

RESPONSABLE COMMERCIAL EN AGROBUSINESS

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 COMPETENCE N°1 : Contribuer à l'élaboration de la stratégie commerciale d'une entreprise d'agrobusiness			
<p>1.1 L'organisation et l'exploitation d'une veille sur le secteur de l'agro-business et sur le marché de l'entreprise</p> <p><i>Ses principales activités sont centrées sur :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - l'identification et la sélection des sources d'information pertinentes - L'analyse des données du secteur agro-business et du marché de l'entreprise et la détection des potentiels de développement - Le diagnostic du positionnement de l'entreprise au regard des évolutions et potentiels repérés - La formulation de préconisations dans le cadre de la stratégie commerciale à mettre en œuvre 	<p>En organisant la collecte et le traitement d'information à partir de sources sélectionnées, exploiter les résultats d'une veille sur les évolutions économique, sociologique, écologique, technologique, politique et réglementaire du secteur de l'agro-business, en tenant compte des données internes de son entreprise afin de contribuer à la formulation de préconisations en matière de stratégie commerciale.</p> <p>C 1.1.1 rechercher les sources d'informations pertinentes à exploiter au regard du secteur sélectionné de l'agro-business, en repérant les plus significatives, afin de collecter les données utiles à prendre en compte pour l'entreprise.</p> <p>C1.1.2 Analyser les données collectées à partir du travail de veille documentaire et auprès de son réseau professionnel, en identifiant les évolutions pouvant impacter l'activité de l'entreprise, afin de les intégrer à la réflexion sur son positionnement.</p> <p>C1.1.3 En analysant les forces et faiblesses de l'entreprise au regard des évolutions détectées et de la situation de ses concurrents, évaluer le positionnement de l'entreprise sur son marché, afin de repérer les risques et les potentiels de développement</p> <p>C1.1.4 En s'appuyant sur le diagnostic réalisé et les évaluations des actions antérieures, formuler des préconisations et les faire valider par sa Direction afin d'ajuster la stratégie marketing et commerciale à mettre en œuvre,</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>A partir d'une situation réelle ou reconstituée produire une étude du marché concerné, présentant les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'étude de l'environnement du marché avec les facteurs d'influence - L'analyse des acteurs de la filière, les clients et les concurrents. - Le diagnostic du positionnement de l'entreprise sur son marché - La formulation de préconisations sur la stratégie marketing et commerciale <p>Cette étude fait l'objet d'un dossier écrit et d'une soutenance orale individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence du choix des sources et cohérence des informations sélectionnées sur le marché - Pertinence des données collectées - Efficacité des outils de suivi - Justesse du positionnement de l'entreprise sur son marché - Cohérence de l'analyse des données - Pertinence du diagnostic par rapport à l'environnement de l'entreprise - Pertinence de l'analyse des résultats

1.2 La définition d'un plan d'action commercial opérationnel

Ses principales activités sont centrées sur :

- La définition d'actions commerciales tenant compte de l'analyse préalablement effectuée et de la cible visée
- La planification des actions à mener
- L'évaluation des moyens humains et financiers à mobiliser
- La conception d'outils de suivi et la sélection des indicateurs à contrôler
- La présentation du plan d'action commercial à sa Direction

Définir un plan d'action commercial opérationnel en tenant compte des analyses réalisées dans le cadre de la veille, des spécificités du marché (semence, alimentation animale, production animale, production végétale, paysage, équipement,...) et en s'assurant de sa cohérence avec la stratégie définie par l'entreprise, afin de contribuer au développement des ventes.

C1.2.1 Structurer les actions à mettre en œuvre en déterminant pour chacune les objectifs à atteindre, les moyens humains et à mobiliser, et en établissant un calendrier de leur mise en œuvre, adapté aux spécificités de la filière et des entreprises visées (agriculteurs,...) .

C1.2.2 Elaborer un outil de suivi des actions, en définissant les indicateurs pertinents à contrôler, afin d'évaluer les résultats des actions menées et d'identifier les ajustements à apporter.

C1.2.3 Présenter le plan d'action commercial à sa Direction en s'appuyant sur l'élaboration de supports print et/ou numérique clairs, en argumentant les choix retenus, dans le but d'en obtenir la validation.

