

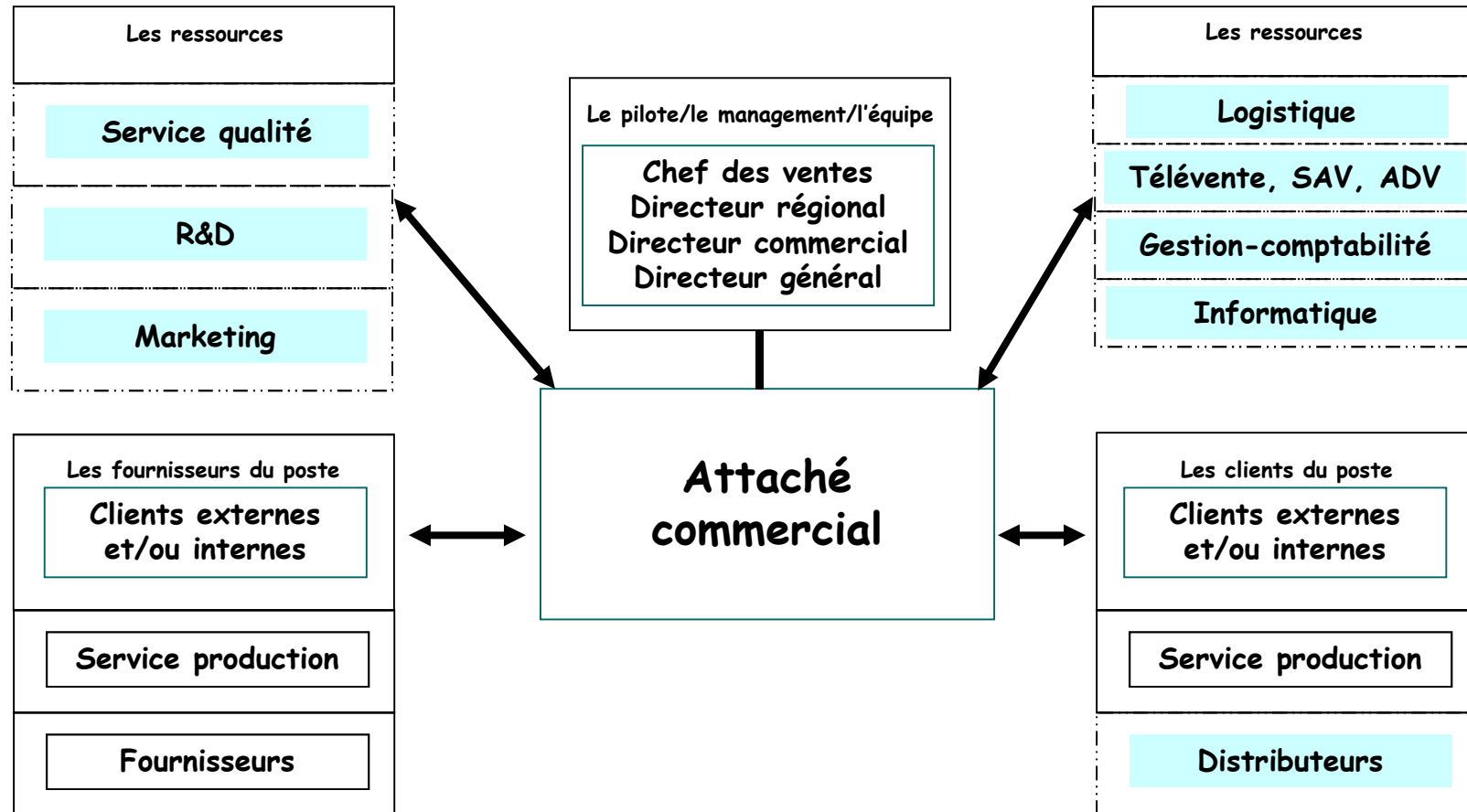


CQP Attaché commercial du secteur alimentaire



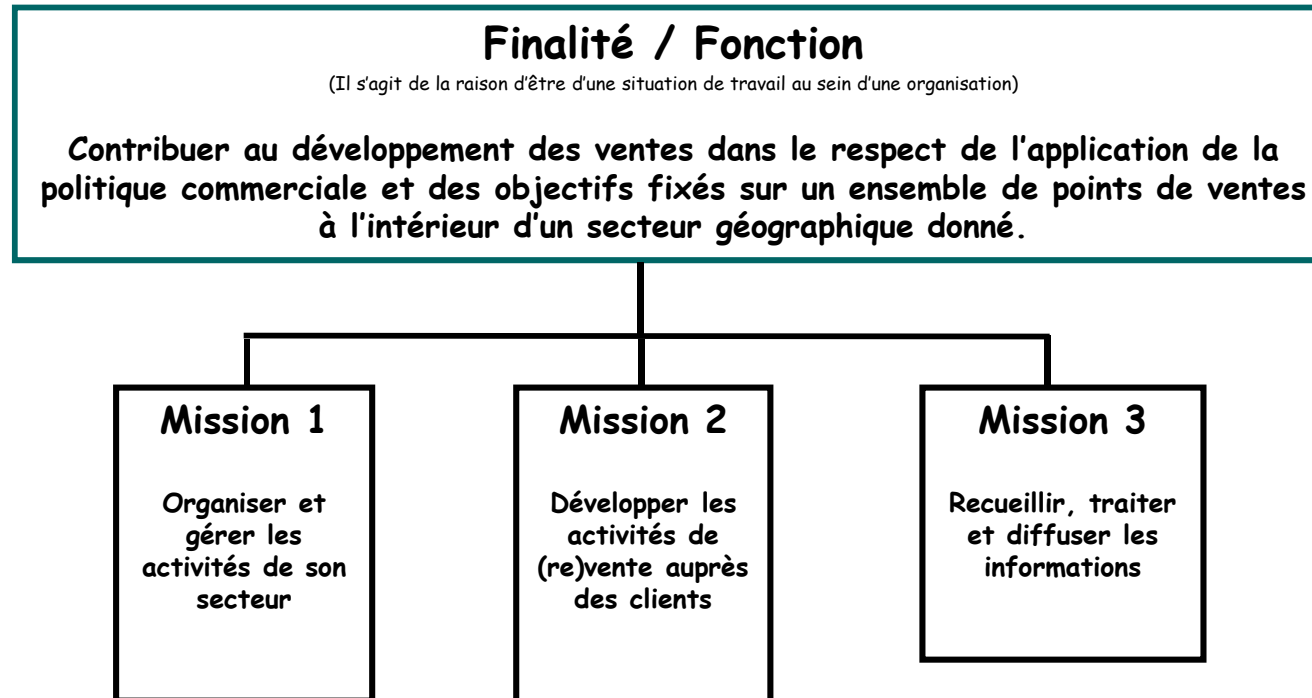
Industries alimentaires,
Coopération agricole
et Alimentation en détail

Les différentes relations fonctionnelles



Légende : Selon l'organisation

La définition de l'emploi



Situation hiérarchique

Sous la responsabilité d'un chef des ventes, d'un directeur régional, d'un directeur commercial ou d'un directeur général

Le référentiel emploi

Contribuer au développement des ventes dans le respect de l'application de la politique commerciale sur un ensemble de points de ventes à l'intérieur d'un secteur géographique donné.

*M1A1 :
Mission 1
– Activité 1

M1 Organiser et gérer les activités sur son secteur

- M1A1* - A partir des objectifs de l'entreprise et des potentiels des points de vente, préparer les tournées permettant une couverture optimale de son secteur, dans le respect du routage.
- M1A2 - Respecter les procédures, et utiliser les méthodes et outils prévus par l'entreprise pour le fonctionnement de l'équipe commerciale.
- M1A3 - Peut être amené à coordonner de manière occasionnelle l'activité d'autres personnes.

