BLOCS DE COMPETENCES

BC-1 : MANAGEMENT D'EQUIPE

C-1-1 Animer une équipe en vue d'entretenir la performance individuelle et collective, à l'aide des techniques de motivation, en appliquant la méthodologie de conduite de réunion, et en tenant compte des situations de handicap éventuelles

C-1-2 Traiter les situations conflictuelles, afin de tendre vers un climat de travail serein, en validant conjointement une solution gagnant-gagnant

C-1-3 Recruter un collaborateur pour répondre aux besoins du plan de charge, en définissant le profil attendu, en conduisant un entretien d'embauche, en respectant la réglementation en vigueur et les règles d'accessibilité

C-1-4 Accompagner un collaborateur pendant sa prise de poste pour pérenniser son embauche, en respectant les étapes du parcours d'intégration et les règles d'accessibilité

C-1-5 Conduire les entretiens individuels, annuels et professionnels dans le respect de la méthodologie définie, de la réglementation en vigueur et des règles d'accessibilité, pour contribuer au développement des compétences du collaborateur

C-1-6 Repérer les écarts entre les compétences réelles et requises pour co-construire le plan de développement des compétences des collaborateurs au service d'un projet collectif, en tenant compte des situations de handicap éventuelles

C-1-7 Appliquer les règles du droit du travail dans le cadre de sa fonction, pour informer les collaborateurs sur leurs droits et devoirs relatifs à leur activité et adapter ses actions et décisions aux risques identifiés

BLOCS DE COMPETENCES

BC-2 : PILOTAGE DE L'ACTIVITE VENTE PRA

C-2-1 Elaborer le budget prévisionnel P.R.A. de l'entreprise en adéquation avec la stratégie commerciale pour optimiser la gestion de l'activité de vente P.R.A., en appliquant les règles de construction d'un budget

C-2-2 Suivre le budget P.R.A. de l'entreprise pour réajuster l'activité de vente P.R.A., en analysant les résultats obtenus, les différents niveaux de marge, les indicateurs et ratios de référence

C-2-3 Etablir des tableaux de bord pour suivre l'activité de vente P.R.A., en exploitant les données d'un Dealer Management System (DMS) et en choisissant des indicateurs de performance

C-2-4 Construire un plan d'actions correctives pour piloter l'activité de vente P.R.A., à partir de l'analyse des tableaux de bord

C-2-5 Organiser le travail au sein des équipes de gestion ou de commercialisation P.R.A. pour répertorier les missions et les tâches, en établissant des fiches de poste, en fixant des objectifs, et en tenant compte des situations de handicap éventuelles

C-2-6 Suivre l'activité P.R.A. des collaborateurs pour contrôler les écarts entre objectifs réels/fixés, en les accompagnant dans l'atteinte des objectifs, en bâtissant un plan d'action et en suivant ses avancées

C-2-7 Appliquer et faire appliquer la législation dans les opérations de vente P.R.A. pour sécuriser la relation commerciale

C-2-8 Faire appliquer les règles d'hygiène, de sécurité, d'accessibilité et de protection de l'environnement afin de limiter les risques professionnels liés à l'activité P.R.A. et de préserver l'environnement, en établissant et tenant à jour le document unique

C-2-9 Traiter les réclamations clients/fournisseurs liées à la vente P.R.A. pour résoudre les litiges et viser la satisfaction et la fidélisation du client/fournisseur, en analysant la nature de la réclamation, en respectant les principales étapes de traitement, en appliquant les méthodes de gestion de conflits, et conformément à la législation

C-2-10 Traiter les garanties pour rembourser, remplacer ou réparer un produit P.R.A., en recueillant auprès des clients/fournisseurs les éléments permettant le traitement de la garantie et en respectant les Conditions Générales de Vente

C-2-11 Organiser les inventaires pour optimiser la gestion des stocks, en prenant en compte les contraintes logistiques, les situations de handicap éventuelles, les règles fiscales et comptables, et en appliquant les procédures d'inventaire

C-2-12 Organiser et aménager l'espace de vente afin de mettre en valeur les produits et créer une ambiance accueillante en vue de favoriser l'achat, dans le respect des règles de merchandising

C-2-13 Manager une démarche qualité de l'activité pour accroître la satisfaction clients/fournisseurs, en analysant les tableaux de bord, en établissant des plans d'action qualité, et en contrôlant les procédures qualité