

## REFERENTIEL DE CERTIFICATION

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>Bloc de compétences 1 : Organisation et suivi de l'activité commerciale en négoce des matériaux de construction</b>			
<b>Organisation de l'activité commerciale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifier les informations clés sur son activité commerciale, l'évolution du marché des matériaux de construction, la concurrence et le potentiel commercial et financier de ses clients et de son marché en mobilisant différentes sources d'information</li> <li>▪ Identifier les ressources disponibles au sein de l'agence en vue de mettre en place un plan d'actions adapté</li> <li>▪ Évaluer la part de marché potentielle que l'agence et l'enseigne pourraient occuper sur son secteur en vue de déterminer des objectifs de développement commercial en lien avec le chef d'agence ou le responsable commercial</li> </ul>	<p>Entretien individuel d'évaluation en organisme habilité à partir de la préparation à l'écrit (en amont de l'évaluation) d'une analyse de secteur (portefeuille clients, environnement commercial, clientèle, plan de développement commercial, résultats commerciaux) et d'une proposition de plan d'actions comprenant la préparation d'une opération commerciale</p> <p><i>Durée de l'entretien d'évaluation : 30 minutes</i></p>	<p><i>L'ATC présente et analyse les caractéristiques de son secteur en termes économiques, de potentiel commercial, de concurrence et de présence des fournisseurs</i>  <i>L'ATC analyse la structure du portefeuille clients et anticipe son évolution</i>  <i>L'ATC identifie les principaux facteurs de risque liés à son portefeuille</i>  <i>Il identifie les principales caractéristiques des ressources de son ou ses agence(s) (plan de vente, services, plan de stock, compétences internes, ...), ses/leurs avantages concurrentiels et ses/leurs contraintes</i>  <i>Il argumente les choix qu'il a effectués en matière d'opportunités à travailler sur son secteur en termes de prospects et de chantiers et propose, le cas échéant, des évolutions à apporter au sein de l'agence</i>  <i>Il explique en quoi son activité contribue aux objectifs et aux performances commerciales de l'agence</i>  <i>L'ATC actualise les informations sur son secteur commercial de manière régulière</i>  <i>L'ATC échange avec les différents membres de l'équipe commerciale les informations recueillies sur le secteur</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Établir et argumenter un plan de prospection et de visites en fonction de son secteur commercial et de la structure de son portefeuille clients / prospects</li> <li>▪ Planifier son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis</li> <li>▪ Organiser son activité commerciale en tenant compte des ressources disponibles au sein de l'agence</li> </ul>	<p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p><i>L'ATC prend en compte la politique commerciale de l'agence et de l'enseigne dans la détermination de ses actions et opérations commerciales</i>  <i>L'ATC prend en compte l'évaluation du potentiel de ses clients et de ses prospects dans la détermination de ses objectifs et de son plan de visites</i>  <i>L'ATC définit une fréquence de visites ou de contacts en tenant compte des pratiques et du potentiel du client ou du prospect</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifier les ressources à développer en agence en vue de répondre aux besoins des clients et prospects et de proposer des solutions adaptées</li> </ul>		<p><i>Dans le cadre d'une opération commerciale ponctuelle, l'ATC cible ses clients, planifie la préparation (échantillons, argumentaires, délais de livraison, stock, ...), l'exécution et le suivi des résultats de l'opération (analyse critique) et mobilise les membres de l'équipe autour de son opération</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser les résultats de son activité en vue de proposer des actions de réajustement</li> </ul>		<p><i>L'ATC assure un suivi régulier de ses résultats L'ATC utilise de manière adaptée les tableaux de bord mis à sa disposition L'ATC analyse les résultats de son activité en utilisant les différents indicateurs à sa disposition Les écarts avec les objectifs commerciaux sont mesurés, analysés et expliqués L'ATC propose et met en place des mesures correctives en cas d'écart avec ses objectifs</i></p>
