

BLOCS DE COMPETENCES

BC-1 : CONSEIL, VENTE ET SUIVI A DISTANCE DE LA RELATION CLIENTS PRA

C-1-1 Accueillir le client à distance de façon positive pour créer une ambiance favorable à l'entretien de vente

C-1-2 Écouter activement les informations communiquées par le client pour identifier son besoin, en appliquant les techniques de questionnement et de reformulation

C-1-3 Traiter une demande de renseignements dématérialisée pour répondre aux attentes du client, en prenant contact par mail

C-1-4 Argumenter sur les produits PRA d'un véhicule motorisé (VL, VI, motos) afin d'apporter un conseil adapté au besoin du client, en s'appuyant sur les caractéristiques des PRA et en les transformant en avantages et bénéfices clients

C-1-5 Identifier la référence d'une pièce, à l'aide d'un logiciel, en repérant sa position sur la vue éclatée d'un système automobile, afin de renseigner le client avec un langage adapté et d'établir une proposition commerciale (vente adaptative)

C-1-6 Faire émerger ou utiliser les besoins recensés précédemment pour compléter la vente principale, en s'appuyant sur la complémentarité des produits et services et en sensibilisant le client sur les opérations commerciales en cours (vente persuasive)

C-1-7 Argumenter la proposition commerciale PRA afin de valoriser l'offre, en transformant les conditions de l'offre en avantages et bénéfices clients ou en proposant une solution alternative si nécessaire

C-1-8 Saisir la commande dans le DMS, en la reformulant à des fins de validation par le client, en vue d'éditer un devis ou une facture et de déclencher éventuellement la préparation des expéditions

C-1-9 Répondre aux réclamations des clients à des fins d'amélioration de la relation commerciale, en analysant la situation (anomalie de préparation, colis abîmé lors du transport, non-conformité de la livraison, ...) tout en respectant les principales étapes de traitement définies par la procédure interne ainsi que la législation

C-1-10 Evaluer la satisfaction du client à des fins d'amélioration et de fidélisation, en le questionnant sur la qualité du service apporté

BLOCS DE COMPETENCES

BC-2 : PROSPECTION TELEPHONIQUE ET FIDELISATION DE LA CLIENTELE

C-2-1 Mettre à jour la base de données clients / prospects pour disposer d'informations fiables utiles à la relation commerciale, au développement et à la fidélisation de la clientèle, en utilisant les fonctionnalités d'un CRM ou d'un DMS

C-2-2 Prospecter un client par téléphone pour développer les ventes de pièces de rechange, accessoires, produits, et services en s'appuyant sur un scénario d'appel téléphonique et en appliquant les techniques de questionnement, de reformulation, d'argumentation et de traitement des objections