convenu ce qui suit :

Préambule

L'accord n° 83 du 26 novembre 2009 relatif aux postes repères a entendu définir pour la branche une liste de postes repères assortis d'une fourchette de coefficients correspondant à leur classification. Les postes retenus dans cette liste s'appuient sur des référentiels métiers/compétences de certificats de qualification professionnelle (CQP). Afin de tenir compte de l'évolution de certains de ses référentiels mais aussi de la création de nouveaux CQP au niveau interbranche les parties au présent accord entendent modifier et compléter la liste des postes repères de l'accord du 26 novembre 2009.

Eu égard à l'objet du présent accord, il n'y a pas lieu d'envisager des dispositions spécifiques pour les entreprises de moins de 50 salariés.

Article 1^{er}

À l'article 1^{er} de l'accord n° 83 du 26 novembre 2009 le tableau des postes repères est remplacé par le tableau suivant :

Postes repères Fourchette de coefficients	Fourchette de coefficients
Opérateur de production	120-155
Préparateur	155-175

Postes repères Fourchette de coefficients	Fourchette de coefficients
Conducteur de machines	155-175
Conducteur de process	155-175
Conducteur de ligne	175-195
Responsable d'équipe	215-285
Responsable d'unité de production	275-335
Ouvrier qualifié de nettoyage industriel	145-175
Agent de maintenance	175-205
Technicien de maintenance	215-275
Agent de maîtrise de maintenance de niveau A	225-265
Agent de maîtrise de maintenance de niveau B	275-315
Agent logistique	145-185
Technicien logistique	235-275
Technicien qualité	205-225
Télévendeur	165-195
Commercial sédentaire	185-225
Attaché commercial	235-305
Promoteur des ventes/marchandiseur	185-215
Administration du personnel et de la paie	205-295

Article 2 | *Date d'effet et durée de l'accord*

Le présent accord est conclu pour une durée indéterminée et prendra effet à compter de sa signature.

Article 3 | *Révision et dénonciation*

Le présent accord peut être révisé ou dénoncé conformément aux dispositions prévues par les articles L. 2261-7 à L. 2261-9 du code du travail.

Article 4 | *Dépôt et extension*

Le présent accord sera déposé auprès des services centraux du ministre chargé du travail.

Il fera l'objet d'une demande d'extension.

Fait à Paris, le 17 juin 2025.

(Suivent les signatures.)

Annexe

Lien vers les référentiels CQP : <https://cqp.ocapiat.fr/certificats>.

Concernant l'attaché commercial, la révision de la fourchette de coefficients a été réalisée au vu d'un projet de nouveau référentiel qui n'a pas encore fait l'objet d'une inscription au RNCP et non sur la base du référentiel figurant sur le site cqp.ocapiat.fr.

Le référentiel est repris ci-après.

(Voir pages suivante.)

Référentiel du CQP « Attaché commercial » du secteur alimentaire

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
BC 1. Développer l'activité commerciale de l'entreprise				
A.1.1 : Participation à une réunion de cadrage Échange avec son N + 1 à l'occasion d'un accompagnement spécifique Réculte des informations Identification de la stratégie d'entreprise Traduction de la stratégie d'entreprise en objectifs opérationnels Mise en œuvre du plan d'action et ajustement le cas échéant en lien avec les services internes Consultation des outils adéquats pour suivre la progression de ses objectifs	C1.1 : exécuter la stratégie commerciale de l'entreprise en appliquant le plan d'action opérationnel afférent pour atteindre les objectifs fixés.	<p>Questionnaire à visée professionnelle :</p> <p>Le candidat répond aux différentes questions posées (études de cas, mises en situation fictives), portant sur sa maîtrise professionnelle en matière de développement d'activité commerciale.</p> <p>Lieu de l'évaluation : en OF, en entreprise, en ligne à partir de la plateforme EvAlim</p> <p>Évaluateur : correction automatique par la plateforme EvAlim (test national)</p> <p>Durée de l'épreuve : 10 à 15 minutes</p> <p>Mises en situations professionnelles réelles :</p> <p>Le candidat est évalué à un instant t sur sa pratique professionnelle réelle à partir d'observations où il participera à la prospection (création d'outils, démarchage) et proposera un produit/service dans le cas de la conduite de l'entretien</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise</p> <p>Évaluateur : tuteur</p> <p>Durée de l'épreuve : tout au long de la démarche CQP du candidat</p>		
			<p>L'exécution de la stratégie commerciale est efficiente :</p> <p>La stratégie est comprise et intégrée par le candidat</p> <p>Le plan d'action défini est réalisable (sur les plans humains, financiers, matériels, logistique) et permet d'atteindre les objectifs fixés par la stratégie commerciale</p> <p>Il précise les étapes, ressources (humaines, matérielles), outils nécessaires à son bon déploiement</p> <p>Un suivi de l'exécution du plan d'action est réalisé et des actions correctives sont mises en place le cas échéant</p>	

