

COMMISSION PARITAIRE NATIONALE FORMATION
INTER-SECTEURS PAPIERS-CARTONS

Certificat de Qualification Professionnelle

***Technico-commercial en Packaging et
façonnages papetiers
(étiquettes, articles de papeterie, sacs)***

CQP

Technico-commercial en Packaging et façonnages papetiers

TABLE DES MATIERES

1. Circonstances de la création de la certification.....	3
2. Description de la qualification ciblée.....	4
Intitulé du certificat.....	4
Fiches ROME les plus proches.....	5
3. Référentiel des compétences.	6
4. Pré-évaluation	8
5. Epreuve de certification	8
6. Formation	10
7. Délivrance de la Certification.....	10
Annexe. Modèle de CQP	10

1. Circonstances de la création de la certification,

Dans le cadre de la réflexion globale sur la gestion des emplois et des compétences dans la filière papier-carton, plusieurs étapes ont permis l'élaboration du présent document :

- 1) Une étude détaillée de l'évolution des besoins des entreprises de la transformation à travers une enquête à laquelle 49 usines ont répondu.
- 2) La conception du référentiel de technico-commercial en packaging et façonnages papetiers avec une double vision « Compétences » et « Techniques ».
- 3) La mise en place d'un groupe de travail composé de 8 entreprises chargées d'amender et de valider le présent document.

Liens avec les certifications et diplômes existants :

Ce CQP, qui existe depuis 29 mai 2002, a été revu pour l'adapter aux nouvelles exigences de la démarche CQP.

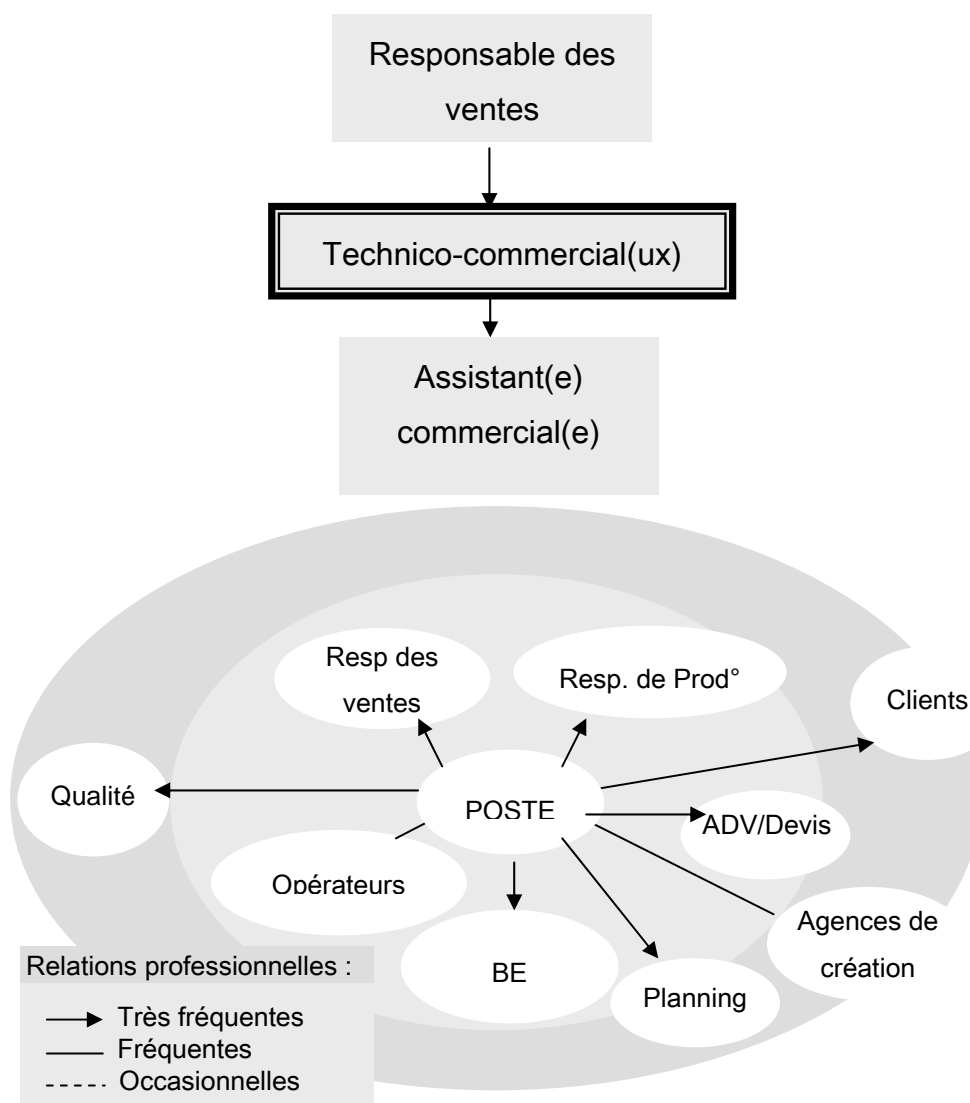
2. Description de la qualification ciblée :