M2 Développer les activités de (re)vente auprès des clients

- M2A1 - Préparer chacune de ses visites de manière à anticiper les besoins des clients.
- M2A2 - S'assurer sur chaque point de vente de la présence des produits et des prix pratiqués conformément aux référencements et accord existants.
- M2A3 - Contribuer à ce que le produit soit bien positionné dans le linéaire en développant un merchandising valorisant pour le client et l'entreprise.
- M2A4 - S'informer de la marche des affaires sur les points de vente et faire des propositions d'amélioration.
- M2A5 - Mettre en application et optimiser les actions promotionnelles qui ont été négociées ou pour lesquelles il a reçu délégation.
- M2A6 - Régler ou contribuer au règlement des litiges (traitement des ruptures, reprises, application des promotions, rémunération des ristournes), en collaboration avec le service concerné dans l'entreprise.
- M2A7 - Prospector de nouveaux clients.

M3 Recueillir, traiter et diffuser les informations

- M3A1 - Recueillir régulièrement l'information sur les événements internes (nouveaux produits, temps forts, etc.) pour intervenir dans les meilleures conditions auprès des clients.
- M3A2 - Recueillir l'ensemble des informations pertinentes permettant d'effectuer une analyse du point de vente et proposer des améliorations aux clients.
- M3A3 - Transmettre les informations nécessaires à sa hiérarchie en utilisant les méthodes et outils existants (perception des produits, concurrence, etc.).
- M3A4 - S'informer en permanence sur les évolutions de la consommation, les produits et marchés de l'entreprise, les technologies mises en œuvre dans l'entreprise.

Missions et Activités complémentaires selon la taille des points de vente des clients.

- **Lorsque les clients sont des petits magasins** : la vente est souvent directe, les livraisons peuvent inclure une mise en place des produits en rayon et une gestion de stock, l'entreprise utilise souvent un service de télévente, l'activité comprend souvent la facturation et l'encaissement.
- **Lorsque les clients sont des restaurants d'entreprises** : les interlocuteurs sont plus souvent le comité d'entreprise ou un technicien (cuisinier, direction financière de l'entreprise, service du personnel, etc.).

Le référentiel compétences

Codage

A : Argumentation C : Connaissances
 T : Techniques com. SF : Savoir-faire
 C : Comportement professionnel

M1 Organiser et gérer les activités sur son secteur

- M1A1 - A partir des objectifs de l'entreprise et des potentiels des points de vente, préparer les tournées permettant une couverture optimale de son secteur, dans le respect du routage.
- M1A2 - Respecter les procédures, et utiliser les méthodes et outils prévus par l'entreprise pour le fonctionnement de l'équipe commerciale.
- M1A3 - Peut être amené à coordonner de manière occasionnelle l'activité d'autres personnes.

COMPETENCES

CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	QUALITES APTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ■ AC1* - Citer les principales données sur le secteur IAA, les problématiques d'ensemble et les problématiques spécifiques aux grandes familles de produits. ■ AC2 - Connaître les différents circuits et canaux de distribution (grandes enseignes et leurs fonctionnements, stratégies, structures et chiffres ; les R.H.F. ; commerce traditionnel). ■ TC2 - Enoncer et expliquer les outils d'analyse du secteur géographique (études, panels, statistiques). ■ TC1 - Enoncer et expliquer les ratios et les documents de suivi et de liaison. ■ AC4 - Décrire la politique commerciale de son entreprise et citer ses objectifs en matière de marché, part de marché et gammes de produits. ■ AC5 - Citer les conditions générales de vente. ■ AC6 - Décrire la composition et les missions de l'équipe commerciale. 	<ul style="list-style-type: none"> ● ASF3 - Adapter son activité aux caractéristiques du secteur géographique attribué (nombre de points de vente, chiffre d'affaires, volume par magasin, potentiel de vente, interlocuteurs). ■ TSF7 - Se tenir informé des plages de commandes des clients. ● TSF2 - Utiliser les outils et données d'analyse du secteur géographique pour déterminer les potentiels et décliner les objectifs. ● TSF1 - Utiliser les ratios, les documents de suivi et de liaison (clients/activités) et les schémas d'organisation des tournées. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ CSF1 - Etre en éveil de façon permanente sur son secteur (curiosité). ■ CSF3 - Entendre et savoir utiliser ce que dit le client. ■ CSF7 - Etre force de proposition. ■ CSF2 - Se tenir informé des évolutions commerciales. ■ CSF8 - S'adapter aux situations, aux différents interlocuteurs et au travail en équipe.