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	
		<p>Étude de cas et soutenance orale :</p> <p>À partir d'une étude de cas ou de son expérience professionnelle réelle, le candidat rédigera une note de synthèse précisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> – le mode opératoire pour développer l'activité commerciale (sourcing client, qualification du prospect) ; – les outils et techniques commerciales mobilisés ; – l'argumentaire commercial développé. <p>Il fera une présentation orale devant un jury qui permettra au candidat d'expliquer ses choix et au jury de poser des questions complémentaires sur les éventuelles compétences n'ayant pas pu être traitées</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise ou en OF</p> <p>Évaluateur : jury d'évaluation</p> <p>Durée de l'épreuve : 15 minutes de présentation et 10 minutes de Q/R</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
				Modalités d'évaluation	
				<p>Évaluation 4 « Jeu de rôle » :</p> <p>À partir d'un sujet proposé par le jury, le candidat participera à un jeu de rôle portant sur la conduite d'un entretien, les techniques de ventes et la vente additionnelles. Les membres du jury joueront le rôle des clients. Le jury conduit ensuite un entretien avec le candidat pour échanger sur certains points qu'il a pu observer et souhaite approfondir.</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise ou en organisme de formation</p> <p>Évaluateur : jury d'évaluation</p> <p>Durée de l'épreuve : 20 minutes de présentation et 10 minutes de Q/R</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
				Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
A.1.2 : Définition de la zone géographique ciblée Réalisation d'une veille de marché Actualisation régulière de sa base de données Participation au processus de prospection de l'entreprise Identification et utilisation des outils d'aide à la prospection Identification des profils clients		C1.2 : sourcer de nouveaux clients en définissant la clientèle cible et en analysant le marché (positionnement de la concurrence, politique de prix...) et en utilisant les outils de prospection à disposition afin d'enrichir sa base de données de contacts qualifiés			Qualité du sourcing : La zone géographique est définie Le profil et le potentiel des clients sont définis : activité, taille, chiffres clés Le candidat est partie prenante dans le processus de prospectwion de l'entreprise : il propose des outils d'aide à la prospection ainsi que de nouvelles approches le cas échéant La veille est réalisée de manière structurée : sélection des outils, définition d'un processus, fréquence de réalisation...
A.1.3 : Échange avec les équipes commerciales Définition des actions à mener (relance client, développement du panier moyen etc.) Identification du contenu, messages à produire Création de contenus et messages à délivrer		C1.3 : créer du contenu (séquences mail, page de vente, posts, script téléphonique...) pour alimenter la prospection de l'entreprise et délivrer des messages impactant et attractifs.			Le contenu créé est de qualité : Différents types de contenus sont créés par le candidat : mail, posts, script téléphonique Le type de contenu à créer est défini et en lien avec l'objectif commercial fixé Le contenu créé est impactant : il permet de créer du lien avec la cible, il est facile d'interprétation. Le contenu produit satisfait la demande du service commercial

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Réfinit les critères et les modalités d'évaluation des acquis		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.1.4 :</p> <p>Organisation d'un entretien avec le prospect</p> <p>Formulation de questions</p> <p>Analyse des comportements d'achat via le CRM</p> <p>Positionnement du prospect dans le cycle de vente</p>		<p>C1.4 : qualifier le prospect en lui posant des questions ciblées et/ou en analysant ses comportements d'achat via le CRM dans le but de définir son niveau d'engagement dans le cycle de vente</p>		<p>Le prospect est qualifié :</p> <p>Des outils d'analyse sont utilisés par le candidat (SONCASE...)</p> <p>Les questions formulées permettent de définir les sources de motivation du candidat</p> <p>Le profil du prospect est défini afin d'adapter son argumentation</p> <p>L'analyse des comportements d'achat est précise : nombre d'achats, fréquence...</p> <p>Le niveau d'engagement du prospect est défini</p>