Les candidats doivent présenter les productions suivantes

A partir d'une situation réelle ou reconstituée produire un plan d'action commercial présentant les éléments suivants

- La présentation du contexte concurrentiel, des segments de clientèle ciblés
- Le bilan des actions réalisées antérieurement et les préconisations
- La présentation de supports commerciaux et techniques en fonction des contraintes budgétaires
- Le déroulement de la réalisation

Ce plan d'action commercial fera l'objet d'une présentation orale collective

- Adéquation des objectifs commerciaux par rapport à l'analyse du marché
- Cohérence du plan d'action commercial dans sa globalité
- Prise en compte de l'historique et du contexte de l'entreprise
- Pertinence du choix des supports
- Adéquation du plan par rapport aux contraintes budgétaires
- Réalisme de la planification en fonction du cycle de vente de l'entreprise

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 COMPETENCES N°2 : développer le portefeuille clients en assurant un conseil réglementaire, technique et financier			
<p>2 – le développement du portefeuille clients et la formulation de conseils</p> <p>Ses principales activités sont centrées sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La définition d'une stratégie de prospection - La sélection d'actions / d'outils de prospection adaptée à la cible d'entreprises visée - La collecte des informations et leur analyse sur les entreprises cibles - l'évaluation du risque financier - la conduite des actions de prospection - La conduite d'entretien de prospection et de conseil - la capitalisation de l'information collectée sur une base clients - Le suivi des actions et leur ajustement 	<p>Développer le portefeuille clients en conduisant une stratégie de prospection vers de nouveaux clients et une stratégie de développement auprès de clients existants en cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de développer les ventes.</p> <p>C2.1 Déterminer les objectifs et planifier les actions de prospection, en prenant en compte les spécificités de la vente B to B dans les filières de l'agrobusiness.</p> <p>C2.2 Sélectionner les outils de prospection adaptés au type de clientèle (TPE/PME), aux secteurs géographiques et aux productions visés afin d'obtenir des taux de retour optimaux</p> <p>C2.3 évaluer la santé financière de l'entreprise prospect en analysant ses résultats économiques au regard de ceux des entreprises de la filière afin de minimiser les risques financiers encourus lors de la contractualisation avec celle-ci.</p> <p>C2.4 Conduire les actions de prospection en collectant des informations significatives sur la situation des entreprises cibles afin d'identifier les besoins et d'étayer la formulation de conseils.</p> <p>C2.5 Conduire des entretiens de prospection et de conseil en vérifiant la fiabilité et l'actualisation des informations collectées et en formulant des préconisations sur les transactions d'achat ou de vente de matériel, de production, et dans la conduite de production afin de valoriser l'expertise apportée et de soutenir une future proposition commerciale</p> <p>C2.6 enrichir l'outil de suivi de prospection ou le fichier client en intégrant les informations recueillies afin d'avoir une base de données actualisée, notamment sur les productions animales ou végétales des clients.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>A partir d'une situation réelle ou reconstituée présenter une stratégie de prospection répondant à une problématique de l'entreprise et sa mise en œuvre en intégrant les éléments suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> - La formulation d'une problématique commerciale - La stratégie de prospection définie et son argumentation - La conception d'actions de prospection et les outils/supports adéquats - Le contenu réglementaire, technique et financier du conseil mis en avant lors de l'entretien - Les modalités d'évaluation de l'action - Le bilan chiffré de l'action - Les préconisations d'amélioration <p>Cette stratégie de prospection fera l'objet d'un dossier écrit et d'une soutenance orale individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de la stratégie - Réalisme des objectifs - Réalisme de la planification - Adéquation des outils de prospection par rapport à la cible - Préparation du contenu de l'entretien (guide d'entretien) - Pertinence des conseils donnés aux clients en matière de suivi de ses productions - Pertinence des informations recueillies sur les besoins des clients et le niveau de décision - Analyse de la campagne de prospection et proposition d'amélioration

