Intitulé : CQP Manager commercial cuisines et/ou aménagement intérieur (F/H)

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	**REFERENTIEL DE COMPETENCES** *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	**REFERENTIEL D'EVALUATION** *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	**CRITÈRES D'ÉVALUATION**
Bloc de compétences 1 : Piloter techniquement et commercialement une activité de vente de cuisines et/ou d'aménagement intérieur			
1.1 Déploiement de la stratégie commerciale définie par la direction ou l'enseigne	C1.1 Analyser les performances commerciales de l'équipe et les données relatives à la satisfaction client sur la période écoulée en vue de réaliser une projection sur les objectifs de vente à venir, en tenant compte de différents paramètres, des objectifs et de la stratégie commerciale du magasin ou de l'enseigne	Entretien individuel d'évaluation avec le jury d'évaluation à partir d'une étude de cas portant sur l'analyse des performances commerciales et économiques de l'équipe et sur la mise en place d'un plan d'actions. L'entretien avec le jury porte sur l'analyse des performances commerciales et économiques, la mise en œuvre de plans d'actions commerciaux, la veille concurrentielle, la sortie des produits en fin de collection (compétences associées à l'activité 1.1), les relations avec les fournisseurs et sous-traitants ainsi que l'implantation d'une nouvelle collection (compétences associées à l'activité 1.3) *Durée de l'évaluation : 2 heures*	*Les performances commerciales des membres de l'équipe sont suivies de manière très régulière* *Les écarts avec les objectifs commerciaux de la période écoulée et la stratégie commerciale du magasin ou de l'enseigne sont repérés* *Les objectifs de vente collectifs à venir, en tenant compte des objectifs et de la stratégie commerciale du magasin ou de l'enseigne, sont explicités* *Une projection sur les objectifs de performance commerciale pour la période à venir est réalisée* *Les données issues des enquêtes de satisfaction client sont prises en compte*
	C1.2 Analyser les performances économiques de l'activité du point de vente en s'appuyant sur les indicateurs clés définis par l'entreprise ou l'enseigne, afin d'identifier des actions correctives		*Les modalités d'utilisation des indicateurs clés de performance et des tableaux de bord sont explicitées* *Les ratios sur lesquels une action est nécessaire (performance en marge, chiffre d'affaires, taux de concrétisation…) sont identifiés* *Des propositions d'actions correctives en vue d'améliorer les performances des membres de l'équipe sont formulées et présentées au responsable du magasin*
	C1.3 Organiser la mise en œuvre dans le magasin des plans d'actions commerciaux définis par l'entreprise ou l'enseigne, en vue de l'atteinte des objectifs fixés		*Les ressources à mobiliser pour mettre en œuvre les plans d'actions commerciaux sont identifiées* *La mise en œuvre des plans d'actions est anticipée et organisée* *La conformité des plans d'actions mis en œuvre aux préconisations et consignes de l'entreprise ou de l'enseigne et à la réglementation est vérifiée en concertation avec la direction du magasin*
	C1.4 Mesurer les résultats des plans d'action commerciaux mis en œuvre, afin d'adapter les actions commerciales et d'optimiser les résultats		*Les résultats des plans d'action commerciaux sont régulièrement suivis et analysés* *Les écarts entre les résultats obtenus dans le cadre des actions commerciales et les prévisionnels sont expliqués à l'équipe et à la direction du magasin* *Des actions de réajustement adaptées sont proposées en cas d'écart entre prévisionnel et réalisé et présentées à la direction du magasin*

	C1.5 Analyser les pratiques de la concurrence, afin de repérer les actions commerciales en cours et de développer un argumentaire commercial en lien avec l'équipe de concepteurs-vendeurs		*Les principaux concurrents présents sur la zone de chalandise et ceux assurant une vente en ligne sont identifiés* *L'offre et les actions commerciales des principaux concurrents sont repérées* *Un argumentaire permettant de mettre en avant les avantages concurrentiels du magasin auprès des clients est élaboré en lien avec l'équipe de concepteurs-vendeurs*
