

INSTITUT NEMO, en partenariat avec et délivré par AFTRAL,
Certification professionnelle « Responsable Commercial
Transport-Logistique »,
de niveau 6, code NSF 331p, enregistrée au Répertoire
National des Certifications Professionnelles par décision de
la Commission de la Certification Professionnelle du
10/09/2019, sur les outils de communication citant le
présent partenariat et/ou la Certification professionnelle.

REFERENTIEL
EMPLOI, ACTIVITES ET COMPETENCES
Responsable Commercial(e) Transport-Logistique

Certification demandée de niveau II
déposée par AFTRAL

Activités types

- **L'organisation de l'action commerciale**
- **Le développement et la gestion d'un portefeuille clients**

1 FICHE SYNOPTIQUE DE L'EMPLOI TYPE

Intitulé de l'emploi type : RESPONSABLE COMMERCIAL TRANSPORT LOGISTIQUE

Emplois réels correspondants :

Attaché commercial - Technico-commercial - Cadre commercial - Attaché commercial senior – Commercial – Responsable commercial- Commercial junior.

Finalité globale de l'emploi type :

Dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise, le « Responsable Commercial Transport logistique » assure la vente de solutions de transport de marchandises standards ou « sur mesure » auprès de sociétés industrielles ou commerciales ; y compris à l'international (exportatrices et/ou importatrices) afin de contribuer au développement économique de l'entreprise, de participer à la rentabilité de celle-ci et de garantir la qualité de service rendu tout en assurant la profitabilité d'un portefeuille commercial.

Fil conducteur de l'emploi :

Au sein du service dans lequel il travaille :

- il analyse le marché, assure une veille concurrentielle,
- il élabore un plan d'actions commerciales sur un secteur géographique défini,
- il organise son activité commerciale sur un secteur donné,
- il assure la prospection commerciale, développe et entretient un portefeuille client,
- il fidélise sa clientèle, il fait évoluer son offre de transport,
- il conçoit ou participe à la création des solutions transport (en fonction de l'organisation de l'entreprise),
- il conseille sa clientèle
- il conduit des entretiens commerciaux, vend des prestations de transport,
- il formule des réponses à des appels d'offres, des propositions commerciales,
- il présente des propositions commerciales,
- il crée les offres tarifaires en fonction de l'organisation de l'entreprise
- il négocie des propositions commerciales,
- il conclut les ventes
- il contractualise les modalités de prestations avec le client,
- il développe un chiffre d'affaires permettant d'assurer la rentabilité de l'entreprise
- il analyse ses résultats, définit des objectifs de vente.

Relations :

Hiérarchiques : Responsable régional des ventes, responsable service commercial, responsable d'agence.

Fonctionnelles : Responsables de service (administratif, comptable, production), personnel commercial, exploitation, comptable de l'entreprise, agence du groupe, administration.

Qualités recherchées par les employeurs :

Organisation – Rigueur - Disponibilité – Réactivité - Ponctualité -Dynamisme - Sens de la relation - Empathie - Humilité - Curiosité - Autonomie - Gérer son temps - Ténacité –Opiniâtreté -Persévérance -Résistance à l'échec - Respect des engagements

2 FICHES DESCRIPTIVES

2.1 FICHE DESCRIPTIVE DE L'EMPLOI TYPE :

RESPONSABLE COMMERCIAL TRANSPORT LOGISTIQUE

FICHE(S) ROME DE RATTACHEMENT

D1401 ASSISTANAT COMMERCIAL

D1402 RELATION COMMERCIALES GRANDS COMPTES ET ENTREPRISES

D 1407 RELATION TECHNICO-COMMERCIALE

AUTRES APPELATIONS DE L'EMPLOI TYPE

Attaché commercial - Technico-commercial - Cadre commercial - Attaché commercial senior – Commercial – Responsable commercial- Commercial junior.

LIENS AVEC LES NOMENCLATURES

Relations externes

PCS : 466b Responsables commerciaux et administratifs des transports de marchandises (non cadres).
NAF 2008 : classe 49.41 Transport routier de fret, classe 50.20 Transports maritimes et côtiers de fret, classe 51.21 Transport aérien de fret, et autres codes désignant les entreprises industrielles et commerciales réalisant des transports en compte propre et celles travaillant avec des transporteurs ou des commissionnaires de transport.

