

Référentiel du titre de Technico-Commercial(e) de l'Industrie et des Services Nautiques (TCISN) de l'INB

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc de compétences 1 : Organisation et suivi de son activité commerciale dans le nautisme			
<p>Organisation et suivi de son activité commerciale dans le nautisme</p> <p><u>Organisation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Recueil des informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'actions commerciales en direction des clients de son secteur : recueil d'informations sur les pratiques commerciales de la concurrence, caractéristiques économiques et commerciales de son secteur... 	<p>C 1.1 Réaliser une veille technique, technologique, économique et concurrentielle afin de proposer un plan d'action commerciales pertinente</p>	<ul style="list-style-type: none"> Projet de développement commercial (écrit et présentation en soutenance) Etude de cas pratique ou mise en situation reconstituée pour la mise en œuvre du plan d'action commerciale (plan de prospection et l'organisation d'un évènement) 	<ul style="list-style-type: none"> Les informations sur les entreprises de son secteur, sur leur évolution, leur potentiel et les concurrents sont recherchées à partir de diverses sources d'informations (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...) Les informations techniques et technologiques concernant les bateaux, les équipements, les techniques de construction et de maintenance et leurs évolutions sont recherchées à partir de différentes sources (documents techniques, sites professionnels, salons ...) La fiabilité des informations recueillies est vérifiée

<ul style="list-style-type: none"> • Veille sur le marché, les clients cibles, veille concurrentielle (entreprises, produits, services...) • Formalisation d'un plan d'actions correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise et à sa gamme de produits (bateaux, équipements) , de solutions techniques ou services (locations, reprise, maintenance de bateaux) • Organisation de ses activités commerciales (prise de rendez-vous, prospection, déplacement, participation à des salons, gestion administrative) • Prospection (acquisition de nouveaux clients, développement des nouveaux marchés, qualification des prospects et évaluation des potentiels, prise de rendez-vous, représentations de son entreprise lors de salons, des réunions de professionnels ...) • Organisation d'événements ou manifestations nautiques (portes ouvertes, salons, sorties ...) <p><u>Suivi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour du fichier de clients et de prospects 	<p>C 1.2 Réaliser des études marketing opérationnelles sous la forme d'enquêtes, questionnaires, tables rondes ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation de paramétrage et envoi de e mailing à l'aide du CRM) • et / ou Évaluation écrite <p>Les évaluations sont organisées et aménagées en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / Utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les attentes et les besoins de la clientèle cible sont identifiés • Ils permettent de définir le positionnement de l'entreprise 	
	<p>C 1.3 Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles) sont identifiés, justifiés et pertinent
	<p>C 1.4 Elaborer un plan d'actions commerciales correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise et à sa gamme de produits (bateaux, équipements), de solutions techniques ou services (locations, reprise, maintenance de bateaux)</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs généraux de la politique commerciale de l'entreprise sont identifiés et pris en compte (chiffre d'affaires, volumes, marges,...) • Les actions à mener afin de répondre à la politique commerciale de l'entreprise sont identifiées, chiffrées, expliquées et sont pertinentes • La surface commerciale de ventes d'équipements et d'accastillage (merchandising en shipchandler...) (zone de chalandise) du centre de profit est aménagée et organisée
	<p>C 1.5 Organiser, prioriser et réaliser ses activités commerciales (prise de rendez-vous, prospection, déplacement, participation à des salons, gestion administrative)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • L'ensemble des activités à réaliser est identifié (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, participation à des salons, gestion de son temps...) et organisé • Les activités de prospection sont anticipées et les prises de contact sont effectuées auprès de prospects dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise (à distance, lors de salons, de réunions de professionnels ...) • Les priorités sont identifiées, sont pertinentes au regard des objectifs définis et prennent en 	

