

CQP Technico-commercial(e) des industries chimiques

Référentiels d'activités et de compétences Référentiel de certification

DÉSIGNATION DU MÉTIER OU DES COMPOSANTES DU MÉTIER EN LIEN AVEC LE CQP

Le CQP Technico-commercial(e) des industries chimiques des industries chimiques est en lien avec le métier de Technico-commercial(e).

Le (la) technico-commercial(e) possède une expertise technique (connaissance approfondie des produits industriels et services de l'entreprise) doublée d'une compétence commerciale. Porteur de l'image et de la culture de son entreprise, le (la) technico-commercial(e) a en charge la prospection et le développement du chiffre d'affaires de gammes de produits industriels ou de services de son entreprise, sur un territoire géographique défini.

Il (elle) démarché des clients et des prospects professionnels. À partir d'une analyse des besoins de ses clients formalisés par un appel d'offres ou d'un cahier des charges et de son expertise technique, il (elle) propose des solutions industrielles pertinentes sur le plan des fonctionnalités techniques, de la mise en œuvre et des services apportés. Il (elle) les formalise dans un document technique et commercial.

Il (elle) réalise le suivi de l'exécution des contrats, le suivi de ses clients, s'assure de leur satisfaction et met en œuvre des actions correctives, le cas échéant.

Il (elle) réalise le suivi budgétaire et assure le reporting de son activité.

Il (elle) exerce son activité en autonomie, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, et de son champ de responsabilité fixé par l'entreprise et sous la direction d'un responsable hiérarchique (par exemple le directeur commercial).

Il (elle) travaille en collaboration avec différents services de l'entreprise (par exemple : service commercial, service technique, service de développement industriel, service de production industrielle...) et/ ou avec des fournisseurs, en langue française ou étrangère.

Métier de référence selon le répertoire de la branche

☞ Technico-commercial(e)

☞ La description de ces métiers se trouve sur le site observatoiredelachimie.fr

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS DU MÉTIER

- 🔧 Recueil et remontée d'informations sur le marché, la concurrence et ses produits
- 🔧 Analyse de la concurrence et prévisions des ventes sur le secteur / zone
- 🔧 Planification et organisation de son activité commerciale
- 🔧 Visites et entretiens commerciaux auprès d'une clientèle professionnelle pour la promotion et la vente de sa gamme de produits
- 🔧 Prospection et relance clients / prospects
- 🔧 Prise de commandes
- 🔧 Définition de la proposition ou de l'offre commerciale concernant la vente des produits / services
- 🔧 Négociation de contrats de vente ou de prestations
- 🔧 Gestion et fidélisation d'un portefeuille client
- 🔧 Suivi de ses ventes et présentation de ses résultats commerciaux
- 🔧 Reporting d'activité et transmission d'informations produits / clients aux services concernés (crédit clients, finances, marketing, etc.)
- 🔧 Recueil et transmission des demandes et des informations recueillies aux services concernés (crédit clients, finances, marketing, etc.)
- 🔧 Contrôle et reporting concernant la réalisation des activités et des résultats
- 🔧 Gestion, suivi et enrichissement du fichier clients

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES DE LA CERTIFICATION

DOMAINE 1 : MISE EN OEUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

Compétence 1 – Élaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales

- 🔧 Recueillir des informations pertinentes sur les entreprises de son secteur, leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources
- 🔧 Évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur son secteur
- 🔧 Décliner la politique commerciale de l'entreprise en objectifs opérationnels sur son secteur
- 🔧 Proposer des modifications de ses objectifs commerciaux, des outils et documents de l'entreprise, en lien avec son activité, afin de répondre aux besoins de son secteur
- 🔧 Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales
- 🔧 Élaborer un fichier de prospects (Identifier des nouveaux clients, des nouveaux marchés et qualifier des prospects)

- ☞ Organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise
- ☞ Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales
- ☞ Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients

Compétence 2 – Assurer le suivi de son activité commerciale

- ☞ Assurer le suivi de la satisfaction du client
- ☞ Identifier et suivre les actions d'amélioration
- ☞ Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise
- ☞ Élaborer des tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale et les renseigner
- ☞ Analyser les résultats de ses actions commerciales

Compétence 3 – Communiquer avec différents interlocuteurs

- ☞ Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects, les nouveaux marchés et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l'entreprise
- ☞ Formaliser les résultats de son activité commerciale à sa hiérarchie sous forme de bilan ou rapport d'activités, de compte-rendu...
- ☞ Identifier l'impact de son activité sur les autres services y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance
- ☞ Échanger efficacement avec différents interlocuteurs internes et externes

DOMAINE 2 : ÉLABORATION ET VENTE DE SOLUTIONS ADAPTEES AUX BESOINS DES CLIENTS

Compétence 4 – Analyser les besoins des clients

- ☞ Établir un contact efficace avec le client
- ☞ Créer des conditions favorables à l'échange avec le client
- ☞ Analyser le cahier des charges du client ou un appel d'offres en prenant en compte les spécificités techniques et fonctionnelles explicitées
- ☞ Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- ☞ Identifier l'offre de produits, de solutions techniques, de services correspondant aux besoins du client

Compétence 5 – Élaborer une offre industrielle technique et commerciale adaptée aux besoins des clients

- ☞ Identifier l'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre (solutions techniques, moyens mis en œuvre, délais, conditions financières...)
- ☞ Rechercher et exploiter des informations sur les produits et services et les évolutions technologiques, à l'aide de médias appropriés (en langue française et/ou en langue étrangère)
- ☞ Identifier les éléments concernant la politique commerciale et financière de son entreprise, la réglementation et le droit commercial nécessaires à l'élaboration de l'offre
- ☞ Vérifier la faisabilité d'une offre auprès des différents services de l'entreprise (service de développement industriel, service de production...) ou des fournisseurs
- ☞ Élaborer une solution industrielle pertinente (fonctionnalités techniques, mise en œuvre, services apportés)
- ☞ Formaliser une offre technique et commerciale adapté aux besoins du client
- ☞ Présenter et conseiller le client sur les produits, solutions, services proposés par l'entreprise en utilisant le vocabulaire adapté
- ☞ Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
- ☞ Conclure l'entretien
- ☞ Établir une relation commerciale durable et de qualité entre l'entreprise et le client

Compétence 6 – Traiter les réclamations des clients et identifier les points d'amélioration

- ☞ Recevoir et écouter une réclamation
- ☞ Identifier les raisons d'une insatisfaction, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier
- ☞ Assurer la remontée de l'information auprès des services pertinents
- ☞ Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise
- ☞ Identifier, mettre en œuvre et suivre les actions correctives

Compétence 1 – Élaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales

- ☞ Recueillir des informations pertinentes sur les entreprises de son secteur, leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources
- ☞ Évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur son secteur
- ☞ Décliner la politique commerciale de l'entreprise en objectifs opérationnels sur son secteur
- ☞ Proposer des modifications de ses objectifs commerciaux, des outils et documents de l'entreprise, en lien avec son activité, afin de répondre aux besoins de son secteur
- ☞ Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales
- ☞ Élaborer un fichier de prospects (Identifier des nouveaux clients, des nouveaux marchés et qualifier des prospects)
- ☞ Organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise
- ☞ Prospector et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Recueil structuré et analyse des informations liées à son secteur

- Les informations sur les entreprises de son secteur, sur leur évolution, leur potentiel et les concurrents sont recherchées à partir de diverses sources d'informations (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...) et sont actualisées régulièrement
- Le choix des sources d'information est pertinent et justifié
- La fiabilité des informations recueillies est vérifiée

Déclinaison de la politique commerciale de l'entreprise en objectifs opérationnels