NSF : 312 T Commerce Vente

DEFINITION

Dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise, le « Responsable Commercial Transport logistique » assure la vente de solutions de transport de marchandises standards ou « sur mesure » auprès de sociétés industrielles ou commerciales ; y compris à l'international (exportatrices et/ou importatrices) afin de contribuer au développement économique de l'entreprise et de garantir la qualité de service rendu tout en assurant la rentabilité d'un portefeuille commercial.

CONDITIONS GENERALES D'EXERCICE

Le « Responsable Commercial Transport Logistique » exerce son activité au sein de PME ou de grandes entreprises de transport et/ou commissionnaire de transport agréé en douane.

Cette activité s'inscrit dans le cadre très réglementé du transport et de la circulation des marchandises au niveau national et international.

Il organise son travail de façon autonome.

Il utilise les outils informatiques en particulier les logiciels de CRM (Customer Relationship Management) pour piloter son activité.

L'emploi comporte des déplacements fréquents sur un secteur géographique précis (ville, département) ou parfois plus important (plusieurs départements), région, voire la France entière.

Il implique :

- une collaboration étroite avec les différents services de l'entreprises : administratif, financier et plus particulièrement avec les services marketing (s'il existe) et d'exploitation ou de production dans le cadre de la mise en œuvre des opérations de transport.
- un contact permanent avec les clients.

Suivant la taille de l'entreprise, il peut encadrer des assistants(es) commerciaux (es).

CONDITIONS D'ACCES A L'EMPLOI TYPE

Formation de niveau III souhaitée.

L'expérience professionnelle est prépondérante et en particulier dans le domaine du transit aérien, maritime, routier, du transport routier et/ou de la logistique.

La formation à l'utilisation d'un logiciel type CRM est souhaitable.

CHAMPS D'INTERVENTION ET DE RESPONSABILITE

Selon l'organisation de l'entreprise, le Responsable Commercial Transport Logistique est placé(e) sous l'autorité d'un responsable des ventes ou d'un responsable d'agence. Il est responsable du développement d'un secteur géographique et/ou d'activité et de la construction de l'offre au sein de son entreprise.

Il a en charge ainsi la gestion d'un portefeuille client/prospect dont il a la responsabilité en termes de suivi et d'augmentation du chiffre d'affaire.

DESCRIPTION DE LA MISE EN ŒUVRE DE L'EMPLOI TYPE

Dans une PME transport, l'activité commerciale relève de la direction de l'entreprise.

Dans les « grands groupes » les Directions Commerciales « siège » définissent la stratégie commerciale de l'entreprise au niveau national voire international. Des directeurs commerciaux ou des responsables régionaux des ventes assurent l'élaboration et l'animation de la politique commerciale de la société. Ils encadrent des : Attachés commerciaux - Technico-commerciaux - Cadres commerciaux - Attachés commerciaux seniors – Commerciaux - etc.

Les titulaires de ces emplois, en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise, ont pour objectif :

- de réaliser la vente de solution transport,
- d'assurer le développement de la relation commerciale avec les clients et les prospects afin de développer et de pérenniser l'offre de transport.

Responsable d'un portefeuille clients et garant de l'offre de service proposé ainsi que de la qualité du service apporté, ils contribuent au développement de l'entreprise et de sa rentabilité.

Les principales activités / tâches » sont les suivantes :

- analyser le marché, assurer une veille concurrentielle,
- élaborer un plan d'actions commerciales sur un secteur géographique défini,
- organiser son activité commerciale sur un secteur donné,
- assurer la prospection commerciale, développer et entretenir un portefeuille client,
- fidéliser sa clientèle, faire évoluer son offre de transport,
- concevoir ou participer à la création des solutions transport (en fonction de l'organisation de l'entreprise),
- conseiller sa clientèle

- conduire des entretiens commerciaux, vendre des prestations de transport,
- formuler des réponses à des appels d'offres, des propositions commerciales,
- présenter des propositions commerciales,
- créer les offres tarifaires en fonction de l'organisation de l'entreprise
- négocier des propositions commerciales,
- conclure les ventes
- contractualiser les modalités de prestations avec le client,
- développer un chiffre d'affaires permettant d'assurer la rentabilité de l'entreprise
- analyser ses résultats, définir des objectifs de vente.

Sa performance est évaluée en fonction de l'atteinte des objectifs commerciaux de l'entreprise tels que :

- réaliser un nombre de visites estimé,
- développer du volume d'affaires,
- développer du chiffre d'affaires,
- développer de la marge,
- fidéliser les clients,
- acquérir un nombre de nouveaux clients.