Intitulé du certificat

Technico-commercial en packaging et façonnages papetiers
(étiquettes, articles de papeterie, sacs)

Le technico-commercial en packaging et façonnages papetiers démarcher les clients et les prospects ou répond à leurs demandes. Il prospecte l'ensemble du marché potentiel en cohérence avec la stratégie de l'entreprise. Il prend des rendez-vous, analyse les besoins en présentiel ou par téléphone. Il suggère des solutions techniques, réalise des cahiers des charges. Il intègre les contraintes de délais et de coûts imposées par son entreprise. Il propose un devis au client, réunit les documents nécessaires au bureau d'études, la production et l'administration des ventes. Il conclut la vente. Il s'assure de la satisfaction client et, en cas de litige, se comporte en médiateur afin de fidéliser le client.

Relations professionnelles le plus souvent constatées :



Fiches ROME les plus proches

Technico-commercial code ROME 53311

Prospecte l'ensemble du marché potentiel (fichiers clients et clients virtuels). Vend des produits industriels (biens d'équipement...) plutôt standardisés ou des produits adaptables aux différents besoins des clients. Lance ou répond aux appels d'offre pour obtenir des contrats concernant la réalisation de projets industriels particuliers. L'activité implique une collaboration étroite avec les différents services de l'établissement ou des entreprises clientes ainsi qu'un contact permanent avec les clients.

Conditions d'exercice les plus fréquentes

Le technico-commercial est constamment en déplacement. Il est lié à l'entreprise par téléphone, fax/mail. Il passe des appels téléphoniques depuis le bureau. Il doit garantir la meilleure relation possible avec les clients et se faire l'écho de ses attentes auprès de tous les services de l'entreprise.

Qualités requises :

Intitulé	Définition retenue
Sociabilité	Entretient des relations ouvertes et suivies avec ses interlocuteurs.
Esprit de synthèse	Rapporte les attentes du client sous forme d'informations exploitables par l'entreprise.
Ecoute	Capte toutes les informations possibles du client.
Persuasion	Gagne les clients à ses arguments.
Diplomatie	Supporte notamment les conflits générés par des litiges et autres contraintes internes à l'entreprise (CA principalement).