*AC1 : Argumentation Connaissance 1

Le référentiel compétences

Codage

A : Argumentation C : Connaissances
 T : Techniques com. SF : Savoir-faire
 C : Comportement professionnel

M2 Développer les activités de (re)vente auprès des clients

- M2A1 - Préparer chacune de ses visites de manière à anticiper les besoins des clients.
- M2A2 - S'assurer sur chaque point de vente de la présence des produits et des prix pratiqués conformément aux référencements et accord existants.
- M2A3 - Contribuer à ce que le produit soit bien positionné dans le linéaire en développant un merchandising valorisant pour le client et l'entreprise.
- M2A4 - S'informer de la marche des affaires sur les points de vente et faire des propositions d'amélioration.
- M2A5 - Mettre en application et optimiser les actions promotionnelles qui ont été négociées ou pour lesquelles il a reçu délégation.
- M2A6 - Régler ou contribuer au règlement des litiges (traitement des ruptures, reprises, application des promotions, rémunération des ristournes), en collaboration avec le service concerné dans l'entreprise.
- M2A7 - Prospecter de nouveaux clients.

COMPETENCES

CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	QUALITES APTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> ■ AC2 - Connaître les différents circuits et canaux de distribution (grandes enseignes et leurs fonctionnements, stratégies, structures et chiffres ; les R.H.F. ; commerce traditionnel). ■ AC3 - Citer les évolutions socioculturelles de consommation. ■ AC4 - Décrire la politique commerciale de son entreprise et citer ses objectifs en matière de marché, part de marché et gammes de produits. ■ AC5 - Citer les conditions générales de vente. ■ TC1 - Enoncer et expliquer les ratios et les documents de suivi et de liaison. ■ TC3 - Décrire les techniques de conduite d'entretien. ■ TC4 - Maîtriser l'arithmétique commerciale. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ TSF2 - Utiliser les outils et données d'analyse du secteur géographique pour déterminer les potentiels et décliner les objectifs. ■ TSF1 - Utiliser les ratios, les documents de suivi et de liaison (clients/activités) et les schémas d'organisation des tournées. ■ TSF4 - « Lire » les rayons des points de vente (présence, présentation, prix, promotion). ■ TSF3 - Utiliser les schémas de visite, les documents, les supports et les techniques d'entretien pour optimiser la vente et la revente. ■ TSF8 - Rechercher les causes à l'origine des dysfonctionnements (ruptures, etc.) chez un client. ■ TSF5 - Faire des propositions d'optimisation (aménagement, implantation, etc.). ■ TSF6 - Utiliser les différentes applications micro-informatiques et télématiques. ■ ASF4 - Identifier l'interlocuteur décideur chez un client. ■ TSF9 - Poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client. ■ ASF1 - Utiliser les produits, les technologies, les éléments de la culture et les spécificités de l'entreprise pour en faire des avantages concurrentiels dans les activités de vente. ■ ASF2 - Identifier les incidences des évolutions socio-culturelles de la consommation sur le fonctionnement de l'entreprise et de ses clients. 	<ul style="list-style-type: none"> ● CSF5 - Prévoir et travailler de manière régulière, économique et ordonnée. ● CSF2 - Se tenir informé des évolutions commerciales. ● CSF4 - S'affirmer et maîtriser ses émotions. ● CSF6 - S'auto motiver et être ouvert aux attentes et propositions des clients et de l'entreprise. ● CSF8 - S'adapter aux situations, aux différents interlocuteurs et au travail en équipe. ● CSF7 - Etre force de proposition. ● CSF3 - Entendre et savoir utiliser ce que dit le client. ● CSF9 - Se reconnaître dans la culture et les produits de l'entreprise (en être « l'ambassadeur »). ● CSF1 - Etre en éveil de façon permanente sur son secteur (curiosité).