	C.1.6 Organiser une sortie de produits en fin de collection en lien avec sa hiérarchie en tenant compte de contraintes commerciales, techniques, organisationnelles et de la réglementation en vigueur en vue de permettre l'arrivée des nouvelles collections		*Les dates, le circuit et les modalités de sortie des produits en fin de collection sont identifiés* *Les contraintes commerciales, techniques, organisationnelles et la réglementation en vigueur sont prises en compte* *La mise en œuvre du plan de sortie des produits en fin de collection est planifiée et organisée* *Le plan de sortie des produits en fin de collection est exécuté et vérifié, conformément à la réglementation, en lien avec la direction du magasin*
1.2 Accompagnement technique et méthodologique de l'équipe commerciale	C1.7 Contrôler un projet élaboré par un concepteur-vendeur en fonction des règles en vigueur dans l'entreprise et des préconisations des fabricants, afin de garantir le respect des critères techniques de faisabilité et de conception universelle (prise en compte des besoins des personnes en situation de handicap)	Entretien individuel d'évaluation avec le jury d'évaluation à partir d'une étude de cas portant sur l'analyse de projets d'implantation / chiffrage de cuisine puis mise en situation individuelle sur les négociations clients et le traitement des réclamations conduite par le jury d'évaluation *Durée de l'évaluation : 1 heure 45*	*Les erreurs ou incohérences dans les plans de conception et technique, les devis, les bons de commande établis par le concepteur-vendeur sont identifiées* *Les critères techniques et de conception universelle (prise en compte des besoins des personnes en situation de handicap) sont examinés* *Le respect des consignes et préconisations techniques en vigueur dans l'entreprise ou l'enseigne et les préconisations des fabricants est vérifié* *Le respect des réglementations en vigueur est vérifié* *La conformité du projet établi à la commande du client est vérifiée* *Le respect des délais de réalisation des projets de cuisine et de réponse aux questions des clients est vérifié*
	C1.8 Réajuster un projet de cuisine et / ou d'aménagement intérieur élaboré par un concepteur-vendeur en fonction de critères techniques, esthétiques, commerciaux et réglementaires, afin d'assurer la conformité des projets à la commande et de garantir la vente		*Des améliorations techniques et esthétiques pertinentes sont apportées aux projets de cuisine élaborés par les concepteurs-vendeurs* *Les modifications à apporter aux projets de cuisine sont clairement explicitées aux concepteurs vendeurs* *Les risques de dépassement de délai ou d'insatisfaction client sont identifiés et traités*
	C1.9 Assurer une prise de relai d'un concepteur-vendeur lors de la phase finale de négociation avec le client afin de conclure la vente dans le respect des marges de manœuvre accordées par le magasin ou l'enseigne		*Les difficultés lors des négociations entre client et concepteur-vendeur sont repérées* *Les actions à conduire et « gestes » commerciaux sont mis en œuvre* *Les marges de manœuvre commerciales accordées par le magasin ou l'enseigne sont respectées*
	C1.10 Traiter, en relai des concepteurs-vendeurs, les réclamations clients en phase d'après-vente dans le respect des consignes en vigueur au sein de l'entreprise ou de l'enseigne, afin de garantir la satisfaction client		*Les difficultés lors du traitement des réclamations clients par les membres de l'équipe sont repérées* *La prise de relais est réalisée dans le respect de la posture du concepteur-vendeur vis-à-vis de son client* *Le traitement des réclamations est effectué dans le respect des consignes en vigueur* *La satisfaction et la fidélisation du client sont recherchées lors du traitement des réclamations*

1.3 Pilotage technique de la surface de vente et des services au client	C1.11 Animer les relations avec les fournisseurs et sous-traitants de son territoire en capacité de répondre aux attentes du magasin ou de l'enseigne afin de disposer d'un réseau à même de satisfaire les attentes des clients, en termes de qualité, d'installation et de délais	Entretien individuel d'évaluation avec le jury d'évaluation à partir d'une étude de cas portant sur l'analyse des performances commerciales et économiques de l'équipe et sur la mise en place d'un plan d'actions. L'entretien avec le jury porte sur l'analyse des performances commerciales et économiques, la mise en œuvre de plans d'actions commerciaux, la veille concurrentielle, la sortie des produits en fin de collection (compétences associées à l'activité 1.1), les relations avec les fournisseurs et sous-traitants ainsi que l'implantation d'une nouvelle collection (compétences associées à l'activité 1.3) *Durée de l'évaluation : 2 heures*	*Les fournisseurs et sous-traitants en capacité de répondre aux attentes du magasin ou de l'enseigne sont repérés* *Des échanges réguliers avec les fournisseurs et sous-traitants sur les exigences du magasin ou de l'enseigne sont organisés, afin d'assurer des partenariats pérennes*
