



REFERENTIEL EMPLOI ACTIVITES COMPETENCES DU TITRE PROFESSIONNEL

Commercial(e)

Niveau IV

Site : <http://www.emploi.gouv.fr>

SOMMAIRE

	Pages
Présentation de l'évolution du Titre Professionnel	5
Contexte de l'examen du Titre Professionnel	5
Tableau des activités	5
Vue synoptique de l'emploi-type	6
Fiche emploi type	7
Fiche activité type	9
Fiche compétence professionnelle	13
Fiche des compétences transversales de l'emploi type	21
Glossaire du REAC	23

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	3/26

Introduction

Présentation de l'évolution du Titre Professionnel

Le titre professionnel Commercial(e) conserve la configuration en deux activités de la version antérieure (arrêté de spécialité au JO du 31 juillet 2008). Les compétences de la présente version sont actualisées et intègrent les évolutions de l'emploi.

Contexte de l'examen du Titre Professionnel

L'emploi de Commercial(e) est impacté par l'usage désormais courant d'outils numériques mobiles et une exigence croissante en termes d'optimisation de coûts et de performance.

L'activité de prospection se réorganise et vise une qualification plus fine des prospects. La prospection physique et la prospection par téléphone restent importantes, et de nouveaux canaux tels que l'e-mailing et les réseaux sociaux et professionnels jouent désormais un rôle dans cette activité du Commercial. La constitution de réseaux et la fidélisation des clients sont des enjeux importants pour la pérennité du développement des ventes.

Tableau des activités

Ancien TP ATTACHE(E) COMMERCIAL(E) NIVEAU IV	Nouveau TP Commercial(e)
VENDRE ET NEGOCIER EN FACE-A-FACE DES PRODUITS OU DES PRESTATIONS DE SERVICES.	Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale
PROSPECTER, GERER ET ANIMER UN SECTEUR DE VENTE GEOGRAPHIQUE ET / OU UN MARCHÉ SPECIFIQUE.	Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	5/26

Vue synoptique de l'emploi-type

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale	1	Organiser son activité commerciale
		2	Prospecter à distance
		3	Prospecter physiquement avec et sans rendez-vous
		4	Analyser ses performances commerciales et en rendre compte
2	Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers	5	Représenter l'entreprise et valoriser son image
		6	Mener un entretien de vente de produits et de services référencés aux entreprises et aux particuliers
		7	Assurer le suivi de ses ventes

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	6/26

FICHE EMPLOI TYPE

Commercial(e)

Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice (rubrique RNCP)

Le Commercial(e) prospecte un secteur de vente et vend à des entreprises ou des particuliers des produits ou prestations de services référencés. Son but est d'atteindre des objectifs de vente (chiffre d'affaire, marge, objectifs quantitatifs) dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise. Le Commercial(e) gère la relation commerciale avec les prospects et les clients d'un secteur de vente. Il (elle) prospecte à distance et physiquement un secteur géographique ou spécifique.

En ciblant une clientèle d'entreprises ou de particuliers à partir de critères pertinents, il (elle) exploite les potentialités de son secteur. Il (elle) vend en face à face des produits et des prestations de services référencés répondant aux besoins de ses clients, en défendant les intérêts de son entreprise. Il (elle) assure le suivi de ses ventes et met à jour les bases de données commerciales de l'entreprise. Il (elle) organise ses déplacements sur son secteur de vente avec l'objectif de les optimiser. Lors d'un entretien de vente, il (elle) négocie les conditions commerciales dans un cadre défini par sa hiérarchie et applique les conditions générales de vente de son entreprise. Il (elle) rend compte de son activité et de ses résultats à sa hiérarchie. S'il (elle) est salarié(e), il (elle) est rattaché(e) à un responsable commercial.

Selon l'organisation commerciale de l'entreprise, il (elle) travaille en collaboration avec des assistants commerciaux, des téléprospecteurs, des logisticiens des comptables et le service administration des ventes. Il (elle) est en relation commerciale avec les prospects, clients et prescripteurs. Le Commercial(e) se déplace sur un secteur géographique. Il (elle) a des horaires flexibles et s'adapte à ceux des clients. Pour favoriser sa réactivité auprès des clients et de l'entreprise, il (elle) utilise des « outils nomades » (Smartphone, ordinateurs portables, systèmes de géo-localisation, tablettes). Le permis de conduire est généralement requis. Il (elle) peut avoir un statut de salarié(e), et/ou de VRP (voyageur représentant placier), un statut d'agent commercial ou de profession libérale.

Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre (rubrique RNCP)

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

- Les secteurs d'activité qui nécessitent des commerciaux pour leur développement.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Commercial, représentant, attaché commercial, prospecteur, délégué commercial

Réglementation d'activités (le cas échéant) (rubrique RNCP)

Sans objet

Liens avec d'autres certifications (le cas échéant) (rubrique RNCP)

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	7/26

Liste des activités types et des compétences professionnelles

1. Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale

Organiser son activité commerciale

Prospecter à distance

Prospecter physiquement avec et sans rendez-vous

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

2. Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

Représenter l'entreprise et valoriser son image

Mener un entretien de vente de produits et de services référencés aux entreprises et aux particuliers

Assurer le suivi de ses ventes

Compétences transversales de l'emploi (le cas échéant)

Organiser son activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés

Communiquer oralement avec un client ou prospect

Niveau et/ou domaine d'activité (rubrique RNCP)

Niveau IV (Nomenclature de 1969)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 t - Commerce, vente

Fiche(s) Rome de rattachement (rubrique RNCP)

D1403 Relation commerciale auprès de particuliers

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	8/26

FICHE ACTIVITÉ TYPE
N° 1

Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le Commercial(e) exploite les potentialités d'un secteur de vente d'entreprises et de particuliers, dans le but de développer un chiffre d'affaire de produits ou de services référencés dans le cadre des objectifs fixés par l'entreprise.

Il (elle) définit son plan d'action commerciale en relation avec sa hiérarchie et les objectifs fixés. Pour développer de nouveaux contacts, il (elle) mène des actions de prospection à distance et physique avec ou sans rendez-vous, lors de manifestations commerciales et en mobilisant ses réseaux personnels et sociaux. Il (elle) crée et actualise un fichier de prospects / clients, en utilisant l'outil de gestion de relation client de l'entreprise. Régulièrement, il (elle) analyse le fichier de prospects / clients et sélectionne les prospects/clients à partir de critères pertinents pour l'action commerciale envisagée. Il (elle) organise son activité et ses déplacements dans le but d'atteindre une efficacité commerciale optimale. Périodiquement, il (elle) analyse ses performances commerciales par rapport aux objectifs visés.

Le Commercial(e) a une autonomie d'organisation dans le cadre des objectifs fixés. Il (elle) est en relation commerciale avec les décideurs des entreprises, et en relation hiérarchique concernant le compte rendu de l'activité commerciale.

Le Commercial(e) se déplace, généralement en voiture, sur un secteur de vente et optimise ses déplacements. Il (elle) s'adapte aux horaires des prospects et des clients.

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	9/26

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Organiser son activité commerciale

Prospecter à distance

Prospecter physiquement avec et sans rendez-vous

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

Organiser son activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	10/26

FICHE ACTIVITÉ TYPE
N° 2

Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le Commercial(e) mène des entretiens en face à face avec des décideurs d'entreprises ou des particuliers visant à présenter son entreprise et à vendre des produits et des services référencés.

Il (elle) veille à ce que la vente, la livraison et le paiement se fassent selon les conditions générales de vente de l'entreprise et des conditions particulières définies contractuellement avec le client.
Il (elle) valorise l'image de son entreprise dans les différents contextes de vente et présente une argumentation en fonction de son interlocuteur. Afin de conclure la vente, il (elle) construit un argumentaire de vente concernant les produits et services référencés, réalise des démonstrations et établit des devis.
Il (elle) traite les réclamations, les litiges et les impayés. Il (elle) mène des actions de fidélisation.
Il (elle) a une marge de manœuvre cadrée concernant les remises commerciales. Il (elle) applique les procédures de l'entreprise

Le Commercial(e) est en relation commerciale avec les décideurs des entreprises. Cette activité s'exerce chez le prospect ou le client et à l'occasion de manifestations commerciales. Il (elle) s'adapte aux horaires des prospects et des clients.

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	11/26

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Représenter l'entreprise et valoriser son image

Mener un entretien de vente de produits et de services référencés aux entreprises et aux particuliers

Assurer le suivi de ses ventes

Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

Communiquer oralement avec un client ou prospect

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	12/26

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 1

Organiser son activité commerciale

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin d'atteindre les objectifs fixés par l'entreprise, analyser et mettre à jour le fichier prospects / clients et le trier selon des critères définis, en prenant en compte la situation du marché et la concurrence. Définir son plan d'action commerciale sur une période de référence et organiser ses activités de prospection, de visites, de veille et de fidélisation. Rationaliser ses tournées de visites afin d'optimiser sa productivité.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise. Le niveau d'autonomie est variable selon l'organisation de l'entreprise.