Le référentiel compétences

Codage

A : Argumentation C : Connaissances
 T : Techniques com. SF : Savoir-faire
 C : Comportement professionnel

	COMPETENCES		
	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	QUALITES APTITUDES
<p>M3 Recueillir, traiter et diffuser les informations</p> <p>-M3A1 - Recueillir régulièrement l'information sur les événements internes (nouveaux produits, temps forts, etc.) pour intervenir dans les meilleures conditions auprès des clients.</p> <p>-M3A2 - Recueillir l'ensemble des informations pertinentes permettant d'effectuer une analyse du point de vente et proposer des améliorations aux clients.</p> <p>-M3A3 - Transmettre les informations nécessaires à sa hiérarchie en utilisant les méthodes et outils existants (perception des produits, concurrence, etc.).</p> <p>-M3A4 - S'informer en permanence sur les évolutions de la consommation, les produits et marchés de l'entreprise, les technologies mises en œuvre dans l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ AC2 - Connaître les différents circuits et canaux de distribution (grandes enseignes et leurs fonctionnements, stratégies, structures et chiffres ; les R.H.F. ; commerce traditionnel). ■ AC6 - Décrire la composition et les missions de l'équipe commerciale. ■ AC3 - Citer les évolutions socio-culturelles de consommation. ■ AC4 - Décrire la politique commerciale de son entreprise et citer ses objectifs en matière de marché, part de marché et gammes de produits. ■ TC3 - Décrire les techniques de conduite d'entretien. ■ TC1 - Enoncer et expliquer les ratios et les documents de suivi et de liaison. 	<ul style="list-style-type: none"> ● ASF2 - Identifier les incidences des évolutions socioculturelles de la consommation sur le fonctionnement de l'entreprise et de ses clients. ● ASF3 - Adapter son activité aux caractéristiques du secteur géographique attribué (nombre de points de vente, chiffre d'affaires, volume par magasin, potentiel de vente, interlocuteurs). ● ASF4 - Identifier l'interlocuteur décideur chez un client. ■ TSF1 - Utiliser les ratios, les documents de suivi et de liaison (clients/activités) et les schémas d'organisation des tournées. ■ TSF2 - Utiliser les outils et données d'analyse du secteur géographique pour déterminer les potentiels et décliner les objectifs. ■ TSF3 - Utiliser les schémas de visite, les documents, les supports et les techniques d'entretien pour optimiser la vente et la revente. ■ TSF5 - Faire des propositions d'optimisation (aménagement, implantation, etc.). ■ TSF6 - Utiliser les différentes applications micro-informatiques et télématiques. ■ TSF9 - Poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client. 	<ul style="list-style-type: none"> ● CSF1 - Etre en éveil de façon permanente sur son secteur (curiosité). ● CSF2 - Se tenir informé des évolutions commerciales. ● CSF3 - Entendre et savoir utiliser ce que dit le client. ● CSF7 - Etre force de proposition. ● CSF8 - S'adapter aux situations, aux différents interlocuteurs et au travail en équipe. ● CSF9 - Se reconnaître dans la culture et les produits de l'entreprise (en être « l'ambassadeur »).