	C1.12 Apprécier la capacité des fournisseurs et sous-traitants à répondre aux besoins des clients et du magasin en termes de qualité, de coût et de délai d'intervention en vue de formuler des propositions à sa hiérarchie		*Un suivi de l'activité des fournisseurs et sous-traitants en termes de qualité, d'installation et délais d'exécution est organisé* *Des propositions d'amélioration sont formulées à la direction* *Des instructions particulières auprès des fournisseurs et sous-traitants, en fonction d'exigences des clients, sont formulées*
	C1.13 Négocier avec les fournisseurs et sous-traitants les conditions de traitement d'un aléa, en tenant compte des dispositions contractuelles en vigueur, en vue de satisfaire le client et de garantir les intérêts du point de vente		*Les dispositions contractuelles applicables en cas de survenance d'un aléa sont identifiées* *En concertation avec le fournisseur et le sous-traitant, des concessions réciproques sont définies* *L'intérêt du point de vente est systématiquement recherché*
	C1.14 Formuler des propositions en vue d'optimiser l'implantation d'une nouvelle collection au sein de l'espace de vente en tenant compte de sa connaissance des caractéristiques de l'espace de vente		*Les caractéristiques techniques, esthétiques de la nouvelle collection sont identifiées* *Des propositions d'implantation de la nouvelle collection dans l'espace de vente tenant compte des spécificités architecturales des lieux sont formulées auprès de la direction du magasin* *Le mode de circulation client au sein de l'espace de vente est pris en compte*
	C1.15 Organiser la réalisation de l'implantation d'une nouvelle collection au sein de l'espace de vente en lien avec les différents intervenants mobilisés en vue de respecter les budgets et les délais définis par l'entreprise		*Le budget consacré à l'implantation de la nouvelle collection et les délais définis sont identifiés* *Un plan d'organisation, de planification et de coordination des différents intervenants en vue de l'installation de la nouvelle collection est établi dans le respect du budget et des délais définis, en lien avec les intervenants* *La mise en œuvre du plan d'organisation, de planification et de coordination est suivie*
Bloc de compétences 2 : Manager une équipe de concepteurs vendeurs de cuisines et/ou d'aménagement intérieur			
2.1 Management opérationnel de l'équipe de concepteurs-vendeurs	C2.1 Individualiser les objectifs assignés à chaque membre de l'équipe, afin d'atteindre les objectifs commerciaux définis	Entretien individuel d'évaluation avec le jury d'évaluation à partir d'un dossier professionnel réalisé par le candidat et permettant de rendre compte des activités mises en œuvre au cours de son parcours sur	*Les objectifs individuels sont définis en tenant compte de la politique commerciale et des objectifs du magasin* *Les objectifs individuels définis sont réalistes et mesurables* *Les résultats des concepteurs vendeurs sont suivis de manière individuelle* *L'analyse des résultats individuels des concepteurs vendeurs s'appuie sur les indicateurs clés définis au sein de l'entreprise ou de l'enseigne*

	C2.2 Transmettre à l'équipe de concepteurs-vendeurs les consignes nécessaires à la conduite de leur activité, en veillant à dynamiser l'équipe autour des objectifs à atteindre, afin de d'assurer la performance commerciale	l'individualisation des objectifs et la mesure de la performance individuelle des concepteurs-vendeurs, l'animation et la dynamisation de l'équipe, la conduite d'entretiens individuels et la participation aux recrutements *Durée de l'évaluation : 20 minutes (le dossier professionnel étant analysé en amont par les membres du jury d'évaluation)*	*La politique commerciale est expliquée aux concepteurs vendeurs et rappelée dans les actes de management* *Des retours réguliers sur les performances commerciales réalisées par l'équipe sont effectués* *Différents outils sont utilisés pour responsabiliser, entretenir la motivation et valoriser les concepteurs vendeurs : challenges, …* *Les enjeux liés au respect des consignes sont mis en avant lors des échanges avec les concepteurs-vendeurs* *Le respect des consignes relatives au bon état marchand de l'espace de vente (lieu propre, allées dégagées pour permettre la circulation des personnes à mobilité réduite, étiquetage à jour, …) est rappelé régulièrement et contrôlé* *La mise en œuvre des consignes est vérifiée*