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfinit les critères et les modalités d'évaluation des acquis		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.1.5 :</p> <p>Adoption d'une posture spécifique à l'entretien</p> <p>Formulation de questions clés</p> <p>Identification des problématiques du prospect : enjeux, environnement</p> <p>Définition des besoins du prospect</p> <p>Gestion de l'entretien : introduction, message clé, respect du script téléphonique</p> <p>Proposition d'une offre adaptée</p> <p>Clôture de l'entretien</p>		<p>C1.5 : conduire un entretien téléphonique et/ou en face à face dans le cadre de sa prospection en prenant en compte les problématiques et besoins du prospect afin de lui proposer une offre adaptée</p>		<p>Qualité de la conduite de l'entretien :</p> <p>Le candidat adopte une posture bienveillante et adaptée à l'interlocuteur</p> <p>Les questions formulées sont pertinentes : elles sont adaptées au profil de la cible et permettent d'identifier les besoins du prospect</p> <p>Le candidat tient compte du profil du prospect lors de l'échange : environnement, enjeux</p> <p>L'offre proposée répond aux attentes du prospect</p> <p>L'entretien respecte des étapes bien précises : Prise de contact, découverte, proposition puis clôture</p> <p>Les objections sont traitées :</p> <p>Le candidat utilise des techniques de vente pour les traiter : il reformule son propos en tenant compte des objections</p> <p>Le candidat propose un délai de réponse le cas échéant</p>	
<p>A.1.6 :</p> <p>Recueil des objections</p> <p>Analyse des objections</p> <p>Utilisation des techniques de vente</p> <p>Traitement des objections</p> <p>Donne un délai de réponse en cas de non-traitement immédiat de l'objection</p>		<p>C1.6 : traiter les objections en appliquant des techniques de vente adaptées afin de rassurer le prospect et de lui faire prendre conscience de la valeur ajoutée que représente l'offre</p>			

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		Modalités d'évaluation		Critères d'évaluation	
A.1.7 : Prise en compte de l'historique d'achat du client via le CRM de l'entreprise Identification d'une opportunité additionnelle pour le client Proposition d'un produit/service complémentaire adaptée Argumentation de son offre complémentaire auprès du client		C1.7 : vendre un produit et/ou un service complémentaire lors de l'acte d'achat (cross-selling) et lorsqu'il y a une vraie plus-value pour le client afin de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise.		Un produit et/ou service complémentaire est proposé : La proposition du candidat est adaptée à la situation du client et en cohérence avec ses comportements d'achat L'argumentation développée permet au client de prendre conscience de la valeur ajoutée de cette offre	
BC 2. Organiser et gérer et l'activité de son secteur commercial					
A.2.1 : Participation à des réunions Collecte des informations : tableau de synthèse, feuilles d'objectifs, base de données centralisées Exploitation des données récoltées Identification des enjeux de l'entreprise Définition des objectifs avec sa hiérarchie		C2.1 : définir le plan d'action à mener sur son secteur en fonction des enjeux, objectifs de l'entreprise en se tenant à jour des informations communiquées lors de réunions ou autres sources (base de données, tableau de synthèse...) afin d'être opérationnel		Questionnaire à visée professionnelle : Le candidat répond aux différentes questions posées (études de cas, mises en situation fictives), portant sur sa maîtrise professionnelle en matière d'organisation et de gestion d'activité Lieu de l'évaluation : en OF, en entreprise, en ligne à partir de la plateforme EvAlim Évaluateur : correction automatique par la plateforme EvAlim (test national) Durée de l'épreuve : 10 à 15 minutes	
				Le plan d'action est efficient : Le candidat comprend les enjeux de l'entreprise Le candidat fait preuve de proactivité (participation aux réunions, demande d'informations...) et est force de proposition Les objectifs sont définis conjointement avec la hiérarchie Le plan d'action défini et ses modalités sont réalisables	