Les compétences par domaines

Codage

A : Argumentation C : Connaissances
 T : Techniques com. SF : Savoir-faire
 C : Comportement professionnel

	ARGUMENTATION	TECHNIQUES COMMERCIALES	COMPORTEMENT PROFESSIONNEL
Connaissances	<ul style="list-style-type: none"> ■ AC1 - Citer les principales données sur le secteur IAA, les problématiques d'ensemble et les problématiques spécifiques aux grandes familles de produits. ■ AC2 - Connaître les différents circuits et canaux de distribution (grandes enseignes et leurs fonctionnements, stratégies, structures et chiffres : les R.H.F. ; commerce traditionnel). ■ AC3 - Citer les évolutions socioculturelles de consommation. ■ AC4 - Décrire la politique commerciale de son entreprise et citer ses objectifs en matière de marché, part de marché et gammes de produits. ■ AC5 - Citer les conditions générales de vente. ■ AC6 - Décrire la composition et les missions de l'équipe commerciale. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ TC1 - Enoncer et expliquer les ratios et les documents de suivi et de liaison. ■ TC2 - Enoncer et expliquer les outils d'analyse du secteur géographique (études, panels, statistiques). ■ TC3 - Décrire les techniques de conduite d'entretien. ■ TC4 - Maîtriser l'arithmétique commerciale. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ CSF1 - Etre en éveil de façon permanente sur son secteur (curiosité). ■ CSF2 - Se tenir informé des évolutions commerciales. ■ CSF3 - Entendre et savoir utiliser ce que dit le client. ■ CSF4 - S'affirmer et maîtriser ses émotions. ■ CSF5 - Prévoir et travailler de manière régulière, économique et ordonnée. ■ CSF6 - S'auto motiver et être ouvert aux attentes et propositions des clients et de l'entreprise. ■ CSF7 - Etre force de proposition. ■ CSF8 - S'adapter aux situations, aux différents interlocuteurs et au travail en équipe. ■ CSF9 - Se reconnaître dans la culture et les produits de l'entreprise (en être « l'ambassadeur »). ■ CSF10 - Faire preuve d'anticipation
Savoir Faire	<ul style="list-style-type: none"> ■ ASF1 - Utiliser les produits, les technologies, les éléments de la culture et les spécificités de l'entreprise pour en faire des avantages concurrentiels dans les activités de vente. ■ ASF2 - Identifier les incidences des évolutions socioculturelles de la consommation sur le fonctionnement de l'entreprise et de ses clients. ■ ASF3 - Adapter son activité aux caractéristiques du secteur géographique attribué (nombre de points de vente, chiffre d'affaires, volume par magasin, potentiel de vente, interlocuteurs). ■ ASF4 - Identifier l'interlocuteur décideur chez un client. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ TSF1 - Utiliser les ratios, les documents de suivi et de liaison (clients/activités) et les schémas d'organisation des tournées. ■ TSF2 - Utiliser les outils et données d'analyse du secteur géographique pour déterminer les potentiels et décliner les objectifs. ■ TSF3 - Utiliser les schémas de visite, les documents, les supports et les techniques d'entretien pour optimiser la vente et la revente. ■ TSF4 - « Lire » les rayons des points de vente (présence, présentation, prix, promotion). ■ TSF5 - Faire des propositions d'optimisation (aménagement, implantation, etc.). ■ TSF6 - Utiliser les différentes applications micro-informatiques et télématiques. ■ TSF7 - Se tenir informé des plages de commandes des clients. ■ TSF8 - Rechercher les causes à l'origine des dysfonctionnements (ruptures, etc.) chez un client. ■ TSF9 - Poser des questions permettant d'élargir sa connaissance du client. 	

Référentiel de certification : articulation blocs de compétences et certification CQP

Référentiel de certification du CQP Attaché commercial

Domaines	Argumentation	Techniques commerciales	Comportement professionnel
----------	---------------	-------------------------	----------------------------

Blocs	Argumentation	Techniques commerciales	Comportement professionnel
	Développer un argumentaire professionnel sur les produits pour appuyer l'activité commerciale	Utiliser les techniques commerciales pour favoriser ou développer les ventes / reventes	Développer les comportements et attitudes professionnels propres aux métiers

Unités de compétences	S'intégrer dans son environnement professionnel	Mener une activité commerciale et de conseil	Réaliser une vente	Appliquer les principes du merchandising	Gérer son activité
	Mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise	Utiliser l'outil informatique			Prendre la parole en public
	Caractériser les produits				

Par la voie de la formation

Les épreuves qui permettent au jury de statuer sur la possibilité de délivrance du CQP sont de différente nature :

L'évaluation formateur

- Ces épreuves sont constituées d'une série de questions soumises aux candidats. Elles se déroulent en cours de formation et/ou à l'issue du parcours qualifiant. Les questions appellent des réponses de forme simple (QCM - Questions à Choix Multiples, classement, description d'activité, etc.) et visent à apprécier les connaissances générales relatives aux différentes situations auxquelles le candidat peut être confronté.

