

BLOCS DE COMPETENCES

BC-1 : MANAGEMENT D'EQUIPE

C-1-1 Animer une équipe

C-1-2 Développer les compétences individuelles et collectives

C-1-3 Gérer les conflits

C-1-4 Intégrer les éléments juridiques liés au management

C-1-5 Réaliser les entretiens individuels annuels et professionnels

C-1-6 Recruter et intégrer un collaborateur

BLOCS DE COMPETENCES

**BC-2 : PILOTAGE DE L'ACTIVITE DE COMMERCIALISATION DE VEHICULES
D'OCCASION (VP, VU, VI)**

C-2-1 Analyser et suivre l'activité des vendeurs de véhicules d'occasion

C-2-2 Définir et proposer les systèmes de rémunération

C-2-3 Elaborer et négocier les contrats avec les fournisseurs et les constructeurs ou importateurs pour la vente de véhicules

C-2-4 Elaborer et suivre le budget de l'activité de vente de véhicules d'occasion

C-2-5 Gérer les litiges et réclamations clients liés à la vente de véhicules

C-2-6 Gérer les stocks de véhicules d'occasion et le réapprovisionnement

C-2-7 Intégrer les éléments juridiques et administratifs liés à la commercialisation de véhicules automobiles

C-2-8 Manager une démarche qualité de l'activité

C-2-9 Organiser l'activité des vendeurs de véhicules d'occasion

BLOCS DE COMPETENCES

**BC-3 : PILOTAGE DE L'ACTIVITE DE COMMERCIALISATION DE VEHICULES NEUFS
(VP,VU,VI)**

C-3-1 Analyser et suivre l'activité des vendeurs de véhicules neufs

C-3-2 Définir et proposer les systèmes de rémunération

C-3-3 Elaborer et suivre le budget de l'activité de vente de véhicules neufs

C-3-4 Gérer les litiges et réclamations clients liés à la vente de véhicules

C-3-5 Gérer les stocks de véhicules neufs et le réapprovisionnement

C-3-6 Intégrer les éléments juridiques et administratifs liés à la commercialisation de véhicules automobiles

C-3-7 Manager une démarche qualité de l'activité

C-3-8 Organiser l'activité des vendeurs de véhicules neufs

BLOCS DE COMPETENCES

BC-4 : DEVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

C-4-1 Définir et mettre en oeuvre un plan d'actions commerciales

C-4-2 Elaborer une stratégie marketing de l'activité commerciale

C-4-3 Utiliser les outils d'analyse marketing