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	<p>Mises en situations professionnelles réelles :</p> <p>Le candidat est évalué à un instant t sur sa pratique professionnelle réelle à partir d'observations où il organisera son activité (organisation des tournées, argumentaire commercial, veille sur son secteur...) et appliquera les règles en vigueur dans son entreprise dans son activité professionnelle</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise</p> <p>Évaluateur : tuteur</p> <p>Durée de l'épreuve : tout au long de la démarche CQP du candidat</p> <p>Étude de cas et soutenance orale :</p> <p>À partir d'une étude de cas ou d'une situation réelle choisie en amont et validée par son responsable, le candidat rédigera une note de synthèse précisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> – l'organisation et la gestion de son activité ; – l'application des règles de sécurité et consignes de l'entreprise dans ses actions quotidiennes ; – la présentation de son argumentaire commercial ; – la procédure de veille.

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
			Modalités d'évaluation	
			<p>Il fera une présentation orale devant un jury qui permettra au candidat d'expliquer ses choix et au jury de poser des questions complémentaires sur les éventuelles compétences n'ayant pas pu être traitées</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise ou en OF</p> <p>Évaluateur : jury d'évaluation</p> <p>Durée de l'épreuve : 15 minutes de présentation et 10 minutes de Q/R</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfinit les critères et les modalités d'évaluation des acquis		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.2.2 :</p> <p>Identification des objectifs de l'entreprise</p> <p>Collecte des informations liés aux événements du secteur géographique</p> <p>Interprétation des données</p> <p>Priorisation de ses actions</p> <p>Organisation de ses tournées</p> <p>Respect du plan de routage</p> <p>Respect des règles de sécurité</p>		<p>C2.2 : organiser les tournées en se basant sur les objectifs de l'entreprise et les caractéristiques du secteur (nombre de points de vente, chiffre d'affaires, volume par magasin, potentiel de vente, inter-locuteurs) en amont afin d'assurer une couverture optimale de son secteur dans le respect du routage et des règles de sécurité définies par l'entreprise</p>		<p>L'organisation des tournées est pertinente :</p> <p>L'organisation des tournées permet de servir les objectifs de l'entreprise</p> <p>Les informations collectées permettent de définir le potentiel des points de vente pris en charge par le candidat</p> <p>Les actions sont priorisées selon le niveau de potentiel de chaque point de vente</p> <p>Le plan de routage et les règles de sécurité sont respectés par le candidat</p> <p>Les contraintes des clients sont prises en compte : travaux, fermeture exceptionnelle, absence du responsable...</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfinit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
Modalités d'évaluation		Critères d'évaluation			
<p>A.2.3 :</p> <p>Relecture du compte rendu de la dernière visite</p> <p>Prise de connaissances des événements internes, lancement de produits... des points de vente</p> <p>Prise en compte du reporting</p> <p>Programmation de ses visites en fonction des moments clés</p> <p>Préparation de son argumentation et des supports (chiffres, données panel, photos, échantillon...)</p> <p>Identification des points à aborder et des questions à formuler auprès de l'interlocuteur du point de vente</p>		<p>C2.3 : préparer ses visites en récoltant des informations nécessaires à son intervention (état et priorité des objectifs, clients, points de vente, produits, merchandising, promotions) et en consultant son reporting afin d'anticiper les besoins clients et d'intervenir dans les meilleures conditions possibles</p>		<p>Les visites sont préparées :</p> <p>Les informations essentielles à l'intervention sont prises en compte : compte rendu de la dernière visite, du reporting et des priorités</p> <p>Les visites sont programmées dans le temps en fonction des événements des points de vente</p> <p>Les points clés à aborder avec l'interlocuteur du point de vente sont définis</p> <p>L'argumentation propre à l'objet de la visite est adaptée au profil de l'interlocuteur et à la situation de son point de vente</p> <p>Les supports prévus par le candidat permettent d'appuyer son argumentation</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
Modalités d'évaluation				Critères d'évaluation	
A.2.4 : Identification de la typologie d'information à récolter Sélection des outils de veille en fonction des types d'informations Collecte de l'information (légales, concurrentielles, marché, produit, distribution) Traitement et analyse de l'information Diffusion de l'information aux acteurs concernés	C2.4 : réaliser une veille sur les évolutions des produits, du marché de l'entreprise et de son secteur afin d'être force de proposition	La veille réalisée est précise : Les informations récoltées sont exhaustives, elles recouvrent les évolutions des produits, du marché et du secteur de son entreprise Une synthèse des informations récoltées est produite, elle permet de comprendre les évolutions citées et est facile d'interprétation La synthèse est diffusée aux services concernés de l'entreprise Qualité de la communication : Le reporting du candidat est à jour Une synthèse sur les informations afférentes aux points de vente est produite Le support de communication sélectionné permet de mettre en valeur la synthèse et facilite sa diffusion La synthèse et le support produit sont de qualité : facile d'interprétation, respecte le formalisme de l'entreprise... Les services concernés sont informés			
A.2.5 : Intégrations des informations récoltées sur le terrain dans son reporting Synthèse des informations à communiquer Choix du support de communication Communication des informations auprès des services concernés	C2.5 : communiquer auprès de sa hiérarchie les informations en liens avec les points de vente (performance, difficultés rencontrées, opportunités) afin d'adapter ou d'anticiper ses futures actions commerciales				