DESCRIPTION DES SITUATIONS PARTICULIERES DE MISE EN ŒUVRE

LISTE DES ACTIVITES TYPES DU NOYAU DUR DE L'EMPLOI TYPE

AT1 L'organisation de l'action commerciale

AT2 Le développement et la gestion d'un portefeuille clients

NIVEAU DE QUALIFICATION ET EVOLUTION PROFESSIONNELLES

Le Responsable Commercial Transport Logistique se positionne dans la catégorie « maîtrise » en début de carrière (commercial junior).

Il peut évoluer dans une entreprise de transport ou de commission de transport vers un poste de responsable des ventes ou de responsable commercial (catégorie cadre) après plusieurs années d'expérience.

2.2 FICHE DESCRIPTIVE DE L'ACTIVITE TYPE 1 :

ORGANISATION DE L'ACTION COMMERCIALE TRANSPORT - LOGISTIQUE

DEFINITION DE L'ACTIVITE TYPE

En tenant compte de la stratégie/politique commerciale de l'entreprise, des objectifs commerciaux clairement identifiés le Responsable Commercial Transport Logistique exerce une veille concurrentielle sur son marché, il construit son plan d'actions commerciales, il assure la segmentation de sa clientèle, il met en œuvre ses actions commerciales de prospection, il pilote son activité (prise de rendez-vous téléphonique, hiérarchisation des priorités, gestion de son portefeuille prospect...) afin de garantir l'adéquation entre les clients potentiels et l'offre commerciale de l'entreprise, d'assurer une prospection efficace et d'optimiser la productivité de son activité/action commerciale.

POSITION OU PART DE L'ACTIVITE DANS LE PROCESSUS EMPLOI

L'activité qui s'exerce en amont du processus de production, est déterminante pour optimiser la productivité et atteindre les objectifs commerciaux.

CONDUITES DE L'ACTIVITE

Le Responsable Commercial Transport Logistique exerce son activité seul(e) en étroite collaboration avec le responsable régionale des ventes.

DEGRE D'AUTONOMIE – NIVEAU DE RESPONSABILITE

Le Responsable Commercial Transport Logistique exerce cette activité de façon autonome. Il est responsable du pilotage de son action commerciale et de son portefeuille clients.

Suivant la taille de l'entreprise, il peut encadrer des assistants(es) commerciaux (es).

DESCRIPTION DE L'ACTIVITE TYPE

Le Responsable Commercial Transport Logistique met en œuvre un plan d'actions commerciales sur le territoire qui lui est attribué. Il exerce une veille concurrentielle. Il analyse l'évolution de la concurrence. Il identifie les forces et les faiblesses de son entreprise. Il définit les secteurs d'activité et/ou types d'entreprises à cibler commercialement. Il assure la segmentation de sa clientèle.

Il identifie, cible (zonage territorial) et sélectionne les clients potentiels. Il affine le potentiel transport et l'accessibilité de ses prospects. Il enregistre les informations dans un fichier client informatisé ou un CRM. Il sélectionne le vecteur de prospection efficace (téléphone, manifestation à caractère événementiel, mailing, envoi de documentation, internet...). Il planifie les visites et les actions commerciales telles que salons, expositions, journées portes ouvertes ou autres... Il organise son activité de prospection. Il planifie ses prises de rendez-vous par téléphone. Il renseigne et met à jour le fichier client. Il réalise la présentation de son entreprise et de son activité sur un support informatisé.

CONTEXTE DE REALISATION

Il organise son travail de façon autonome.

Il utilise les outils informatiques en particulier les logiciels de CRM (Customer Relationship Management) pour piloter son activité.

L'emploi comporte des déplacements fréquents sur un secteur géographique précis (ville, département) ou parfois plus important (plusieurs départements), région, voire la France entière.

Outils utilisés : téléphone, intranet, internet, logiciel Customer Reporting Management (CRM).

INTERLOCUTEURS ET NATURE DES RELATIONS

Il implique :

- une collaboration étroite avec les différents services de l'entreprises : administratif, financier et plus particulièrement avec les services marketing s'il existe et d'exploitation ou de production dans le cadre de la mise en œuvre des opérations de transport.
- un contact permanent avec les clients.