<b>Réalisation d'actions commerciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utiliser le téléphone et les différents moyens de communication à sa disposition en vue de réaliser des prises de rendez-vous, des démarches commerciales auprès des clients et des échanges avec les différents services de l'entreprise et avec les fournisseurs</li> <li>▪ Diriger les clients vers les bons interlocuteurs en veillant au respect des procédures en vigueur</li> </ul>	Mise en situation individuelle reconstituée en organisme habilité d'entretien téléphonique avec un client (réclamation client, incident de paiement), puis production individuelle d'un écrit à l'issue de la situation (mail ou courrier) et présentation à l'oral lors d'un entretien d'évaluation des modalités d'association des membres de l'équipe au traitement de la réclamation	<p><i>L'accueil téléphonique respecte les consignes données par l'entreprise En situation d'échange téléphonique avec un client ou un prospect, l'ATC tient compte des règles de communication téléphonique : écoute, ton de la voix, débit, articulation, phrases courtes et positives, ... Les appels sont dirigés vers les interlocuteurs adéquats ou filtrés avec efficacité</i></p>
<b>Suivi de l'activité commerciale en lien avec l'agence</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réaliser des prises de notes en situation de face à face client en vue de formaliser les informations recueillies pour une exploitation des informations par les autres membres de l'équipe</li> <li>▪ Elaborer différents types de documents écrits en vue de communiquer avec les clients (mails, devis, lettres, ...)</li> </ul>	<p><i>Durée de l'évaluation (mise en situation, production d'écrit et entretien d'évaluation qui suit) : 45 minutes</i></p>	<p><i>Les documents écrits rédigés par l'ATC (mails, devis, courriers, ...) sont clairs Les informations prises en note sont claires et exploitables Les documents types de l'entreprise sont correctement utilisés</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adapter sa communication afin de tenir compte des besoins des interlocuteurs en situation de handicap</li> </ul>		<p><i>Les besoins spécifiques des interlocuteurs en situation de handicap sont repérés lors des situations de communication Le mode de communication utilisé est adapté aux besoins des interlocuteurs en situation de handicap</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Traiter une réclamation par téléphone et en face à face en veillant à préserver la qualité de la relation commerciale avec le client et à respecter les procédures en vigueur</li> <li>▪ Qualifier une réclamation en vue d'identifier les solutions possibles pour son traitement</li> <li>▪ Proposer une solution adaptée en veillant au respect des procédures en vigueur</li> <li>▪ Alerter un client sur un risque de non-respect d'une règle de sécurité en mettant en évidence les risques encourus</li> </ul>		<p><i>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</i></p>
			<p><i>L'ATC se rend disponible pour écouter la réclamation du client et exprime sa compréhension L'ATC conserve une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients L'ATC adopte un mode de communication adapté à la situation de traitement de réclamation : il / elle s'affirme (je, utilisation du présent, voix tonique), stoppe l'agressivité de son interlocuteur, ... L'ATC explique avec clarté le fonctionnement et les règles et consignes de sécurité (chargement, déchargement, surcharge, risque d'infraction, ...) en vigueur dans l'entreprise Des recherches sont effectuées dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation ou du litige client L'ATC identifie des propositions adaptées de règlement de la réclamation Il tient compte des engagements formels pris envers le client</i></p>

			<p><i>Si la réclamation dépasse son champ de compétences, l'ATC s'adresse à l'interlocuteur adapté</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluer en continu les risques de difficulté de paiement des clients en vue d'anticiper les situations délicates avec les clients</li> </ul>		<p><i>L'ATC recueille et transmet aux services compétents des informations fiables sur la santé financière des clients</i>  <i>L'ATC respecte les procédures en vigueur pour traiter le cas d'un dépassement d'encours ou d'un incident de paiement</i>  <i>L'ATC anticipe les risques de dépassement d'encours (sollicitation d'une adaptation d'une ligne de crédit en réponse aux besoins d'un client par