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfinit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
Modalités d'évaluation		Critères d'évaluation			
<p>A.2.6 :</p> <p>Intégration des procédures, méthodes et outils dans son activité professionnelle</p> <p>Se tient informé des évolutions internes pour être en phase avec les pratiques de l'entreprise</p>		<p>C2.6 : respecter les procédures, méthodes et outils définis par l'entreprise pour assurer le reporting et le bon fonctionnement de l'équipe commerciale</p>		<p>Respect des règles de l'entreprise :</p> <p>Il respecte les méthodes de travail et d'organisation définies par sa hiérarchie</p> <p>Le candidat utilise les outils mis à disposition par l'entreprise</p> <p>Il adopte une posture proactive quant aux pratiques de l'entreprise : organisation de point d'échange, formulation de questions etc.</p>	
				<p>Le candidat intervient dans un cadre sécuritaire :</p> <p>Les règles de sécurité et de santé au travail de l'entreprise et du point de vente sont intégrées dans les activités du candidat</p> <p>Il connaît les bons gestes professionnels (mise en rayon, installation de PLV...)</p> <p>Il propose des actions pour sensibiliser les équipes sur cette thématique : au quotidien il fait preuve d'intérêt et de bienveillance</p> <p>Les situations potentiellement à risque sont identifiées et remontrées auprès de sa hiérarchie</p>	
<p>A.2.7 :</p> <p>Intégration des règles de sécurité et de santé dans son activité</p> <p>Application des recommandations de gestion de risques préconisés ou imposés par l'entreprise</p> <p>Sensibilisation et suivi des équipes au quotidien</p> <p>Identification et communication des situations potentiellement à risque auprès de sa hiérarchie</p> <p>Alerte sa hiérarchie en cas de blessures le cas échéant</p>		<p>C2.7 : appliquer les règles de sécurité et de santé au travail en utilisant les bonnes procédures, postures et les bons gestes professionnels dans le but d'intervenir en toute sécurité dans son activité professionnelle.</p>			

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
				Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
BC 3. Veiller à la bonne implantation et distribution des produits en magasin					
A.3.1 : Identification des décideurs et acteurs influents Organisation des temps d'échanges Identification des besoins de l'interlocuteur Proposition de solutions à court et/ou moyen terme Rappel de son engagement et de sa disponibilité		C3.1 : développer un réseau professionnel au sein de chaque point de vente en organisant des temps d'échanges avec ses interlocuteurs et en prenant en compte leurs demandes afin pérenniser les relations commerciales		Questionnaire à visée professionnelle : Le candidat répond aux différentes questions posées (études de cas, mises en situation fictives), portant sur sa maîtrise professionnelle en matière d'implantation et de distribution des produits Lieu de l'évaluation : en OF, en entreprise, en ligne à partir de la plateforme Ev'Alim Évaluateur : correction automatique par la plateforme Ev'Alim (test national) Durée de l'épreuve : 10 à 15 minutes	
				Qualité du réseau professionnel : Les décideurs principaux sont identifiés (du point de vente et de l'enseigne) Le candidat est en capacité à créer du lien avec les décideurs et acteurs du point de vente : il est avenant, adopte une posture professionnelle et se rend disponible Des temps d'échange sont réalisés avec les décideurs et acteurs du point de vente Les besoins des décideurs sont clairement identifiés Des solutions adaptées et réalistes sont proposées aux décideurs	