3. Référentiel des compétences

Compétences	Savoir	Savoir-faire	Savoir-être
Etablir un plan de prospection et de fidélisation	Connaître les techniques de vente et leurs outils (mailing, phoning, négociation directe, animation d'un stand, animation de réunion)	Analyser son marché Reprendre un portefeuille de clients, développer une prospection et fidéliser Planifier son activité pour optimiser ses rendez-vous et ses déplacements Prendre la parole en public Réaliser une étude commerciale	Persévérance Empathie Courtoisie Présentation de soi Présence d'esprit Stabilité émotionnelle
Analyser les besoins techniques des clients	Connaître les contraintes des produits en fonction des contraintes clients Connaître les chaînes logistiques et de mécanisation	Se documenter sur les produits clients Questionner le client et reformuler pour mieux connaître ses produits Transcrire la demande client en cahier des charges	Capacité d'écoute Esprit d'analyse Esprit de synthèse
Proposer des solutions techniques au client	Connaître les capacités et types de production de son entreprise Connaître les référentiels produits (FEFCO par exemple) Connaître les matériaux utilisés dans le process de l'entreprise Connaître les principales techniques d'impression et de transformation inhérentes au process de l'entreprise Avoir des notions sur les techniques de conception graphique et volumique Connaître les normes en vigueur dans le domaine de transformation concerné Connaissance des systèmes qualité Connaître les règles élémentaires de marketing Connaître de façon approfondie les process et consommables impliqués dans l'entreprise	Réaliser des croquis simples à main levée Réaliser un rapport technique documenté	Créativité

Négocier une offre	Connaître ses marges de négociation	Etablir une offre Utiliser les techniques de ventes Justifier son prix et ses délais Répondre aux objections Manager les insatisfactions des clients Gérer les situations de conflit Faire un geste commercial (remise, avoir...)	Diplomatie Esprit d'analyse Savoir prendre des décisions rapides
Compétences transversales associées	Maîtriser la langue française écrite et orale Maîtriser les techniques de communication	Utiliser un ou plusieurs logiciels de traitement de texte, tableurs, et de présentation d'exposés Utiliser internet Communiquer efficacement avec une assistante	

4. Pré-évaluation

La pré-évaluation est destinée à orienter les candidats au CQP. Elle est composée d'un entretien et d'un test des connaissances qui permettent d'orienter les candidats vers une formation ou une reconnaissance de ses acquis professionnels. Le candidat pourra passer directement les épreuves visant la délivrance du CQP si ses acquis le permettent, sinon il sera invité à suivre une formation adaptée à ses compétences professionnelles. Pour présenter ce CQP par la voie de la reconnaissance de l'expérience, le candidat devra impérativement justifier d'une expérience de 3 ans.

5. Epreuve de certification

Les connaissances du candidat sont évaluées sous la forme d'une épreuve sur document.
Les compétences du candidat sont évaluées sous forme d'une épreuve pratique.

Les résultats aux épreuves sont soumis aux coefficients suivants :

Epreuve	Coefficient	Note moyenne
Théorique	2	/4
Pratique	3	/4
	Moyenne globale	/4

Les candidats réussissent aux épreuves et reçoivent le CQP avec une moyenne supérieure ou égale à 2. De plus, avec une moyenne globale supérieure à 3 les candidats se voient attribuer une mention « Bien » au CQP et les candidats réussissant avec une moyenne globale supérieure à 3,5 se voient attribuer une mention « Très Bien ».

La durée des épreuves est limitée à une journée où se répartissent les épreuves théorique et pratique selon plusieurs phases détaillées en page 10.

Epreuve Théorique

L'épreuve théorique constitue l'évaluation des connaissances de technico-commercial.

Compétences	Evaluation des connaissances (épreuve sur document)	Coef	Note
Etablir un plan de prospection et de fidélisation	Choisir les techniques de vente les plus adaptées (au contenu du cahier des charges) et leurs outils (mailing, phoning, négociation directe, animation d'un stand, animation de réunion).	2	/4
Analyser les besoins techniques des clients	Identifier les contraintes techniques du produit en fonction des contraintes clients	2	/4
Proposer des solutions d'emballage au client	Sélectionner un modèle adapté au produit et figurant dans un référentiel existant (FEFCO par exemple). Choisir des matériaux, les techniques d'impression et de transformation adaptés au produit en respectant les normes en vigueur dans le domaine de transformation. Adapter la symbolique des couleurs au produit.	1	/4
Négocier une offre	Etablir une offre.	3	/4
Compétences transversales associées (évaluation parallèle aux différentes épreuves)	Maîtriser la langue française écrite et orale. Maîtriser les techniques de communication.	1	/4

Epreuve Pratique

L'épreuve pratique comprend l'évaluation des savoir-faire de technico-commercial.