exemple)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coordonner ses interventions avec celles de l'équipe de l'agence en veillant à l'articulation de ses interventions avec les vendeurs conseil</li> <li>▪ Identifier et collecter les informations pertinentes en matière de relevé de prix, de remontée d'informations terrain, de veille concurrentielle et de risque client en vue de les transmettre à l'équipe</li> <li>▪ Transmettre des informations pertinentes aux différents services de l'entreprise sur les clients, leurs projets, leurs caractéristiques, leurs risques et les contraintes de la commercialisation en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise</li> </ul>		<p><i>L'ATC identifie les attributions et les modalités de fonctionnement des différents services de l'entreprise</i>  <i>L'ATC identifie les conséquences qu'ont ses actions et interventions sur les différents services de l'entreprise (service administratif, service logistique / livraison, ...)</i>  <i>Il recherche auprès de différents interlocuteurs les informations clés sur les prix pratiqués, les remontées d'informations terrain, les pratiques de la concurrence, les projets des clients, leur niveau de satisfaction, les risques client ...</i>  <i>Il transmet aux différents services de l'entreprise les informations clés leur permettant d'apporter un service de qualité aux clients</i>  <i>L'ATC connaît et respecte l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise</i>  <i>L'ATC s'informe régulièrement sur les activités réalisées par les vendeurs conseil</i>  <i>L'ATC prend l'initiative de se coordonner avec les vendeurs conseil</i></p>

## Bloc de compétences 2 : Vente en visite client en négoce des matériaux de construction

<b>Préparation des visites</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définir les objectifs commerciaux de chaque visite en tenant compte des pratiques et du potentiel du client et de l'actualité de l'agence</li> </ul>	<p>Mise en situation individuelle reconstituée en organisme habilité de préparation et de conduite d'un entretien de découverte des besoins ou de prospection en situation de visite client</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 30 mn</i></p>	<p><i>L'ATC exploite les outils numériques mis à sa disposition pour recueillir les informations clés sur ses clients</i>  <i>L'ATC effectue une veille sur les clients et les concurrents en utilisant les réseaux sociaux</i>  <i>L'ATC identifie les actualités de l'agence : promotions et actions commerciales en cours, éventuels litiges, évolution de l'offre produits/services, évolution de la réglementation, recouvrement, évolution dans la composition de l'équipe, ...</i>  <i>Des objectifs commerciaux sont définis en amont de chaque visite</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sélectionner le mode de prise de contact et d'échange le plus adapté en tenant compte des objectifs et enjeux commerciaux</li> <li>▪ Organiser les tournées auprès des clients en fonction de l'actualité de l'agence en veillant à identifier le matériel nécessaire à la vente</li> <li>▪ Optimiser le temps passé en visite client en assurant la sécurité de ses déplacements et de ses visites</li> </ul>	<p>Test écrit individuel en organisme habilité (calculs commerciaux, calculs techniques et règles de sécurité)</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 45 mn</i></p>	<p><i>L'ATC sélectionne le mode de contact et de relance pertinent en fonction des pratiques et du potentiel des clients (visite, téléphone, mail, outil de visioconférence, contact via le binôme, sollicitation du chef d'agence ou du chef des ventes, sollicitation d'un fournisseur...)</i>  <i>L'ATC dispose de l'ensemble du matériel nécessaire avant de partir en visite client (catalogues, échantillons, promotions, formulaires, devis en cours, petit outillage, outils numériques nomades, dossier client, ...)</i>  <i>L'ATC organise sa tournée en fonction des distances séparant ses clients, durée en fonction des objectifs fixés</i></p>

		Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise	<p><i>Les contacts avec les clients sont efficaces (temps passé en rapport avec l'objectif et le résultat atteint)</i>  <i>L'ATC identifie des clients à visiter ou des prospects à solliciter sur le secteur en cas d'annulation d'un RDV client</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mettre en œuvre en continu les consignes et bonnes pratiques en vigueur en vue de veiller à la sécurité de ses déplacements</li> </ul>		<p><i>L'ATC respecte la réglementation en vigueur dans ses déplacements et ses visites</i>  <i>L'ATC veille à la propreté et au bon état de fonctionnement de son véhicule et de son matériel de travail</i>  <i>L'ATC porte les équipements de protection individuelle obligatoires lors de ses visites sur chantier</i>  <i>L'ATC adopte un comportement courtois dans ses déplacements et ses visites</i>  <i>Il respecte le plan de circulation en vigueur dans l'agence et les consignes en termes de stationnement du véhicule</i>  <i>L'ATC respecte la réglementation en vigueur en matière de sécurité dans les engagements pris auprès des clients (conditions des livraisons sur chantier par exemple)</i></p>
<b>Vente en visite client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Établir un contact positif et un climat de confiance avec un client par téléphone et lors d'une visite en personnalisant la relation avec lui</li> </ul>		<p><i>L'ATC établit un contact privilégié avec le client lors des visites</i>  <i>L'ATC utilise un langage positif dans ses contacts avec les clients</i>  <i>L'ATC adopte une tenue et une présentation personnelle commerciales</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Découvrir et analyser l'activité d'un client ou d'un prospect, son organisation, son risque client, ses pratiques et comportements d'achat, ses projets en vue d'en identifier les besoins</li> <li>▪ Réaliser une découverte des besoins du client et des caractéristiques du projet de construction ou de rénovation en utilisant différentes sources (plans, métrés, entretien avec le client, ...)</li> <li>▪ Reformuler les besoins du client en vue de valider la bonne compréhension de ses besoins avant de faire une proposition</li> <li>▪ Recueillir et qualifier les données relatives au client en utilisant les outils digitaux à disposition (CRM)</li> </ul>		<p><i>L'ATC conduit une découverte des besoins, de l'environnement et de l'organisation du client</i>  <i>L'ATC laisse parler le client et le relance ou lui fait préciser ses besoins si nécessaire</i>  <i>Les informations clés permettant de repérer les besoins du client et ses attentes et d'analyser le projet de construction ou de rénovation sont identifiées : nature des travaux à réaliser, type de construction, supports (rénovation), contraintes techniques, environnementales, urbanistiques, réglementaires, délais, conformité aux DTU, positionnement dans typologie clients de l'entreprise et du secteur, parcours en ligne du client, ...</i>  <i>Les questions posées au client sont pertinentes sur le fond et sur la forme (ouvertes, fermées, neutres, prise en compte du positionnement du client dans la typologie clients, identification des ventes pouvant être générées dans l'avenir par le projet, ... ..)</i>  <i>L'ATC prend le temps de reformuler les besoins du client et de valider ses informations avant de faire une proposition au client</i>  <i>Les informations recueillies auprès du client donnent lieu à une qualification et, le cas échéant, à une mise à jour de l'outil numérique de gestion de la relation client (CRM)</i>  <i>Les contacts clients sont systématiquement enregistrés dans l'outil de gestion de la relation client</i>  <i>L'importance d'un renseignement régulier de l'outil de gestion de la relation client est explicitée</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Repérer les besoins en matériaux de construction aux différentes étapes d'un projet de construction ou de rénovation en tenant compte du type d'intervention à réaliser (gros œuvre, charpente, couverture,</li> </ul>		<p><i>Les ressources documentaires permettant de compléter l'analyse du projet de construction ou de rénovation sont identifiées (DTU, ...)</i>  <i>Les principales caractéristiques techniques du projet de construction ou de rénovation, ses points sensibles, sont analysés</i></p>