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	<p>Mises en situations professionnelles réelles :</p> <p>Le candidat est évalué à un instant t sur sa pratique professionnelle réelle, à partir d'observations où il contrôlera la bonne implantation des produits en magasin (diagnostic du point de vente, analyse des stock...) et proposera de nouvelles implantations produits en magasin ainsi que des axes d'amélioration sur sa distribution</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise</p> <p>Évaluateur : tuteur</p> <p>Durée de l'épreuve : tout au long de la démarche CQP du candidat</p> <p>Étude de cas et soutenance orale :</p> <p>À partir d'une étude de cas ou d'une situation réelle choisie en amont et validée par son responsable, le candidat rédigera une note de synthèse précisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> – le diagnostic du point de vente (contrôle facing, analyse des stocks, analyse distribution produit...); – les propositions de nouvelles implantations produits.

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
			Modalités d'évaluation	
			<p>Le candidat fera une présentation orale devant un jury qui permettra au candidat d'explicitier ses choix et au jury de poser des questions complémentaires sur les éventuelles compétences n'ayant pas pu être traitées</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise ou en OF</p> <p>Évaluateur : tuteur</p> <p>Durée de l'épreuve : 15 minutes de présentation et 10 minutes de Q/R</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
Modalités d'évaluation					
A.3.2 : Réalisation du diagnostic d'un point de vente : analyse des linéaires et des emplacements promotionnels Contrôle de la bonne application du plan d'animation commerciale Identification des meilleures zones d'implantation produits Formulation de préconisations		C3.2 : réaliser un diagnostic d'un point de vente, des linéaires et des emplacements promotionnels afin de veiller au respect des plans d'animation commerciale et de définir les meilleures zones d'implantation possibles pour les produits alimentaires		Qualité du diagnostic du point de vente : Les informations propres au point de vente (profil consommateurs, tendances marché...) sont analysées Le profil client (fonctionnement, pratiques, situation et aléas) est pris en compte Les linéaires et emplacements promotionnels sont analysés : facing, prix produit, stock... L'application du plan d'animation commercial est analysée dans son ensemble et est argumentée Les meilleures zones d'implantation produits sont identifiées Les préconisations formulées sont cohérentes et permettent d'optimiser la visibilité des produits	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
				Modalités d'évaluation	
				Critères d'évaluation	
A.3.3 : Consultation des stocks disponibles au sein des points de vente Analyse des indicateurs et applications relatifs à la gestion des stocks (indicateurs réels et prédictifs) Identification de la situation du point de vente : surstock, ruptures ou anomalie stock Identification des causes racines Proposition de solution Correction des actions	C3.3 : Assurer la disponibilité des produits alimentaires dans les points de vente en interprétant les indicateurs de gestion des stocks afin d'anticiper les anomalies de stock et ainsi intervenir auprès des services achats et production le cas échéant	Les produits alimentaires sont disponibles dans le point de vente : Les stocks sont calculés La situation du point de vente est définie : surstock, ruptures ou anomalie stock Les causes racines sont identifiées et expliquées Les solutions proposées sont cohérentes à la situation du point de vente et réalisables Les actions réalisées sont ajustées			
A.3.4 : Analyse de la situation Identification du problème Identification des opportunités en magasin et plus largement dans la zone de chalandise Proposition de nouvelles actions d'implantation/théâtralisation des produits Entretien avec le chef de rayon	C3.4 : saisir les opportunités d'amélioration de la visibilité des marques à travers l'optimisation de l'implantation ou de la théâtralisation des produits alimentaires pour développer les ventes	Le candidat saisit les opportunités : Les situations au sein des points de ventes présentant une problématique sont identifiées Le candidat définit les opportunités d'amélioration potentielles pour ces situations : promotions, théâtralisation... Les nouvelles actions d'implantation ou de théâtralisation présentées au chef de rayon sont adaptées au point de vente Elles permettent d'améliorer la visibilité des produits alimentaires			