Critères de performance

Le tri du fichier prospect / client respecte les critères définis
Le plan d'action commerciale prend en compte la concurrence et la situation du marché
Le plan d'action commerciale est cohérent par rapport aux objectifs fixés par l'entreprise
La planification du plan d'action commerciale est efficiente
L'organisation des déplacements est rationnelle

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise
Connaissance des services internes de l'entreprise et leur fonction
Connaissance des procédures internes de l'entreprise
Connaissance de la législation portant sur la gestion des fichiers numériques et les compétences de la commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)
Connaissance des statistiques de base dont la loi de Pareto
Connaissance des méthodes d'organisation des visites

Analyser les informations concernant l'évolution des besoins des prospects/client, la concurrence et le marché en consultant les sources d'information pertinentes
Utiliser Internet pour s'informer sur son environnement professionnel
S'approprier les critères de classement des prospects/clients correspondant à la politique commerciale de l'entreprise (loi de Pareto, classement ABC)
Renseigner, qualifier et exploiter le fichier prospects/clients de l'entreprise
Appliquer les procédures de l'entreprise
Planifier et organiser des actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et de résultats
Utiliser les outils bureautiques pour suivre son activité commerciale
Exercer une veille constante sur l'évolution du marché et de la concurrence
Se tenir informé sur son secteur et repérer toute information importante relative à l'activité commerciale
Conduire un véhicule de manière responsable

Savoir mobiliser et solliciter les ressources internes de l'entreprise
Construire ses réseaux

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	13/26

**FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 2**

Prospecter à distance

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre d'un plan commercial, afin d'obtenir des rendez-vous et de développer son portefeuille de d'entreprises et de particuliers, à partir d'une cible de prospects / clients qualifiés, prendre contact par téléphone ou faire des relances téléphoniques suite à une opération de mailing ou de e-mailing.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise, à domicile ou à distance avec des outils mobiles de communication.

Critères de performance

La cible de prospects ou de clients contactés est cohérente avec le plan d'action commerciale
Les techniques de prises de rendez-vous par téléphone sont maîtrisées
Le langage est adapté à l'interlocuteur
La réponse aux objections est menée de manière pertinente
La réponse aux objections est menée de manière persévérante

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance des techniques de prises de rendez-vous par téléphone
Connaissance des techniques de base de la réalisation et l'exploitation d'un mailing

Prospecter à distance en cohérence avec les objectifs de l'entreprise
Qualifier un prospect à distance
Mettre en œuvre les différentes techniques de prospection à distance
Mettre à jour le fichier prospects/clients de l'entreprise
Assurer le suivi et exploiter les retours d'une campagne de prospection
Relancer les clients inactifs
Prendre des commandes à distance
Utiliser les moyens d'information concernant les déplacements
Préparer et utiliser un script d'appel téléphonique

Susciter l'intérêt du client par des phrases courtes et la présentation d'un avantage client
Traiter les objections du client avec pertinence
Traiter les objections du client avec persévérance
Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise

Tenir à jour son agenda

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	14/26

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 3

Prospecter physiquement avec et sans rendez-vous

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En cohérence avec les objectifs fixés, afin d'obtenir des rendez-vous et de développer son portefeuille de prospects, rechercher les informations nécessaires directement auprès des interlocuteurs pour qualifier le contact souhaité. Prendre les rendez-vous et mettre à jour le fichier prospects / clients.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce sur le terrain, soit à la rencontre des entreprises sur une zone de prospection, soit lors d'évènements, soit lors de manifestations commerciales ou entre deux rendez-vous.

Critères de performance

La cible de prospects ou de clients visités est cohérente avec le plan d'action commerciale
La qualification du prospect est pertinente
Les techniques de prises de rendez-vous en face à face sont maîtrisées

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance des règles juridiques attachées à la vente lors de manifestations commerciales
Connaissance des techniques de prises de rendez-vous en face à face

Cibler les prospects et/ou clients à prospecter en cohérence avec les objectifs de l'entreprise
Qualifier un prospect au cours d'un entretien en face à face
Mettre à jour le fichier prospects/clients de l'entreprise
Conduire un véhicule de manière responsable

Susciter l'intérêt du prospect par des phrases courtes et la présentation d'un avantage client
Traiter les objections avec pertinence
Traiter les objections avec persévérance
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise
Mobiliser ses réseaux personnels et utiliser les réseaux sociaux

Tenir à jour son agenda

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	15/26

**FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 4**

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Analyser et évaluer son activité commerciale et ses résultats sur une période de référence et en rendre compte à sa hiérarchie. Identifier les causes d'éventuels écarts entre les objectifs fixés par l'entreprise et les résultats. Avec sa hiérarchie, définir des actions correctives afin d'atteindre les objectifs.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce de manière continue sur une période référence, après chaque visite d'entreprise et de particulier, après chaque manifestation commerciale et séquence de prospection.