<ul style="list-style-type: none"> • Elaboration de tableaux de suivi de son activité et de sa performance commerciale • Evaluation des résultats des actions commerciales • Transmission des résultats de ses activités commerciales à sa hiérarchie sous forme de bilan d'activités, de compte-rendu... • Développement et mise à jour des contenus numériques concernant les prestations de l'entreprise sur le site et les réseaux sociaux (vidéos, supports...) • Proposition d'amélioration continue de l'offre de l'entreprise à partir des informations recueillies sur le terrain, des outils et documents de l'entreprise en lien avec son activité 	<p>C 1.6 Élaborer et mettre à jour un fichier de clients et de prospects et un tableau de suivi de son activité à l'aide d'outils de gestion de la relation client.</p>		<p>compte l'optimisation du temps, des moyens et le respect des procédures de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les données concernant les clients et prospects sont renseignées et mises à jour en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise • Le système de gestion de la relation client/prospect est utilisé à bon escient • Des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale créés sont adaptés à l'activité • Les indicateurs utilisés permettent d'analyser les résultats de son activité et leur signification sont expliqués.
	<p>C 1.7 Organiser des événements ou des manifestations nautiques (portes ouvertes, salons, sorties ...) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'objectif de fidéliser les clients</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Le plan d'action est proposé (thèmes de l'évènement, actions à réaliser, acteurs à mobiliser, coût de la manifestation) • Le planning de réalisation est élaboré et suivi à l'aide de tableaux de bord appropriés • Les réservations des moyens sont réalisées selon le planning défini • Les participants sont identifiés (clients, prospects, personnalités, intervenants ...) et une invitation leur est adressée à l'aide des outils appropriés • Le suivi de l'exécution de l'évènement ou de la manifestation nautique est réalisé et permet d'évaluer les résultats de l'action
	<p>C 1.8 Développer et mettre à jour des contenus numériques concernant les prestations de l'entreprise sur le site et les réseaux sociaux (vidéos, supports...)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Le choix des supports et des messages est expliqué et conforme à la politique commerciale de l'entreprise

	<p>C 1.9 Proposer des axes d'amélioration concernant l'offre de l'entreprise à partir d'une analyse des résultats et des informations recueillies sur le terrain</p>		<ul style="list-style-type: none">• Des modifications de ses objectifs commerciaux, des outils et documents de l'entreprise sont proposées et argumentées• Elles sont cohérentes avec l'analyse et les besoins de son secteur• Les modifications proposées prennent en compte les impacts sur son secteur et sur la politique commerciale de l'entreprise
--	--	--	---

Bloc de compétences 2 : Conseil, vente et négociation commerciale et technique concernant les produits (bateaux et accessoires), les services et prestations (locations, reprise, maintenance de bateaux) auprès des clients

<p>Conseil, vente et négociation commerciale et technique concernant les produits (bateaux et accessoires), services et prestations (locations, reprise, maintenance de bateaux) auprès des clients</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identification des besoins, des attentes techniques et budgétaires et du projet nautique du client après entretien (définition du cahier des charges avec le client) • Recherche d'informations techniques, réglementaires, financières et commerciales auprès des différents services de l'entreprise et/ou des fournisseurs • Information et conseil des clients sur l'offre de l'entreprise • Formalisation d'une offre technique et commerciale : vente de bateaux, d'équipements, prestations de locations, reprise, maintenance de bateaux ... 	<p>C 2.1 Créer des conditions favorables à l'échange avec le client</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sketchs de vente/simulation • Evaluation des compétences en entreprise par le tuteur et/ ou un formateur du centre de formation (par exemple sur un salon) <p>Les évaluations sont organisées et aménagées en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / Utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'entretien est préparé (prise d'information préalable sur les caractéristiques et l'historique du client) • Les techniques de prise de contact sont mises en œuvre afin de répondre aux objectifs fixés • Une relation de qualité et personnalisée est créée rapidement avec le client • Des conditions favorables sont créées avec le client tout au long de l'échange (écoute et concentration, intérêt, curiosité et disponibilité à l'égard du client, ...) • L'expression est claire et adaptée à l'interlocuteur • La présentation vestimentaire et la posture sont appropriées
	<p>C 2.2 Analyser les besoins du client par un questionnaire adapté, une écoute active et une reformulation pertinente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La technique de questionnement et de reformulation permet d'obtenir des informations complémentaires sur les besoins explicites et implicites du client • Les observations et remarques du client sont prises en compte lors de l'entretien • L'ensemble des besoins du client est identifié et analysé • Les produits, services et prestations répondant aux besoins du client sont 	