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfinit les critères et les modalités d'évaluation des acquis		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.3.5</p> <p>Analyse du contexte client</p> <p>Contrôle de la place accordée au produit en rayon et de sa présentation</p> <p>Vérification du stock tampon</p> <p>Prise en compte du rôle et du périmètre des autres intervenants dans le point de vente</p> <p>Prise d'informations auprès des services concernés en interne</p>		<p>C3.5 : identifier les causes à l'origine des dysfonctionnements (rupture de stock, stockage produit, événement spécial, mauvaise distribution produit etc.) en analysant le parcours produit jusqu'au point de vente afin de proposer des axes d'amélioration</p>		<p>Qualité de l'analyse du parcours produit :</p> <p>Le contexte du client est pris en compte dans l'analyse du candidat</p> <p>Les dysfonctionnements rencontrés dans le point de vente sont listés</p> <p>Le parcours produit est analysé dans son ensemble : livraison, stockage, mise en rayon, promotion</p> <p>Le rôle et le périmètre des autres intervenants ainsi que les services internes sont pris en compte dans l'analyse</p>	

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
				Modalités d'évaluation	
				Critères d'évaluation	
A.3.6 : Prise en compte des dysfonctionnement préalablement identifiés Proposition d'optimisation des actions Vérification de la faisabilité des actions Organisation de test le cas échéant Validation de leur mise en œuvre auprès de la direction	C3.6 : proposer des actions d'optimisation de la distribution du produit (logistique, stock, implantation en magasin) afin d'améliorer les pratiques de l'entreprise		Les actions proposées sont pertinentes : Les actions d'optimisation proposées sont adaptées, chiffrées et permettent d'améliorer les pratiques de l'entreprise Les actions proposées sont réalisables en termes de délai, d'organisation et de financement Des tests de mise en œuvre des actions sont réalisés le cas échéant Le candidat valide auprès de sa direction les actions à mettre en œuvre		
BC 4. Suivre et développer la relation client					
A.4.1 : Actualisation des informations client dans le CRM de l'entreprise Contrôle de la cohérence des informations indiquées Suivi régulier du reporting	C4.1 : exploiter le CRM de l'entreprise en y intégrant les informations clients et les données commerciales associées (commande, CA, fréquence d'achat...) afin de disposer des informations nécessaires aux visites		Questionnaire à visée professionnelle : Le candidat répond aux différentes questions posées (études de cas, mises en situation fictives), portant sur sa maîtrise professionnelle en matière de suivi et de développement de la relation client. Lieu de l'évaluation : en OF, en entreprise, en ligne à partir de la plateforme EvAlim Évaluateur : correction automatique par la plateforme EvAlim (test national) Durée de l'épreuve : 10 à 15 minutes		
L'utilisation du CRM est efficace : Les informations clients et les données afférentes au point de vente sont intégrées dans le CRM Les informations renseignées sont situées dans les bonnes parties du CRM Un suivi régulier est réalisé par le candidat					

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	<p>Mises en situations professionnelles réelles :</p> <p>Le candidat est évalué à un instant t sur sa pratique professionnelle réelle à partir d'observations où il réalisera le suivi du client (enrichissement reporting/crm, traitement des réclamations) et développera la relation commerciale avec lui (conseil client, propositions d'offres promotionnelles...)</p> <p>Lieu de l'évaluation : en entreprise</p> <p>Évaluateur : tuteur</p> <p>Durée de l'épreuve : tout au long de la démarche CQP du candidat</p> <p>Jeu de rôle :</p> <p>À partir d'un sujet proposé par le jury, le candidat participera à un jeu de rôle portant sur le suivi et le développement de la relation client. Les membres du jury joueront le rôle des clients. Le jury conduit ensuite un entretien avec le candidat pour échanger sur certains points qu'il a pu observer et souhaite approfondir ; il pourra poser des questions complémentaires sur les éventuelles compétences n'ayant pas pu être traitées lors du jeu de rôle</p>