LISTE DES COMPETENCES DE L'ACTIVITE TYPE

CT1 – CONCEVOIR SON PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

CT2 – ASSURER LA PROSPECTION COMMERCIALE

FICHE (S) ROME MISE (S) EN CORRESPONDANCE

D1401 ASSISTANAT COMMERCIAL

D1402 RELATION COMMERCIALES GRANDS COMPTES ET ENTRERPRISES

D 1407 RELATION TECHNICO-COMMERCIALE

2.3 FICHE DESCRIPTIVE DE L'ACTIVITE TYPE 2:

LE DEVELOPPEMENT ET LA GESTION D'UN PORTEFEUILLE CLIENTS EN TRANSPORT ET LOGISTIQUE

DEFINITION DE L'ACTIVITE TYPE

En tenant compte de la stratégie commerciale de l'entreprise et des objectifs commerciaux à atteindre, le Responsable Commercial Transport Logistique réalise la vente de prestations transport en présentant et en adaptant l'offre commerciale aux besoins exprimés par le client afin de développer son chiffre d'affaires et atteindre ses objectifs de vente.

En tenant compte des indicateurs de résultats et d'activités, il évalue ses actions commerciales et ses résultats, il met en place des actions correctives afin de garantir la réalisation des objectifs commerciaux et de s'assurer de la rentabilité de son portefeuille client.

POSITION OU PART DE L'ACTIVITE DANS LE PROCESSUS EMPLOI

L'activité s'exerce au cœur du processus de production.

CONDUITES DE L'ACTIVITE

Le Responsable Commercial Transport Logistique exerce son activité seul(e) en étroite collaboration avec le responsable régionale des ventes.

DEGRE D'AUTONOMIE – NIVEAU DE RESPONSABILITE

Le Responsable Commercial Transport Logistique exerce cette activité de façon autonome. Il est responsable du pilotage de son action commerciale et du développement de son portefeuille client.

DESCRIPTION DE L'ACTIVITE TYPE

Le Responsable Commercial Transport Logistique mène des entretiens d'exploration de la demande en face à face avec le client/prospect. Il évalue le potentiel transport du client. Il identifie et estime les besoins du client. Il s'assure de la solvabilité de celui-ci. Il formalise l'offre sous la forme d'une proposition commerciale. Il argumente et négocie la proposition commerciale. Il conclut la vente. Il contractualise et sécurise celle-ci.

Il veille à mettre à œuvre des actions de suivi pour fidéliser le client et répondre aux réclamations éventuelles de celui-ci. Il veille au respect des clauses du contrat.

Il analyse son action commerciale et ses ventes. Il utilise des indicateurs de résultats et d'activités. Il définit des objectifs commerciaux à atteindre. Il renseigne son tableau de bord d'activité dans un logiciel de CRM. Il apporte des correctifs. Il entretient son portefeuille client.

CONTEXTE DE REALISATION

Il organise son travail de façon autonome.

Il utilise les outils informatiques en particulier les logiciels de CRM (Customer Relationship Management) pour piloter son activité.

L'emploi comporte des déplacements fréquents sur un secteur géographique précis (ville, département) ou parfois plus important (plusieurs départements), région, voire la France entière.

Outils utilisés : téléphone, intranet, internet, logiciel Customer Reporting Management (CRM).

CONDITIONS SPECIFIQUES DE MISE EN ŒUVRE

INTERLOCUTEURS ET NATURE DES RELATIONS

Il implique :

- une collaboration étroite avec les différents services de l'entreprises : administratif, financier et plus particulièrement avec les services marketing s'il existe et d'exploitation ou de production dans le cadre de la mise en œuvre des opérations de transport.

- un contact permanent avec les clients.

LISTE DES COMPETENCES DE L'ACTIVITE TYPE**CT3 – VENDRE LES PRESTATIONS TRANSPORT LOGISTIQUE****CT4 – GERER UN PORTEFEUILLE CLIENTS TRANSPORT ET LOGISTIQUE****FICHE (S) ROME MISE (S) EN CORRESPONDANCE**

D1401 ASSISTANAT COMMERCIAL

D1402 RELATION COMMERCIALES GRANDS COMPTES ET ENTREPRISES

D 1407 RELATION TECHNICO-COMMERCIALE

2. 4 FICHES DESCRIPTIVES DES COMPETENCES**Liste des compétences****CT1 – CONCEVOIR SON PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES****CT2 – ASSURER LA PROSPECTION COMMERCIALE****CT3 – VENDRE LES PRESTATIONS TRANSPORT LOGISTIQUE****CT4 – GERER UN PORTEFEUILLE CLIENTS TRANSPORT ET LOGISTIQUE**