	C2.3 Mesurer la performance individuelle et le respect des consignes, en vue de mettre en place des actions correctives ou d'accompagnement		*La performance individuelle des membres de l'équipe est mesurée à l'appui des indicateurs disponibles au sein de l'entreprise* *Le respect par les membres de l'équipe des consignes en matière de gestion des paiements et des encaissements est contrôlé* *Les membres de l'équipe pour lesquels un accompagnement est nécessaire sont identifiés*
	C2.4 Mettre en œuvre des actions d'accompagnement individuel, en tenant compte des besoins et des difficultés de chaque concepteur-vendeur, afin d'améliorer la conduite des activités par l'équipe		*Différents types d'actions d'accompagnement individuel (brief-débrief, tutorat, recentrage sur certaines activités ou marques…) sont mises en œuvre* *Les actions d'accompagnement utilisées sont adaptées aux besoins du concepteur vendeur*
	C2.5 Accompagner les concepteurs-vendeurs sur la gestion de leur portefeuille de clients potentiels afin d'optimiser les performances de l'équipe		*Des points sur la gestion du portefeuille de clients potentiels des concepteurs-vendeurs sont régulièrement organisés* *Un plan d'organisation, de planification et de suivi des relances est élaboré en lien avec le concepteur-vendeur*
	C2.6 Animer des réunions d'équipe, en veillant à leur préparation, afin d'assurer la mobilisation de l'équipe autour des objectifs à atteindre et des actions commerciales à mettre en place		*Des réunions d'équipe régulières sont programmées* *Les réunions sont préparées (ordre du jour et objectifs, supports éventuels, …)* *Le temps passé en réunion d'équipe est optimisé (gestion du temps, compte-rendu, …)* *Les éléments apportés aux concepteurs-vendeurs au cours de la réunion apportent une valeur-ajoutée à l'équipe (motivation, compréhension des actions commerciales, dynamisme, valorisation individuelle et collective, …)* *La dimension collective est prise en compte lors de la réunion pour développer la cohésion de l'équipe* *Les événements risquant d'avoir un impact sur la cohésion de l'équipe sont repérés et traités* *Le rôle du manager commercial est explicité (missions, articulation avec la direction du magasin, …)*
	C2.7 Conduire différents types d'entretiens individuels avec les concepteurs-vendeurs, dans le respect des process RH en vigueur dans l'entreprise, en vue d'accompagner les membres de l'équipe dans leur activité et leur parcours		*Le contenu des différents types d'entretien à conduire auprès de l'équipe est identifié* *Des entretiens périodiques individuels sont mis en œuvre pour suivre l'activité des membres de l'équipe, les motiver et les accompagner* *Les échanges conduits avec les membres de l'équipe sont adaptés aux besoins de chacun (entretien formels, échanges informels, …)*

	professionnel et d'identifier les leviers de fidélisation		*Les entretiens de recrutement permettent à l'entreprise de disposer d'éléments fiables sur les candidats (savoir-faire techniques, parcours professionnel, motivation, …)*
	C2.8 Organiser les plannings d'activité de l'équipe, afin de garantir le bon fonctionnement du service, en veillant au respect de la réglementation en vigueur		*Les plannings sont établis en tenant compte des pics d'activité du magasin, de la charge de travail et des absences (prévues ou imprévues) des membres de l'équipe* *Les plannings respectent les dispositions réglementaires, conventionnelles et contractuelles en vigueur*
	C2.9 Identifier les besoins du service et les profils pertinents lors des recrutements, afin de répondre aux objectifs d'activité		*Les besoins en recrutement sont anticipés en fonction de l'activité du magasin (évolution de l'activité, départ à venir, …)* *Les compétences recherchées en cas de recrutement sont clairement explicitées et argumentées auprès de la direction*