- Une évaluation de la part de marché potentielle sur son secteur est réalisée à partir d'une analyse pertinente des informations sur le secteur
- Elle est expliquée et justifiée
- Les objectifs généraux de la politique commerciale de l'entreprise sont identifiés et pris en compte (chiffre d'affaires, volumes, marges,...)
- Les actions à mener sur son secteur afin de répondre à la politique commerciale de l'entreprise sont identifiées, expliquées et sont pertinentes
- Des modifications de ses objectifs commerciaux, des outils et documents de l'entreprise sont proposées et argumentées
- Elles sont cohérentes avec l'analyse et les besoins de son secteur
- Les modifications proposées prennent en compte les impacts sur son secteur et sur la politique commerciale de l'entreprise

Élaboration de fichiers de prospects

- De nouveaux clients et de nouveaux marchés sont identifiés et classés selon leur potentiel (qualifiés)
- L'outil de gestion commerciale de l'entreprise est renseigné et mis à jour avec régularité

Organisation de son activité

- Les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles) sont identifiés et justifiés
- Ils sont pertinents
- L'ensemble des activités à réaliser est identifié (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et organisé
- Les priorités sont identifiées, sont pertinentes au regard des objectifs définis et prennent en compte l'optimisation du temps, des moyens et le respect des procédures de l'entreprise

Prospection et prise de rendez-vous

- Une prise de contact est effectuée avec des prospects dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- Des rendez-vous sont obtenus et leurs objectifs identifiés
- Un système de relance est mis en œuvre
- Le taux de transformation de prospects en clients est conforme aux objectifs fixés

Compétence 2 – Assurer le suivi de son activité commerciale

- ☞ Assurer le suivi de la satisfaction du client
- ☞ Identifier et suivre les actions d'amélioration
- ☞ Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise
- ☞ Élaborer des tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale et les renseigner
- ☞ Analyser les résultats de ses actions commerciales

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Suivi de la satisfaction client et des actions d'amélioration

- La satisfaction du client est vérifiée par tout moyen adapté
- Une remise en confiance du client vis-à-vis de l'entreprise est recherchée suite à une insatisfaction
- Les actions d'amélioration sont proposées et argumentées
- Les actions d'amélioration sont suivies dans le respect des règles en vigueur et les résultats sont transmis aux interlocuteurs pertinents

Mise à jour régulière du fichier des clients et des prospects

- Les données concernant les clients et prospects sont renseignées et mises à jour avec régularité en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise
- Le système de gestion de la relation client/prospect est utilisé à bon escient

Élaboration et renseignement de tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale

- Des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale créés sont adaptés à l'activité
- Les indicateurs utilisés et leur signification sont expliqués.
- Ils sont renseignés avec régularité en conformité avec les consignes de l'entreprise et en justifiant le résultat ou les écarts attendus
- Les mesures d'amélioration, leurs résultats et les suites à donner sont présentées à l'équipe

Analyse des résultats des actions commerciales

- Les résultats des actions commerciales sont analysés à l'aide des outils en vigueur dans l'entreprise et interprétés
- Tout écart est identifié
- Des actions correctives sont proposées à sa hiérarchie et argumentées

Compétence 3 – Communiquer avec différents interlocuteurs

- ☞ Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects, les nouveaux marchés et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l'entreprise
- ☞ Formaliser les résultats de son activité commerciale à sa hiérarchie sous forme de bilan ou rapport d'activités, de compte-rendu...
- ☞ Identifier l'impact de son activité sur les autres services y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance
- ☞ Échanger efficacement avec différents interlocuteurs internes et externes

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Communication et échanges avec différents interlocuteurs