L'évaluation tuteur

- Elle consiste à apprécier la capacité de chaque candidat à réaliser les différentes activités clés relatives au poste occupé, telles qu'elles sont décrites dans le référentiel emploi du CQP. Le tuteur utilise pour cela une grille d'observation qui est adaptée à l'entreprise et au poste de travail concerné.

L'évaluation par un professionnel évaluateur ou un jury (selon les procédures de branches)

- Modalité 1 : Un projet professionnel, élaboré durant le parcours du candidat, est présenté au jury. Une série de questions viennent compléter cette épreuve afin de permettre au jury de balayer un ensemble de points clés de l'emploi.
- Modalité 2 : Des représentants du jury observent, à l'aide d'une grille spécifique, l'action du candidat dans le cadre de jeux de rôles mettant en œuvre les situations de travail clés du poste. Une série de questions viennent compléter cette épreuve afin de permettre au jury de balayer un ensemble de points clés de l'emploi.

Pour chacune de ces épreuves, le niveau de performance attendu (nombre de réponses justes / nombre de questions, nombre d'objectifs couverts, etc.) sera défini en amont de la passation de l'épreuve. Le résultat sera exprimé en pourcentage afin de permettre une graduation du niveau de performance atteint par le candidat.

L'attribution du CQP suppose que pour chaque bloc de compétences, le candidat ait atteint au minimum un seuil d'évaluation de 70%, sans qu'il puisse être inférieur à 50% par type d'évaluateur (Formateur, tuteur – Professionnel ou jury). S'agissant de l'évaluation des savoir-faire par le tuteur, aucun savoir-faire ne peut être inférieur à 30%.

Par la voie des blocs de compétences

- Lorsque le CQP est enregistré au RNCP, l'acquisition d'un bloc de compétences peut être réalisée de façon autonome. Elle est conditionnée à une évaluation des compétences par l'organisme évaluateur. Cette évaluation est centrée sur les connaissances et certains savoir-faire techniques.
- Pour qu'un bloc de compétences soit acquis, il faut que le niveau d'obtention des résultats soit au moins égal à 70 %. L'unité de compétence est acquise si le niveau des résultats est au moins égal à 50 %.
- L'acquisition d'un bloc de compétences et des UC qui le composent donne lieu à une délivrance d'attestation. Cette attestation est valable sans limitation de durée.
- L'acquisition de l'ensemble des blocs de compétence correspondant à un CQP ouvre la possibilité de l'acquisition du CQP correspondant. Afin de répondre aux mêmes exigences de compétences que celle requises pour la délivrance du CQP par la voie de la formation « classique », le candidat doit avoir satisfait aux évaluations suivantes :
 - Evaluation tuteur
 - Evaluation par un professionnel évaluateur ou un jury
- Ces évaluations s'opèrent dans les conditions applicables pour la délivrance du CQP par la voie de la formation.

Par la voie de la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)

- La délivrance des CQP du secteur alimentaire par la voie de la VAE s'opère en 3 étapes :
 - La recevabilité de la demande par l'organisme évaluateur VAE
 - Le dossier déclaratif, intégrant le livret d'activité (Livret A) et parfois un Livret B, suivant les CQP
 - L'évaluation par deux professionnels évaluateurs du dossier déclaratif
- L'attribution du CQP suppose que pour chaque bloc de compétences, le candidat ait atteint au minimum un seuil d'évaluation de 70%.