Compétences	Evaluation des compétences (épreuve pratique)	Coef	Note
Etablir un plan de prospection et de fidélisation	Prendre la parole en public Réaliser une étude commerciale	2	/4
Analyser les besoins techniques des clients	Se documenter sur les produits clients Questionner le client et reformuler pour mieux connaître ses produits Transcrire la demande client en cahier des charges	2	/4
Proposer des solutions d'emballage au client	Réaliser des croquis simples à main levée Réaliser un rapport technique documenté	1	/4
Négocier une offre	Utiliser les techniques de ventes Justifier son prix et ses délais Répondre aux objections Gérer les situations de conflit Faire un geste commercial (remise, avoir...)	3	/4
Compétences transversales associées (évaluation parallèle aux différentes épreuves)	Utiliser un ou plusieurs logiciels de traitement de texte, tableurs, et de présentation d'exposés	1	/4

Le niveau professionnel du candidat est qualifié sur chaque épreuve. Le CQP sera délivré aux candidats dont le niveau général moyen est supérieur ou égal à 2.

Les notes attribuées à chaque critère d'évaluation sont de même valeur. Les coefficients ne s'appliquent qu'aux compétences elles-mêmes.

Matrice d'évaluation de l'épreuve pratique :

Note Attribuée	1	2	3	4
Performance associée	Réussit partiellement.	Réussit avec hésitation.	Réussit sans hésitation.	Réussit complètement et justifie ses choix

Déroulement des épreuves de certification :

L'épreuve pratique et l'épreuve sur document se déroulent sur une journée en suivant la chronologie indiquée par les numéros qui précèdent chaque phase des épreuves.

Matin :

(1) Le candidat se voit remettre 2 produits transformés déjà créés et il a pour tâche de construire un plan de prospection et un argumentaire de vente pour chacune sous forme de présentation assistée par ordinateur (Établir deux offres de prospection - Sur document : 3h – préalable à la phase 3).

(2) Le candidat se voit remettre un dossier besoin clients (produit à étiqueter, emballer...) et il a pour tâche de proposer une solution (Analyser les besoins / Proposer des solutions produits^o) – Sur document : 1h – préalable à la phase 4).

Après-Midi :

(3) Dans le prolongement de la préparation des deux plans de prospection (phase 1) le candidat présente ses plans d'action commerciaux à un directeur commercial (dont le rôle est joué par un examinateur) en appréciant lui-même la viabilité de ses plans à partir d'indices fournis dans l'épreuve écrite (Établir un plan de prospection – Pratique : 30min).

(4) Dans le prolongement de la phase 2, le candidat interroge le client pour approfondir son analyse du besoin. Ensuite il réalise un rapport technique documenté en vue de proposer une solution produit (Analyser les besoins / Proposer des solutions produits - Pratique : 30min d'entretien + 1heure de préparation du rapport technique).

(5) Dans le prolongement de la phase 4, le candidat doit établir une offre (argumentaire, chiffrage, délais...) on lui aura fournit les informations concernant la capacité de production de l'entreprise et on lui aura précisé les quantités souhaitées par le client (Négocier une offre – Sur document : 1h30).

(6) Dans le prolongement de la phase 5, le candidat présente son offre à un client, il justifie son prix et ses délais, répond aux objections (Négocier une offre - Pratique : 30min).

NB : Les compétences transversales seront évaluées au vu de l'ensemble des épreuves.

6. Formation

Durée de la formation jusqu'à 900h en fonction de la formation initiale, de l'expérience et des acquis professionnels du candidat.

7. Délivrance de la certification

Les candidats ayant réussi aux épreuves recevront un Certificat de Qualification Professionnelle d'Agent de Technico-commercial en Packaging et façonnages papetiers signé par le représentant de la Fédération concernée et par l'IRFIP (cf. annexe).