Critères de performance

L'analyse de l'activité commerciale et des résultats est pertinente
Le rendu compte de son activité commerciale et ses résultats à sa hiérarchie est claire et juste
Les propositions de mesures correctives sont réalistes

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance des objectifs fixés par l'entreprise
Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise

S'approprier les objectifs fixés et le plan d'action commerciale correspondant pour anticiper d'éventuelles mesures correctives
Appliquer les procédures de l'entreprise concernant les informations d'activité à transmettre
Analyser les écarts entre les résultats et objectifs fixés
Identifier des mesures correctives réalistes
Repérer l'évolution du marché et de la concurrence
Informar l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence
Analyser la gestion de son temps

Rendre compte oralement de son activité commerciale et ses résultats à sa hiérarchie
Rendre compte par écrit de son activité commerciale et ses résultats à sa hiérarchie
Analyser ses performances de manière réaliste

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	16/26

**FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 5**

Représenter l'entreprise et valoriser son image

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En fonction des consignes et des caractéristiques des produits et des services, valoriser l'image de l'entreprise par une présentation positive et pertinente de l'entreprise et de ses produits et services. Adopter une attitude en accord avec les valeurs et la culture de l'entreprise, afin de contribuer à sa notoriété.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans les situations de communication orale ou écrite avec un prospect ou un client, au cours d'un entretien de vente, au cours des actions de prospection physique, téléphonique et par internet, et sur un salon professionnel.

Critères de performance

La présentation met en valeur les produits et services de l'entreprise

La présentation de l'entreprise et de ses produits et services référencés est pertinente

La présentation de l'entreprise et de ses produits et services référencés est adaptée à l'interlocuteur et à son contexte

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance des concepts de base du marketing

Connaissance du fonctionnement de l'entreprise sur son marché

Connaissance de l'organisation et des statuts juridiques de l'entreprise

Connaissance des produits et des services de l'entreprise

Connaissance de la structure d'un argumentaire

Connaissance du positionnement des produits et services de l'entreprise sur son marché

Connaissance des différents statuts du vendeur

Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle

Réaliser un argumentaire

Les consignes relatives aux présentations sont respectées

Présenter l'activité, les produits et les services de l'entreprise sur son marché de manière claire

S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'entreprise et de son environnement

Appliquer les règles et les procédures de l'entreprise

Utiliser les outils bureautiques

Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur

Respecter les directives et les valeurs de l'entreprise

L'attitude est en accord avec les valeurs de l'entreprise

Savoir se présenter

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	17/26

**FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 6**

**Mener un entretien de vente de produits et de services référencés aux entreprises
et aux particuliers**

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des conditions générales de vente de l'entreprise, préparer et mener un entretien avec un prospect ou un client, afin de lui proposer un produit et/ou un service référencé répondant à ses besoins et à ses motivations et à mener la vente à son terme. Rédiger un compte-rendu de visite selon les consignes de l'entreprise

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce chez le prospect ou le client et à l'occasion de manifestations commerciales.

Critères de performance

Le rôle de l'interlocuteur et le contexte budgétaire du prospect ou du client sont cernés
Les besoins et les motivations du prospect ou du client sont reformulés
La présentation de l'offre commerciale correspond aux besoins et aux motivations du prospect ou du client
La réponse aux objections est menée de manière pertinente
La réponse aux objections est menée de manière persévérante
La conclusion de l'entretien de vente est adaptée au contexte
Le compte rendu de la visite est fidèle et propose les actions à mener

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance de l'argumentaire des produits et services référencés de l'entreprise
Connaissance des conditions générales de vente de l'entreprise
Connaissance du contexte économique et social de son secteur d'activité
Connaissance des produits et services de la concurrence
Connaissance des techniques de vente
Connaissance du cadre juridique de la vente.