2.4.1 FICHES DESCRIPTIVES DE LA COMPÉTENCE 1 : CONCEVOIR SON PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

DESCRIPTION DE LA COMPÉTENCE (Processus de mise en œuvre)

En tenant compte des objectifs stratégiques et marketing de l'entreprise, le Responsable Commercial Transport Logistique collecte et analyse les informations commerciales concernant le marché, la concurrence, le secteur de vente ou la région, les prestations, les clients ou prospects, il segmente et cible le portefeuille client, il établit un diagnostic de la situation de l'entreprise en fonction de ses analyses, il définit les objectifs commerciaux, il identifie les indicateurs à prendre en compte pour suivre son activité il priorise les actions à mener et les structure par cibles clients, il formalise ses actions sous la forme d'un plan d'actions commerciales afin de piloter efficacement son activité commerciale et afin d'aligner celui-ci à la stratégie commerciale de l'entreprise

CONTEXTE(S) PROFESSIONNEL(S) DE MISE EN OEUVRE

Exercice de la compétence sous l'autorité d'un responsable d'agence, d'entreprise ou d'un directeur commercial en fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise. Il conçoit son plan d'actions commerciales au sein d'une agence au moyen de fichiers clients (CRM), de données relatives à ses marchés, des informations résultant de sa veille professionnelle et des données issues de l'exploitation. Il effectue ce travail au moyen de l'outil informatique (bureautique et CRM).

INDICATEURS DE PERFORMANCE (Seuils pour l'Activité Type)

Les informations collectées sur le marché permettent de déterminer les opportunités de développement de l'entreprise et d'évaluer la concurrence en place.

Le diagnostic des forces et faiblesses de son entreprise est réalisé en fonction des marchés visés.

Le portefeuille clients est qualifié (rentabilité, potentialités de développement, solvabilité...).

La segmentation du portefeuille est pertinente au regard de la stratégie de l'entreprise.

Les objectifs commerciaux sont déterminés de façon claire et sont en adéquation avec le potentiel de l'entreprise.

Le plan d'actions commerciales est exhaustif et détermine clairement les priorités d'action.

SAVOIR FAIRE GENERAUX ET TECHNIQUES MOBILISES

Il assure une veille concurrentielle.

Il analyse son marché.

Il analyse l'évolution de la concurrence.

Il collecte et analyse les informations.

Il utilise les outils de segmentation.

Identifier les forces et les faiblesses de l'entreprise (matrice EMOFF ou SWOT en anglais).

Il calcule la rentabilité commerciale d'un client.

Il détermine des objectifs de vente.

Il élabore et propose en interne son plan d'actions commerciales.

Il identifie des indicateurs de suivi de son plan d'actions commerciales.

CONNAISSANCES ASSOCIEES

Les bases du marketing opérationnel.

Les outils d'analyse marketing (matrice EMOF, BCG...).

Les 4P du mix marketing.

Rôle et mission de la direction commerciale.

Les grands types de segmentation client (matrice ABC, matrice RFM...).

La technique de fixation d'objectifs commerciaux.

Gestion d'un tableau de bord d'activité (Customer Reporting Manager).

Méthode d'élaboration d'un plan d'actions commerciales.

2.4.2 FICHES DESCRIPTIVES DE LA COMPETENCE 2 : ASSURER LA PROSPECTION COMMERCIALE

DESCRIPTION DE LA COMPETENCE (Processus de mise en œuvre)

En tenant compte des informations économiques et financières collectées (plan d'actions commerciales, veille, étude de marché, CRM) à propos d'un prospect, le Responsable Commercial Transport Logistique explore l'intérêt du prospect lors d'un contact téléphonique, suscite l'envie, vérifie le potentiel d'affaire du contact, et le cas échéant, obtient un premier rendez-vous afin de garantir une prospection efficace.

CONTEXTE(S) PROFESSIONNEL(S) DE MISE EN OEUVRE

Exercice de la compétence sous l'autorité d'un responsable d'agence, d'entreprise ou d'un directeur commercial en fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise. Il assure la prospection commerciale au sein d'une agence en utilisant le téléphone et la messagerie électronique de façon régulière.