- L'ensemble des informations pertinentes, collectées à l'occasion du travail de terrain sur les clients, les prospects, les nouveaux marchés et leurs besoins est identifié
- Les informations sont transmises à la hiérarchie et aux autres services concernés (service marketing, commercial, logistique, bureau d'études...) dans les délais requis et selon les procédures de l'entreprise
- Des échanges réguliers sont établis avec les interlocuteurs internes et externes y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance
- Les besoins, les demandes et les informations apportés par des interlocuteurs sont pris en compte
- Les informations sont présentées, de façon claire et exploitable en utilisant le vocabulaire technique et/ou réglementaire adapté (en langue française ou étrangère)
- L'expression est claire pour l'interlocuteur (vocabulaire ou langue adapté, construction des phrases, clarté et rythme de l'élocution)
- Les réactions sont adaptées en cas de difficultés

Formalisation des résultats de son activité commerciale

- Les résultats liés à son activité commerciale sont présentés sous forme de bilan, compte-rendu, rapport d'activité...
- Les documents sont rédigés de façon précise et claire et sont exploitables par sa hiérarchie

Travail en équipe et en réseau : fonctionnement de l'entreprise et impact de son activité sur les autres services

- L'activité des autres services de l'entreprise (marketing, bureau d'étude, développement, production, logistique, achats ...) est prise en compte dans sa propre activité

DOMAINE 2 : ÉLABORATION ET VENTE DE SOLUTIONS ADAPTÉES AUX BESOINS DES CLIENTS

Compétence 4 – Analyser les besoins des clients

- ☞ Établir un contact efficace avec le client
- ☞ Créer des conditions favorables à l'échange avec le client
- ☞ Analyser le cahier des charges du client ou un appel d'offres en prenant en compte les spécificités techniques et fonctionnelles explicitées
- ☞ Identifier et analyser les besoins du client par un questionnaire adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- ☞ Identifier l'offre de produits, de solutions techniques, de services correspondant aux besoins du client

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Prise de contact et échange avec le client

- Les techniques de prise de contact sont mises en œuvre afin de répondre aux objectifs fixés
- Une relation de qualité et personnalisée est créée rapidement avec le client
- L'entretien est préparé (prise d'information préalable sur les caractéristiques et l'historique du client)
- Des conditions favorables sont créées avec le client tout au long de l'échange (écoute et concentration, intérêt, curiosité et disponibilité à l'égard du client, ...)
- L'expression est claire et adaptée à l'interlocuteur
- La présentation vestimentaire et la posture sont appropriées

Analyse du cahier des charges ou de l'appel d'offres

- Les spécificités techniques et fonctionnelles présentées dans le cahier des charges ou l'appel d'offres sont identifiées et expliquées
- L'explication et l'analyse sont pertinentes

Identification de l'offre de produits, de solutions techniques ou de service adaptée au client

- La technique de questionnaire et de reformulation permet d'obtenir des informations complémentaires sur les besoins explicites et implicites du client
- Les observations et remarques du client sont prises en compte lors de l'entretien
- L'ensemble des besoins du client est identifié et analysé
- Les produits, solutions industrielles, services répondant aux besoins du client sont identifiés sur la base de critères objectifs et leur choix est justifié
- Ce choix prend en compte la réglementation en vigueur pour le client et pour l'entreprise et la politique commerciale de l'entreprise

Compétence 5 – Élaborer une offre industrielle technique et commerciale adaptée aux besoins des clients

- ☞ Identifier l'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre (solutions techniques, moyens mis en œuvre, délais, conditions financières...)
- ☞ Rechercher et exploiter des informations sur les produits et services et les évolutions technologiques, à l'aide de médias appropriés (en langue française et/ou en langue étrangère)
- ☞ Identifier les éléments concernant la politique commerciale et financière de son entreprise, la réglementation et le droit commercial nécessaires à l'élaboration de l'offre
- ☞ Vérifier la faisabilité d'une offre auprès des différents services de l'entreprise (service de développement industriel, service de production...) ou des fournisseurs
- ☞ Élaborer une solution industrielle pertinente (fonctionnalités techniques, mise en œuvre, services apportés)
- ☞ Formaliser une offre technique et commerciale adapté aux besoins du client
- ☞ Présenter et conseiller le client sur les produits, solutions, services proposés par l'entreprise en utilisant le vocabulaire adapté
- ☞ Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
- ☞ Conclure l'entretien
- ☞ Établir une relation commerciale durable et de qualité entre l'entreprise et le client