Rechercher des informations sur le prospect ou client
Maîtriser les bases des calculs commerciaux
La préparation de la visite est pertinente
Réaliser une démonstration
Prendre des notes exploitables au cours d'un entretien
Rédiger un compte-rendu d'une visite client
Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise
Utiliser les outils bureautiques
Utiliser les outils « nomades » d'aide à la vente (Smartphone, ordinateur portable, tablette)
Utiliser le CRM

Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
S'exprimer avec clarté
Détecter les besoins et les motivations du client
Argumenter de manière convaincante
Traiter les objections du prospect avec pertinence
Traiter les objections du prospect avec persévérance

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	18/26

Rechercher des informations de manière ciblée

Constituer un dossier client

Utiliser des outils d'aide à la performance (outil de gestion de la relation client, agendas électroniques, systèmes de géo-localisation)

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	19/26

**FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE
N° 7**

Assurer le suivi de ses ventes

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre du champ de responsabilité commerciale fixé par l'entreprise et en respectant ses procédures, suivre les commandes, traiter les réclamations, les litiges et les impayés afin de contribuer au respect des engagements pris vis-à-vis du client. Mener des actions de fidélisation et de revente en fonction du client dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise et chez le client.

Critères de performance

Les procédures de l'entreprise sont respectées
Le traitement de la réclamation ou du litige est satisfaisant pour l'entreprise et son client
Les actions de fidélisation et de revente menées correspondent à la politique commerciale de l'entreprise

Savoirs, savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels

Connaissance des conditions générales et particulières de vente appliquées au client
Connaissance des techniques de traitement des réclamations
Connaissance des procédures de l'entreprise
Connaissance des moyens de fidélisation proposés par l'entreprise

Identifier la cause des réclamations, des litiges et des impayés
Traiter les réclamations, les litiges et les impayés dans le respect des procédures de l'entreprise
Mener un entretien dans le cadre d'un traitement, de réclamation ou d'un litige et d'impayé
Identifier le potentiel du client et mener les actions correspondantes

Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
Exprimer la compréhension de son insatisfaction vis-à-vis du client
Traiter les objections du client avec pertinence
Traiter les objections du client avec persévérance
Sensibiliser et mobiliser les ressources de l'entreprise pour la satisfaction du client

Organiser des actions de fidélisation et de revente

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	20/26

FICHE DES COMPÉTENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

Organiser son activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Etablir le plan commercial, planifier, articuler et mettre en œuvre ses activités de manière optimisée afin d'atteindre les objectifs fixés par l'entreprise. Tenir son agenda de manière rigoureuse

Critères de performance

Le plan d'action commerciale est cohérent par rapport aux objectifs fixés par l'entreprise
La mise en œuvre du plan d'action commerciale est efficace
L'organisation des déplacements de visites est rationnelle
La gestion de son temps est cohérente avec les objectifs fixés

Communiquer oralement avec un client ou prospect

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de valoriser les produits et les services de l'entreprise et d'atteindre les objectifs, mettre en œuvre les techniques d'entretien appropriées à la situation de communication. Pratiquer l'écoute active, reformuler si nécessaire, rester attentif au niveau de compréhension de l'interlocuteur et utiliser un registre de langage adapté.

Critères de performance

La présentation met en valeur les produits et services de l'entreprise
La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est pertinente
La présentation de l'entreprise, des produits et des services est adaptée à l'interlocuteur et à son contexte
Le langage est adapté à l'interlocuteur
La réponse aux objections est menée de manière pertinente
La réponse aux objections est menée de manière persévérante
Les besoins et les motivations du prospect ou du client sont reformulés
Les techniques de prises de rendez-vous sont maîtrisées

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	21/26

Glossaire du REAC

Activité type

Une activité type résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées.

Activité type d'extension

Une activité type d'extension résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au Certificat Complémentaire de Spécialité (CCS).

Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

Référentiel d'Emploi, Activités et Compétences (REAC)

Le REAC est un document public à caractère réglementaire (visé par l'arrêté du titre professionnel) qui s'applique aux titres professionnels du ministère chargé de l'emploi. Il décrit les repères pour une représentation concrète du métier et des compétences qui sont regroupées en activités dans un but de certification.

Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	23/26

Savoir-faire organisationnel

C'est un savoir et un savoir-faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

Savoir-faire relationnel

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat etc.).

Savoir-faire technique

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

Titre professionnel

La certification professionnelle délivrée par le ministre chargé de l'emploi est appelée « titre professionnel ». Ce titre atteste que son titulaire maîtrise les compétences, aptitudes et connaissances permettant l'exercice d'activités professionnelles qualifiées. (Article R338-1 et suivants du Code de l'Education).

Libellé réduit	Code titre	Type de document	Version	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
COM	TP-00115	REAC	07	18/02/2013	18/02/2013	24/26

Reproduction interdite

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle

"Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un artifice ou un procédé quelconques."