INDICATEURS DE PERFORMANCE (Seuils pour l'Activité Type)

L'objectif et l'argumentaire type sont formulés en cohérence avec le plan d'actions commerciales. La présentation téléphonique de son entreprise est succincte et permet d'identifier l'entreprise et son secteur d'activité. L'interlocuteur est identifié et son intérêt pour le transport et la logistique est effectué. Le potentiel d'affaire du prospect est apprécié. L'expression orale est compréhensible, avenante et favorise la communication. L'intention de la prise de rendez-vous est affirmée.

SAVOIR FAIRE GENERAUX ET TECHNIQUES MOBILISES

Planifier les contacts téléphoniques/ mailing de clientèle.
Utiliser un logiciel de CRM.
Prendre un rendez-vous téléphonique.
Présenter son entreprise.
Présenter l'offre commerciale.
Connaître son entreprise, l'offre commerciale.
Connaître le marché et la concurrence.
Identifier et clarifier les besoins du client.
Qualifier les prospects.
Utiliser la matrice APB (avantage-preuve-bénéfice) pour convaincre le client.
Collecter les informations auprès des entreprises prospects/clients.
Identifier les critères d'achat du client (motivation d'achats).
Rédiger la fiche client.
Mettre à jour un fichier client.

CAPACITES RELATIONNELLES ET ORGANISATIONNELLES

Hiérarchiser les priorités.
Gérer son temps.
Faire preuve d'autonomie.
Gérer le stress et la frustration.
Savoir se présenter au téléphone.
Savoir synthétiser reformuler.
Savoir créer le rapport.
Utiliser les techniques de reformulation.
Pratiquer un questionnement interactif.
Convaincre le client par une argumentation pertinente.

2.4.3 FICHES DESCRIPTIVES DE LA COMPETENCE 3 : VENDRE LES PRESTATIONS TRANSPORT LOGISTIQUE

DESCRIPTION DE LA COMPETENCE (Processus de mise en œuvre)

En tenant compte des attentes du client/prospect et du potentiel de son entreprise, le Responsable Commercial Transport Logistique mène des entretiens d'exploration de la demande en face à face avec le client, il évalue son potentiel transport, il estime les besoins du client (volume de marchandises à transporter – de la régularité des prestations – des modes de transport choisis etc.), il formalise l'offre sous forme d'une proposition commerciale écrite (devis - cotation voire d'un cahier des charges précisant les caractéristiques du produit à transporter, sa quantité, les conditions financières et les délais de livraison, l'incoterm, les conditions de règlement), il construit son argumentaire de vente et négocie la proposition commerciale ; afin d'atteindre les objectifs commerciaux de son entreprise (marge, CA, fidélisation de sa clientèle...)

CONTEXTE(S) PROFESSIONNEL(S) DE MISE EN OEUVRE

Exercice de la compétence sous l'autorité d'un responsable d'agence, d'entreprise ou d'un directeur commercial en fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise. Il vend les prestations transport logistique lors de visite en clientèle en entretien de face à face.

INDICATEURS DE PERFORMANCE (Seuils pour l'Activité Type)

Le commercial assure la maîtrise de l'entretien avec efficacité.
La présentation du commercial et de l'offre de son entreprise sont claires et précises.
Le potentiel transport et les besoins du client sont précisément identifiés.
L'argumentaire de vente est explicité avec clarté et pertinente.
Les techniques de négociation sont mises en œuvre efficacement.
L'offre est formalisée sous une forme commerciale et en adéquation avec les besoins du client.

SAVOIR FAIRE GENERAUX ET TECHNIQUES MOBILISES

Identifier les critères d'achat du client (motivation d'achats).
Identifier et clarifier les besoins du client.
Présenter son entreprise.
Rédiger argumentaire de vente.
Etablir des cotations.
Rédiger un devis.
Construire un prix.
Lire un tarif de vente.
Formaliser la réponse à un appel d'offres, une consultation ou une étude spécifique.
Vendre une prestation complexe/dédiée.
Contractualiser et sécuriser une vente.
Conclure une vente.

CONNAISSANCES ASSOCIEES

Connaître son entreprise, l'offre commerciale.
Connaître le marché et la concurrence.
Techniques de vente (technique d'entretien de vente, méthode de l'entonnoir, SONCAS, DAPA, TOQ, BAP, oui successifs).
Connaissance d'un CRM.
Techniques de communication PNL et analyse transactionnelle.
Notions juridiques des contrats de vente de prestations de services.
Réglementation commerciale.
Commerce international.