<ul style="list-style-type: none"> • Présentation et argumentation des solutions au client (vente de bateaux, d'équipements, prestations de locations, reprise, maintenance de bateaux ...) • Négociation selon la politique commerciale de l'entreprise et conclusion de la négociation avec le client 			<p>identifiés sur la base de critères objectifs et leur choix est justifié</p>
	<p>C 2.3 Présenter et conseiller le client sur les produits, solutions, services proposés par l'entreprise en utilisant le vocabulaire adapté</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les caractéristiques des produits (bateaux, équipements) et leurs composants, des options, des prestations ou services proposés par l'entreprise sont expliquées au client, des conseils techniques sont apportés en tenant compte de ses besoins • Les principales technologies de maintenance et d'interventions techniques des bateaux à voile et à moteur, (matériaux composites, mécanique, électricité et électronique, gréement, accastillage et voilerie...) sont expliquées au client • L'expression et le vocabulaire sont clairs, précis et pertinents
	<p>C 2.4 Élaborer une offre technique et commerciale adaptée aux besoins des clients : vente de bateaux, d'équipements, prestations de locations, reprise, maintenance de bateaux ...</p>		<ul style="list-style-type: none"> • L'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre est identifié et expliqué • Des informations complémentaires sur les produits et services sont recherchées, expliquées et analysées à l'aide de documents et médias pertinents • Les éléments concernant la politique commerciale et financière de l'entreprise, la réglementation et le droit du travail nécessaires à l'élaboration de l'offre sont identifiés et à l'aide de média appropriés et vérifiés

			<ul style="list-style-type: none"> • L'offre prend en compte les besoins et les contraintes du client (choix du bateau, équipements complémentaires, financement, assurances, reprise du bateau d'occasion, place de port, mise en main ...) • L'offre technique et commerciale proposée au client est complète, pertinente et est conforme aux objectifs commerciaux • Elle est présentée selon un format approprié (devis, offre commerciale, réponse à un appel d'offres, réponse à un cahier des charges)
	<p>C 2.5 Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client</p>		<ul style="list-style-type: none"> • L'ensemble de composantes de l'offre commerciale est présenté et expliqué. • L'argumentation est organisée, cohérente et répond aux attentes du client. • Des ajustements sont négociés avec le client dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise.
	<p>C 2.6 Conclure l'entretien</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Une synthèse des décisions prises au cours de l'entretien est réalisée, la décision prise par le client est valorisée • Une formule personnalisée de prise de congé est émise
	<p>C 2.7 Établir une relation commerciale durable et de qualité entre l'entreprise et le client</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Une relation commerciale de qualité est maintenue • La relation client s'inscrit dans la politique commerciale à long terme de son entreprise

Bloc de compétences 3 : Suivi des prestations et des contrats auprès du client : suivi de la préparation du bateau et de ses équipements, suivi de prestations en chantier nautique, préparation technique de la flotte de location de bateaux, essais en mer ...

