

CQP Attaché commercial du secteur alimentaire

Fonction:

L'attaché commercial contribue au développement des ventes dans le respect de l'application de la politique commerciale et des objectifs fixés sur un ensemble de points de ventes à l'intérieur d'un secteur géographique donné.

Missions principales:

- Organiser et gérer les activités de son secteur
- Développer les activités de (re)vente auprès des clients
- Recueillir, traiter et diffuser les informations

Compétences:

Bloc de compétences 1 : Développer l'activité commerciale de l'entreprise

- C1.1 : Exécuter la stratégie commerciale de l'entreprise en appliquant le plan d'action opérationnel afférent pour atteindre les objectifs fixés
- 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.
- C1.3 : Créer du contenu en utilisant les moyens adaptés (séquences mail, page de vente, posts, script téléphonique...) pour alimenter la prospection de l'entreprise et délivrer des messages impactant et attractifs
- 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
- 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
- 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
- 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

Bloc de compétences 2 : Organiser et gérer l'activité de son secteur

- 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
- 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, interlocuteurs) 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.
- 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
- 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
- C2.5 : Communiquer auprès de sa hiérarchie les informations en lien avec les points de vente (performance, difficultés rencontrées, opportunités) afin d'adapter ou d'anticiper ses futures actions commerciales
- C2.6 : Respecter les procédures, méthodes et outils définis par l'entreprise pour assurer le reporting et le bon fonctionnement de l'équipe commerciale
- 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

Bloc de compétences 3 : Veiller à la bonne implantation et distribution des produits en magasin

- 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
- C3.2 : Réaliser un diagnostic d'un point de vente, des linéaires et des emplacements promotionnels en contrôlant la bonne application du plan d'animation commerciale afin de définir les meilleures zones d'implantation possibles pour les produits alimentaires
- 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
- 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
- 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

- C3.6 : Proposer des actions d'optimisation de la distribution du produit en prenant en compte les dysfonctionnements (logistique, stock, implantation en magasin) afin d'améliorer les pratiques de l'entreprise

Bloc de compétences 4 : Suivre et développer la relation client

- 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
- 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
- C4.3 : Proposer au client des offres promotionnelles et/ou des avantages commerciaux ponctuels selon les opportunités commerciales afin de le fidéliser
- 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
- 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
- C4.6 : Evaluer 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

Métiers accessibles via la certification:

- Attaché commercial

Prérequis nécessaires à la formation:

Aucun