	<p>aménagement, isolation, second œuvre, ...) et en exploitant les informations à disposition</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifier dans l'offre de l'entreprise les matériaux, produits et services correspondant aux besoins du projet en prenant en compte les normes et la réglementation en matière de construction</li> <li>▪ Repérer les produits, matériaux et la réglementation visant à faciliter l'accessibilité des publics en situation de handicap aux bâtiments en vue de conseiller le client</li> <li>▪ Composer chaque fois que possible une offre globale de produits et de services et une offre de produits complémentaires, additionnels à l'attention du client en vue de répondre à l'ensemble de ses besoins</li> <li>▪ Calculer les quantités de matériaux nécessaires en tenant compte du projet du client</li> </ul>		<p><i>Les différentes réponses possibles sont identifiées</i>  <i>Les différentes étapes du projet / les différents lots sont identifiés</i>  <i>Les besoins en matériaux de construction dans les différentes gammes de produits sont repérés</i>  <i>L'offre de produits, de matériaux et de services proposés correspond aux besoins générés par le projet de construction ou de rénovation et à ses spécificités, identifiés lors de l'échange avec le client</i>  <i>L'offre de produits et de matériaux proposée tient compte des normes et de la réglementation en matière de construction, notamment des DTU et des objectifs d'accessibilité des bâtiments aux publics en situation de handicap</i>  <i>L'offre de produits cherche à répondre à l'ensemble des besoins du client et intègre une offre de services chaque fois que possible</i>  <i>Des produits et services complémentaires et additionnels adaptés sont proposés au client</i>  <i>Les calculs des surfaces, des volumes, des poids sont réalisés sans erreur</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Présenter l'offre de produits et de services de l'enseigne en tenant compte du profil de son interlocuteur</li> <li>▪ Présenter une offre commerciale en mettant en valeur ses avantages concurrentiels</li> <li>▪ Sélectionner les outils d'aide à la vente à exploiter en face à face client en fonction des besoins liés à l'argumentaire de vente</li> <li>▪ Présenter en face à face ou à distance une offre commerciale combinant des produits et des services en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise et des différentes options proposées</li> <li>▪ Valoriser les performances environnementales des produits et solutions proposés en s'appuyant sur des arguments techniques</li> </ul>	<p>Mise en situation individuelle reconstituée en organisme habilité d'élaboration et de négociation d'une offre commerciale organisée en deux temps :</p> <p>Analyse technique écrite individuelle du projet d'un client et élaboration d'un argumentaire à l'écrit en vue d'apporter un conseil technique</p> <p>Mise en situation de présentation et de négociation de l'offre en situation de visite client</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 45 minutes</i></p>	<p><i>La présentation des produits, matériaux, systèmes constructifs et services associés est claire et adaptée au niveau de connaissances du client et à son profil</i>  <i>L'offre de produits et de services proposée par l'entreprise, ses avantages concurrentiels sont mis en valeur</i>  <i>L'ATC met en valeur les avantages des produits et services proposés, les nouveaux produits, les promotions en cours</i>  <i>Les outils d'aide à la vente (catalogues, outils numériques nomades, ressources en ligne à destination des clients, ...) sont exploités de manière efficace en face à face et lors des entretiens à distance avec les clients</i>  <i>L'ATC adapte sa présentation aux situations de communication à distance avec le client (phrases courtes, simples, attention renforcée aux supports de présentation, ...)</i>  <i>Les différentes options en matière de choix de produits ou de matériaux sont présentées</i>  <i>Leurs avantages et inconvénients respectifs (en matière de performance, de durabilité, de prix, de facilité de pose ou de mise en œuvre, ...) sont expliqués de manière claire au client</i>  <i>Les arguments utilisés permettent de valoriser les performances environnementales des produits proposés, la démarche RSE de l'entreprise</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseiller un client sur les matériaux, leurs modalités de mise en œuvre, les systèmes constructifs en s'adaptant à son niveau de connaissance et à son profil et en respectant les normes et règles en matière de sécurité</li> </ul>	<p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p><i>Les conditions de pose et de mise en œuvre des produits et matériaux présentés sont expliquées avec clarté au client</i>  <i>La documentation technique, les échantillons disponibles dans l'agence pour présenter les produits sont repérés et correctement utilisés devant le client</i>  <i>L'attention du client est alertée sur les précautions