<p>Suivi des prestations et des contrats auprès du client : suivi de la préparation du bateau et de ses équipements, suivi de prestations en chantier nautique, préparation technique de la flotte de location de bateaux, essais en mer ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivi des prestations techniques (préparation du bateau, commande d'équipements ou options auprès des fournisseurs, interventions de maintenance ou de réparation ...) • Suivi administratif des contrats, du financement, des paiements des factures, de l'immatriculation du bateau • Mise en main d'un bateau avec le client • Supervision ou réalisation d'essais et de vérifications de fonctionnement et de fiabilité après des interventions techniques • Manoeuvre et déplacement d'un bateau dans le respect de la réglementation • Conseil sur l'utilisation du bateau et des équipements au client • Mise en œuvre et/ou suivi des actions correctives en cas d'insatisfaction du client 	<p>C 3.1 Réaliser le suivi administratif du contrat (de vente de bateaux, de location et de services) en interne, en externe et avec le client.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation reconstituée d'interventions techniques et de vérifications en atelier et/ ou questionnaire écrit concernant les interventions techniques à réaliser en atelier • Tests nautiques et/ou évaluation en situation (mise en main d'un bateau à un client) • Evaluation écrite concernant le calcul de marée et la construction d'une route sur carte marine ou validation du permis hauturier • Evaluation écrite / Etude de cas concernant les suivis des contrats, les financements, les facturations et/ ou suivi des prestations techniques réalisées • Dossier technique SAV en lien avec le suivi des prestations techniques réalisées en SAV en centre de formation et/ ou en entreprise, le suivi 	<ul style="list-style-type: none"> • Le suivi des contrats, du financement, des paiements, des factures, de l'immatriculation du bateau est réalisé, des relances sont réalisées le cas échéant
	<p>C 3.2 Suivre les prestations techniques (préparation du bateau, commande d'équipements ou options auprès des fournisseurs, interventions de maintenance ou de réparation ...)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • L'exécution des prestations techniques réalisées, des commandes et des livraisons est suivi et analysé • Tout écart est analysé (retard de livraison ...) • Des actions sont mises en œuvre, le client est informé, le cas échéant
	<p>C 3.3 Assurer les essais et/ ou vérifications de fonctionnement et de fiabilité après des interventions de maintenance en utilisant des aides techniques appropriées, le cas échéant</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Le bon état de fonctionnement du matériel et des équipements du bateau (bateau à moteur ou voilier) est vérifié (présence de carburant, vannes ouvertes, pare-battages, amarres...) dans le respect des règles de sécurité • Les aides techniques adaptées à la situation de handicap, le cas échéant, sont utilisées afin d'assurer les essais de fonctionnement et de fiabilité selon les consignes
	<p>C 3.4 Assurer la mise en main d'un bateau avec le client en utilisant des aides techniques appropriés le cas échéant</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les équipements et fonctionnalités du bateau sont présentés au client à l'aide du vocabulaire adapté • Des manœuvres en mer sont organisées avec le client

		<p>administratif et le suivi d'une réclamation</p> <p>Les évaluations sont organisées et aménagées en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / Utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le choix de la zone de navigation et le programme de navigation sont adaptés au bateau et au client dans le respect de la réglementation en vigueur • Le plan de navigation et la route tracée prennent en compte le courant, la dérive due au vent et la météorologie • Les aides techniques adaptées à la situation de handicap, le cas échéant, sont utilisées afin d'assurer la mise en main d'un bateau
	<p>C 3.5 Manœuvrer et déplacer un bateau dans le respect de la réglementation en utilisant des aides techniques appropriés le cas échéant</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les déplacements des bateaux à voile ou à moteur sont réalisés selon les usages et la réglementation en navigation côtière ou hauturière • Les usages et la réglementation en navigation côtière ou hauturière sont expliqués au client • Les usages et le règlement du port sont expliqués, les horaires de marées sont identifiés • Les manœuvres d'accostage, d'appareillage et d'amarrage dans le port sont réalisées en conformité avec le règlement du port • Les aides techniques adaptées à la situation de handicap, le cas échéant, sont utilisées afin manœuvrer et déplacer un bateau

C 3.6 Identifier les causes d'un litige ou d'une réclamation et mettre en œuvre les actions correctives adaptées à la situation