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Recherche et identification des informations et composantes nécessaires à l'élaboration de l'offre industrielle, technique et commerciale

- L'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre est identifié, expliqué et pertinent
- Des informations complémentaires sur les produits et services ainsi que sur les évolutions technologiques sont recherchées, expliquées et analysées
- La recherche est réalisée à l'aide de documents et médias pertinents en langue française et/ou étrangère)
- L'analyse des informations est pertinente
- Les éléments concernant la politique commerciale et financière de l'entreprise, la réglementation et le droit du travail nécessaires à l'élaboration de l'offre sont identifiés et à l'aide de média appropriés et vérifiés

Vérification de la faisabilité de l'offre

- La faisabilité et les conditions de l'offre sont vérifiées auprès des différents services concernés et / ou des fournisseurs (direction des ventes, bureau d'étude, service de développement industriel, production, logistique...)

Formalisation d'une offre technique et commerciale

- La solution industrielle prend en compte les besoins, et les contraintes du client (fonctionnalités techniques, mise en œuvre, services apportés)
- Une offre technique et commerciale est proposée au client selon un format approprié (devis, offre commerciale, réponse à un appel d'offres, réponse à un cahier des charges)
- L'offre est complète, pertinente et est conforme aux objectifs commerciaux

Présentation, conseil sur les produits, solutions ou services proposés, argumentation et négociation

- Les caractéristiques des produits, solutions industrielles, services proposés par l'entreprise sont expliquées au client, des conseils techniques sont apportés en tenant compte de ses besoins
- L'expression et le vocabulaire sont clairs, précis et pertinents
- L'ensemble de composantes de l'offre commerciale est présenté et expliqué
- L'argumentation est organisée, cohérente et répond aux attentes du client
- Des ajustements sont négociés avec le client dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- Une synthèse des décisions prises au cours de l'entretien est réalisée, la décision prise par le client est valorisée
- Une formule personnalisée de prise de congé est émise

Relation commerciale durable et de qualité

- Une relation commerciale de qualité est maintenue
- La relation client s'inscrit dans la politique commerciale à long terme de son entreprise

Compétence 6 – Traiter les réclamations des clients et identifier les points d'amélioration

- ☞ Recevoir et écouter une réclamation
- ☞ Identifier les raisons d'une insatisfaction, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier
- ☞ Assurer la remontée de l'information auprès des services pertinents
- ☞ Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise
- ☞ Identifier, mettre en œuvre et suivre les actions correctives

Critères

Qu'est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?

Identification des raisons d'une insatisfaction, d'une réclamation ou d'un litige

- La réclamation est prise en compte
- Des informations complémentaires et éléments factuels permettant l'analyse de la situation sont recherchés auprès du client sans mise en cause de sa bonne foi
- Une analyse technique des produits, des services et de leurs conditions d'utilisation est organisée avec le(s) service(s) adapté(s) : le service qualité, le service après-vente, le service commercial ...
- Les raisons de l'insatisfaction, de la réclamation ou du litige sont identifiées
- La gravité de la réclamation est identifiée
- L'impact de la situation sur le client et sur l'entreprise est identifié

Remontée des informations aux services de l'entreprise

- Les services pertinents pour traiter la réclamation ou le litige sont informés dans les délais requis et selon les règles en vigueur dans l'entreprise

Transmission d'une réponse adaptée au client

- Une réponse adaptée à la situation est apportée au client dans le respect des délais, des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise
- L'adhésion du client aux propositions effectuées pour régler la situation est recherchée

Mise en œuvre et suivi des actions correctives

- Les actions correctives sont proposées et argumentées
- Les actions correctives et sont suivies dans le respect des règles en vigueur et les résultats sont transmis aux interlocuteurs pertinents