d'emploi des produits et en particulier sur leur éco toxicité</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Présenter et expliquer les fonctionnalités des différents produits en s'appuyant sur la documentation technique et les échantillons mis à la disposition de la clientèle</li> <li>▪ Expliquer au client les spécificités techniques de mise en œuvre des produits et matériaux en vue de l'alerter sur les risques d'un non-respect des règles de mise en œuvre</li> <li>▪ Présenter aux clients les solutions digitales mises à leur disposition en veillant à repérer ceux ayant besoin d'un soutien renforcé</li> <li>▪ Accompagner le client en cas de besoin vers une personne ressource afin de répondre aux demandes du client nécessitant une expertise particulière</li> </ul>		<p><i>Les modalités d'utilisation des solutions digitales à disposition des clients sont présentées</i></p> <p><i>Les clients peu sensibilisés aux outils digitaux bénéficient d'un accompagnement renforcé</i></p> <p><i>Les clients sont accompagnés dans l'évolution de leurs pratiques (anticipation des commandes, utilisation des services « drive », ...)</i></p> <p><i>L'ATC identifie les limites de son champ de responsabilité et de compétences en matière de conseil et les explique de manière claire au client</i></p> <p><i>L'ATC identifie le ou les personnes ressources dont il a besoin pour le projet analysé</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Argumenter l'ensemble des composantes de l'offre commerciale en vue de répondre avec efficacité aux objections</li> <li>▪ Négocier les conditions de vente (produits, services, prix, mode et délai de règlement, respect des quantités en fonction du conditionnement, remises, livraison, mise en attente, ...) en veillant au respect de la politique commerciale de l'entreprise</li> <li>▪ Conclure l'entretien de vente en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client</li> <li>▪ Établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client en veillant aux actions à conduire après l'entretien de vente</li> </ul>		<p><i>Les arguments présentés sont pertinents, cohérents, ils suscitent l'intérêt du client</i></p> <p><i>Les observations et remarques du client sont prises en compte et utilisées dans l'argumentaire de vente</i></p> <p><i>Les objections du client sont prises en compte et des propositions pertinentes sont reformulées</i></p> <p><i>Le devis est commenté et expliqué au client</i></p> <p><i>L'ATC vérifie la bonne compréhension du client et son adhésion aux propositions</i></p> <p><i>La négociation commerciale porte sur différents éléments : produits, services, prix, conditions de règlement, délais, remises et livraisons, L'ATC propose systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, il résiste aux demandes de remise</i></p> <p><i>Les règles de l'enseigne et de l'agence et leur politique commerciale sont respectées dans la négociation</i></p> <p><i>L'entretien de vente est conclu de manière positive pour le client et pour l'agence</i></p> <p><i>Lors de son départ, l'ATC effectue une synthèse de l'entretien et identifie les actions à conduire</i></p>
<p><b>Suivi des visites clients</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assurer la traçabilité des contacts clients en réalisant des comptes-rendus (points clefs, incidents, services rendus, ...)</li> <li>▪ Formaliser les actions à conduire et à confier aux différents membres de l'équipe en vue d'assurer la qualité de l'expérience client</li> <li>▪ Renseigner les outils numériques à disposition en vue d'assurer la diffusion auprès de l'équipe des informations relatives aux visites clients</li> </ul>		<p><i>Les documents commerciaux sont réalisés sans erreur (pas d'erreur au test écrit)</i></p> <p><i>L'ATC dispose d'une méthode de suivi et de relance des devis et commandes organisée et utilisable par le ou les vendeurs de l'agence</i></p> <p><i>L'ATC respecte systématiquement la délégation tarifaire dans les offres faites aux clients</i></p> <p><i>L'ATC identifie les possibilités logistiques de l'agence (approvisionnement, disponibilité des produits, livraison, ...) avant de s'engager auprès d'un client et adapte son offre en conséquence</i></p> <p><i>L'ATC tient à jour les outils digitaux permettant le partage et la traçabilité des informations sur les clients</i></p> <p><i>L'ATC transmet les informations clefs sur les contacts clients aux différents membres de l'équipe</i></p>