- Des informations complémentaires et éléments factuels permettant l'analyse de la situation sont recherchés
- Une analyse de la situation est organisée avec le(s) service(s) adapté(s) : le service qualité, le service après-vente, le service commercial, le service maintenance ...
- Les raisons et la gravité de la réclamation ou du litige sont identifiées
- Les actions correctives sont proposées et argumentées
- Les actions correctives sont suivies dans le respect des règles en vigueur et les résultats sont transmis aux interlocuteurs pertinents

Bloc de compétences 4 : Gestion d'un centre de profit (TPE) dans les entreprises nautiques

Gestion d'un centre de profit (TPE) dans les entreprises nautiques <ul style="list-style-type: none"> • Etude de marché pour le développement de l'activité du centre de profit (nouveaux services, nouvelles prestations, nouveaux produits, nouveaux clients) • Formalisation du budget prévisionnel et identification du niveau de rentabilité Suivi du chiffre d'affaires du centre de profit et des résultats • Animation des équipes • Contrôle des documents comptables du centre de profit (compte de résultat, bilan...) • Identification des écarts et mise en oeuvre de mesures correctives 	<p>C 4.1 Elaborer le budget prévisionnel du centre de profit ou d'une nouvelle activité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projet de développement commercial (partie gestion prévisionnelle) • Etude de cas (analyse financière marketing) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le budget prévisionnel est défini, expliqué et argumenté • Sa réalisation est contrôlée à l'aide d'indicateurs pertinents • Le plan de trésorerie est préparé et pertinent
	<p>C 4.2 Analyser l'ensemble de données comptables et analytiques du centre de profit afin de s'assurer de sa pérennité (compte de résultat, bilan ...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Etude de cas de pilotage, suivi et analyse du budget et de l'activité du centre de profit à l'aide d'outils numériques • Epreuve écrite sur le management d'équipe et le droit social <p>Les évaluations sont organisées et aménagées en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / Utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'ensemble des données comptables et analytiques est évalué (les facteurs de performances économiques de l'entreprise : la gestion des stocks, les principaux ratios financiers, l'analyse de la rentabilité des investissements ...) • Les coûts de l'entreprise (contrôle de gestion...) et de sa réalité financière : présence de capitaux propres, taux de l'endettement, gestion des stocks, amortissement des immobilisations, délai de paiement des dettes et délai de recouvrement des créances sont analysés • Les seuils de rentabilité de chaque segment d'activités sont déterminés • Les zones de pertes et de profits dans une entreprise sont identifiées
	<p>C 4.3 Suivre le budget, le chiffre d'affaires du centre de profit, identifier les écarts et</p>		

	mettre en œuvre les actions correctives appropriées		
	C 4.4 Animer une équipe dans le respect de la réglementation sociale		<ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs individuels et/ou collectifs, fixés avec la hiérarchie, sont clairement traduits, déclinés et transmis • Les entretiens d'évaluation sont préparés, réalisés et tracés • Les compétences des membres de l'équipe sont évaluées et les besoins en formation sont identifiés • Des actions de développement des compétences sont proposées : formation, tutorat... • Des réunions d'équipe sont préparées, organisées et tracées • Les enjeux environnementaux et sociaux sont pris en compte dans la gestion de l'équipe et de l'activité • Les situations de handicap, le cas échéant, des membres de l'équipe sont pris en compte dans l'aménagement du poste de travail, des activités et du temps de travail
	C 4.5 Suivre et analyser les activités du centre de profit en utilisant les outils de contrôle et de mesure de l'activité et les indicateurs de performance		<ul style="list-style-type: none"> • L'utilisation des outils de suivi, mesure, contrôle est effective et maîtrisée • Les documents et systèmes d'information liés à l'activité sont renseignés, la traçabilité est assurée • Les principaux indicateurs de performance (Ratios, statistiques, délais...), les indicateurs de gestion de l'activité (coût de revient, taux

			<p>d'utilisation, temps passé...) sont relevés régulièrement</p> <ul style="list-style-type: none">• Les résultats sont analysés, les écarts identifiés
--	--	--	---