	C2.10 Sélectionner en lien avec sa hiérarchie les candidatures reçues, afin d'identifier les candidats les plus proches du profil recherché		*Les compétences clés à rechercher auprès des candidats sont identifiées* *Les candidatures sont analysées et triées en tenant compte de critères objectifs*
	C2.11 Identifier les actions à conduire afin de faciliter l'activité des collaborateurs en situation de handicap		*Les besoins spécifiques du collaborateur en situation de handicap sont identifiés* *Un interlocuteur compétent est mobilisé lorsque nécessaire* *Des actions permettant de faciliter l'activité du collaborateur en situation de handicap sont proposées (matériel, organisation spécifique, communication, sensibilisation de l'équipe…)*
2.2 Développement des compétences de l'équipe de concepteurs-vendeurs	C2.12 Réaliser l'intégration des nouveaux embauchés en s'appuyant sur les consignes en vigueur, afin d'assurer une intégration dans la durée et de transmettre la « culture » du magasin ou de l'enseigne	Etude de cas individuelle écrite en organisme habilité portant sur l'accueil et le développement des compétences d'une équipe de concepteurs-vendeurs *Durée de l'évaluation : 1 heure*	*L'intégration du nouvel embauché est préparée avec l'équipe de concepteurs-vendeurs* *Le plan d'intégration en vigueur dans l'entreprise ou l'enseigne est respecté* *Des actions sont mises en œuvre sur une période suffisante pour intégrer le nouvel embauché dans la durée* *Des actions permettant de transmettre la culture du magasin ou de l'enseigne sont mises en œuvre* *Les difficultés rencontrées par le nouvel embauché sont identifiées* *Des réponses adaptées sont mises en œuvre*
	C2.13 Evaluer les compétences des concepteurs-vendeurs au regard des méthodes et des attentes spécifiques à l'entreprise ou à l'enseigne, afin d'identifier des actions d'accompagnement adaptées en utilisant différentes modalités	Mise en situation individuelle de transmission de savoir-faire à partir d'un projet de cuisine ou	*Le respect par les membres de l'équipe des méthodes de vente, de la politique commerciale, des outils techniques de conception est vérifié de manière continue* *Différentes actions sont mises en œuvre pour évaluer les compétences : entretiens, observation en situation de relation client ou de conception de projet, mise en situation de vente, …*

	C2.14 Identifier les objectifs de progression et les besoins en formation des membres de l'équipe, afin d'élaborer un projet d'acquisition ou de développement des compétences	d'aménagement intérieur conduite par le jury d'évaluation *Durée de l'évaluation : 45 minutes*	*Les difficultés ou axes de progression de chaque membre de l'équipe sont repérés* *Ces difficultés ou axes de progression sont traduits en termes de besoin d'acquisition de compétences et de besoins en formation* *L'offre de formation à disposition de l'entreprise ou de l'enseigne est utilisée* *Les moyens pédagogiques adaptés (présentiel, formation à distance formation externe, formation par le chef des ventes, accompagnement terrain, tutorat avec un concepteur vendeur expérimenté…) sont identifiés*
	C2.15 Mettre en œuvre différentes actions d'accompagnement du changement en direction des membres de l'équipe, afin de leur permettre de s'approprier les évolutions en cours		*Les évolutions technologiques ou organisationnelles sont expliquées aux membres de l'équipe* *L'introduction de nouveaux outils, notamment digitaux, ou d'une nouvelle organisation fait l'objet d'un accompagnement des membres de l'équipe* *Les collaborateurs sont rassurés au cours de points d'étape réguliers*
	C2.16 Transmettre des connaissances, des savoir-faire commerciaux et techniques en tenant compte des besoins des concepteurs-vendeurs, en exploitant des projets de conception de cuisine et / ou d'aménagement intérieur comme matériau pédagogique, afin d'accompagner l'appropriation par les concepteurs-vendeurs des nouveaux produits et implantations		*Les projets de cuisine ou d'aménagement intérieur produits par les membres de l'équipe sont utilisés pour mettre en évidence des axes d'amélioration techniques ou commerciaux* *Les méthodes et outils spécifiques à l'entreprise ou à l'enseigne sont utilisés lors de l'action de formation*