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Réfère les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	Critères d'évaluation
				Modalités d'évaluation	
A.4.2 : Priorisation des tâches à automatiser Réglages du CRM				Lieu de l'évaluation : en entreprise ou en OF Évaluateur : tuteur Durée de l'épreuve : 20 minutes de jeu de rôle et 10 minutes de Q/R	
				C4.2 : automatiser des tâches commerciales et administratives récurrentes (relances par e-mail, message de confirmation, facture, sauvegarde automatique après envoi d'un document...) dans le CRM de l'entreprise pour optimiser la gestion des dossiers clients	<p>Les tâches commerciales et administratives sont automatisées :</p> <p>Les tâches commerciales et administratives récurrentes sont automatisées dans le CRM</p> <p>Les tâches automatisées fonctionnent</p> <p>Les ajustements sont réalisés par le candidat le cas échéant</p>

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Réfinit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
			Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.4.3 :</p> <p>Identification d'une offre promotionnelle susceptible d'intéresser le client</p> <p>Proposition de l'offre promotionnelle auprès du client</p> <p>Relance du client</p> <p>Intégration des informations dans le CRM de l'entreprise le cas échéant</p>		<p>C4.3 : proposer au client des offres promotionnelles et/ou des avantages commerciaux ponctuelles selon les opportunités commerciales afin de le fidéliser</p>		<p>Les offres promotionnelles et/ou les avantages commerciaux proposés sont pertinents :</p> <p>Ils sont adaptés au profil du client et au profil consommateur : historique d'achat, produits alimentaires vendus, événements internes</p> <p>L'argumentation développée met en valeur la plus-value de l'offre</p> <p>Les offres et/ou avantages commerciaux permettent au client de bénéficier d'actions supplémentaires à des coûts avantageux</p> <p>Une relance est organisée par le candidat le cas échéant</p>

Référentiel d'activités		Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés		Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
Modalités d'évaluation		Critères d'évaluation			
A.4.4 : Accueil du client Analyse des besoins du client au vue de sa situation Conseil client sur les conditions de mise en œuvre du service ou de la commercialisation du produit	C4.4 : conseiller le client sur un produit alimentaire, un service ou une offre tout en prenant en compte ses problématiques et besoins afin de lui apporter une solution adaptée à sa situation	Qualité du conseil apporté : Les problématiques et besoins du client sont identifiées et analysées : type, durée, récurrence, impacts... Les conseils apportés au client lui permettent de prendre du recul sur sa situation et de se projeter vers une solution Le candidat adopte une posture professionnelle lors de l'échange avec le client : qualité de l'écoute, vocabulaire utilisé, clarté du message, reformulation de la demande Les réclamations sont traitées : Les questions formulées par le candidat permettent d'identifier Les causes provoquant le mécontentement du client Les solutions proposées permettent de lever les freins rencontrés Le candidat s'entretient avec les services concernés le cas échéant : achat, production, livraison Une traçabilité du suivi et du traitement des réclamations est réalisée (CRM...)			
A.4.5 : Identification des causes provoquant le mécontentement client Questionnement client Proposition de solutions Mobilisation des services concernés le cas échéant : achat, production, livraison... Traitement des réclamations Intégration des informations dans le CRM entreprise	C4.5 : traiter les réclamations du client en identifiant les causes de son mécontentement (qualité produit, retard livraison...) dans le but de lui apporter des premiers éléments de réponse et de lui proposer une solution alternative				

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifié les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A.4.6 :</p> <p>Définition du moyen de communication (téléphone, face à face, mail, questionnaire en ligne)</p> <p>Définition des critères d'évaluation</p> <p>Réalisation de l'évaluation de manière formelle et/ou informelle</p> <p>Identification des points forts et des points faibles rencontrés par le client lors de son expérience</p> <p>Définition d'axes d'amélioration</p>	<p>C4.6 : évaluer la satisfaction client en le questionnant sur l'expérience vécue (qualité de la relation client, qualité de l'action réalisée, disponibilité du professionnel, gains pour le client) dans le but de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue</p>		<p>La satisfaction client est évaluée :</p> <p>Le candidat utilise un moyen pour évaluer la satisfaction du client</p> <p>Des critères d'évaluation sont définis : prix, délais de livraison...</p> <p>Les points forts et points faibles de la prestation délivrés par l'entreprise sont récoltés auprès du client</p> <p>Des axes d'amélioration sont proposés par le candidat et partagés avec le client</p>