Réglementation transport.
Transit aérien maritime.
Connaissance des incoterms.
Le matériel de transport.
Douane (documents, calcul des droits et taxes).
Documentation transit.
Excel, Word, Power point.

CAPACITES RELATIONNELLES ET ORGANISATIONNELLES

Savoir se présenter ;
Etablir une relation de confiance avec l'acheteur et faciliter la relation à autrui.
Présenter l'offre commerciale.
Pratiquer un questionnement interactif.
Utiliser la matrice SONCAS.
Convaincre le client par une argumentation pertinente.
Utiliser la matrice APB (avantage-preuve-bénéfice) pour convaincre le client.
Utiliser les techniques de reformulation, de recadrage.
Négocier la proposition commerciale.
Répondre aux réclamations clients.
Gérer le conflit.
Gérer le stress et la frustration.
Faire preuve de congruence.
Traiter les objections.
Savoir synthétiser reformuler.
Savoir consolider et entretenir la relation client.
Hiérarchiser les priorités.
Gérer son temps.
Faire preuve d'autonomie.
Faire preuve d'estime de soi.

2.4.4 FICHES DESCRIPTIVES DE LA COMPETENCE 4 : GERER UN PORTEFEUILLE CLIENTS TRANSPORT ET LOGISTIQUE

DESCRIPTION DE LA COMPETENCE (Processus de mise en œuvre)

En tenant compte de la stratégie commerciale et des indicateurs de résultats et d'activités sélectionnés, le Responsable Commercial Transport Logistique renseigne son tableau de bord d'activité dans un logiciel de CRM, il évalue ses actions commerciales et ses résultats, il analyse ses ventes, il engage de nouvelles actions commerciales afin de garantir la réalisation des objectifs commerciaux et des budgets et, de s'assurer de la rentabilité de son portefeuille client.

CONTEXTE(S) PROFESSIONNEL(S) DE MISE EN OEUVRE

Exercice de la compétence sous l'autorité d'un responsable d'agence, d'entreprise ou d'un directeur commercial en fonction de l'organisation et de la taille de l'entreprise. Il gère son portefeuille clients au sein d'une agence au moyen de fichiers clients (CRM), des informations résultant de ses visites commerciales et des données issues de l'exploitation. Il effectue ce travail au moyen de l'outil informatique (bureautique et CRM).

INDICATEURS DE PERFORMANCE (Seuils pour l'Activité Type)

Les indicateurs de suivi de l'activité commerciale sont cohérents avec les objectifs commerciaux de l'entreprise.

Le tableau de bord affiche les données en termes de CA (mensuel, cumulé, progression, par client, segment ou service) et d'activité (répartition clients/prospects, nombre de visites, affaires réalisées, taux de transformation, suivi de litiges).

L'analyse du portefeuille tient compte de la rentabilité par client et permet d'évaluer l'investissement commercial par client.

L'analyse du portefeuille clients met en évidence les actions commerciales effectuées pour chaque client et permet d'identifier les efforts commerciaux à effectuer.

Les nouvelles actions commerciales sont déterminées en cohérence avec l'analyse effectuée et la politique commerciale de l'entreprise.

SAVOIR FAIRE GENERAUX ET TECHNIQUES MOBILISES

Identifier des indicateurs de résultats :

- CA du mois en cours.
- CA réalisé en cumul.
- La progression du CA en % par rapport à n-1.
- CA réalisé par rapport à l'objectif.
- CA réalisé, par segment, par client, par produit...

Identifier des indicateurs d'activités (ou leviers sur lesquels on agit pour produire des résultats) concernant

- le portefeuille : nombre de clients actifs, de nouveaux clients, de prospects, de clients par segment...
- l'activité : nombre de visite globales, nombre de visites par segmentation clientèle, nombre de visites prospection...
- les clients : répartition du CA...
- les affaires : nombre d'affaires, montant moyen des affaires, taux de transformation d'un projet en affaire...

Qualifier des réclamations : nombre de litiges résolus, montant engagé...

Calculer la rentabilité par client et mesurer l'investissement commercial.

Renseigner son tableau de bord d'activité dans un logiciel de CRM.

Renseigner et mettre à jour le fichier clients.

CONNAISSANCES ASSOCIEES

Tableaux de bord commerciaux.

Logiciel CRM et bureautique.

Calcul de rentabilité, notions de charges et de profit, CA, marge.

Litiges transport et logistique (procédure de traitement, cadre réglementaire)