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 COMPETENCE N°3 : Piloter une offre commerciale jusqu'à la mise en exploitation du produit ou du service			
3.1 l'élaboration et la négociation d'offres Ses principales activités sont centrées sur : <ul style="list-style-type: none"> - La proposition de solutions au regard des besoins identifiés auprès des entreprises prospects - L'intégration d'offres complémentaires nécessitant éventuellement l'appel à un tiers pour la reprise de matériel ou la collecte de production agricole par exemple - L'étude de la rentabilité de l'offre constituée - l'anticipation des objections à traiter et des concessions/contreparties à négocier dans le cadre de la préparation de l'entretien avec l'entreprise - la conduite des entretiens de présentation et de négociation des offres - l'obtention et la formalisation de l'accord commercial du client 	Elaborer et négocier des offres commerciales répondant aux besoins des entreprises et incluant des offres complémentaires apportant une valeur ajoutée pour l'entreprise cliente et un avantage concurrentiel pour l'entreprise, afin de contribuer au développement de son chiffre d'affaires. C3.1.1 Elaborer une offre de produits et/ou des services en s'appuyant sur les informations recueillies avec l'intégration d'offres complémentaires spécifiques aux filières (ex : production de grains achetés et vente de semence, secteur machinisme et reprise de matériel) et aux données techniques (logiciel de suivi) afin de répondre au plus près des besoins de l'entreprise C3.1.2 Calculer le prix de l'offre constituée en veillant à la prise en compte de l'ensemble des coûts afin de s'assurer de la marge dégagée C3.1.3 Préparer l'entretien de négociation en définissant les objectifs à atteindre, la stratégie à mettre en œuvre, les concessions qui pourraient être accordées dans le but de concrétiser la vente en prenant en compte les enjeux financiers et de rentabilité de son entreprise C3.1.4 Présenter l'offre et conduire la négociation en s'appuyant sur les éléments préparés, en traitant les objections et en équilibrant les concessions/contreparties afin de favoriser la conclusion d'un accord C3.1.5 Formaliser l'accord commercial en reprenant les conditions négociées et en incluant le cas échéant le cahier des charges d'une entreprise tiers (ex : transformateur) afin d'en conserver la traçabilité	Les candidats doivent présenter les productions suivantes Entretien de présentation et de négociation d'une offre auprès d'un client du secteur de l'agro-business, à partir d'une situation réelle ou reconstituée : <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du besoin - Construction de l'offre de produit et ou service avec une proposition financière - Présentation de l'offre au client en favorisant l'action de conseil et en valorisant ses avantages au regard du contexte de la production du client - Le traitement des objections - Actions de suivi prévues dans l'objectif de fidélisation - Présentation des résultats obtenus - Retour d'expérience Cette situation d'entretien est orale et en groupe	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de la préparation de l'entretien - Evaluation du potentiel d'achat du client - Communication adaptée à l'interlocuteur - Pertinence des produits et/ou services proposés au regard des problématiques du client - Analyse du choix de la stratégie de négociation - Prise en compte des enjeux de l'entreprise dans les solutions de repli négociées - Prise en compte des objections formulées - Compréhension des modalités du contrat commercial - Efficacité des actions en vue de la fidélisation - Auto évaluation

<p>3.2 Le suivi de la mise en exploitation du produit/ service en lien avec les services internes à l'entreprise et les partenaires et fournisseurs</p> <p>Ses principales activités sont centrées sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'organisation de la logistique amont et aval en lien avec les services internes et externes de l'entreprise - Le contrôle de la bonne mise en service du produit et/ou du service - Le suivi de la performance des productions animales ou végétales des clients - La coordination des acteurs internes et externes impliqués - La gestion d'imprévus ou de situations problèmes pouvant générer des conflits - Le suivi du fonctionnement du produit et/ou du service sur le long terme 	<p>S'assurer du bon déroulement de la mise en exploitation du produit/service en se coordonnant et relançant si nécessaire les services internes et les partenaires et fournisseurs afin de veiller au respect des termes du contrat commercial passé avec le client et prendre les mesures correctives si besoin.</p> <p>C3.2.1 Assurer le suivi de la livraison de l'équipement sur l'exploitation en coordonnant les services internes et les partenaires/prestataires externes à l'entreprise, afin de valider sa réception et sa conformité.</p> <p>C3.2.2 Assurer le suivi de la mise en service du produit/service en formant les utilisateurs sur site, afin de garantir l'utilisation optimale de l'équipement</p> <p>C3.2.3 Assurer le suivi du respect des critères du cahier des charges ainsi que le suivi de la performance sur un cycle de production animale ou végétale en respectant les bonnes pratiques, en analysant les résultats des contrôles et mesures techniques, en suivant les courbes de croissance des animaux et en vérifiant le réglage des matériels, afin de respecter l'accord commercial négocié.</p> <p>C3.2.4 Coordonner les acteurs internes et externes en planifiant les interventions de chacun, en contrôlant le travail réalisé afin d'assurer une bonne qualité de service</p> <p>C3.2.5 Gérer les imprévus et les situations problèmes en priorisant les points importants, en identifiant des solutions réalistes et en gérant les conflits qui pourraient émerger afin de maintenir une relation durable avec le client</p> <p>C3.2.6 Assurer le suivi du fonctionnement du produit et/ou du service sur le long terme en contactant le client de façon régulière afin de s'assurer de sa satisfaction</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>A partir d'une situation réelle ou reconstituée présenter les modalités de suivi d'un contrat commercial et son processus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contexte et modalités du contrat commercial négocié - Les liens avec les services internes et les acteurs externes et les modalités d'information et de communication - Les modalités de livraison / mise en service - La gestion des problèmes et des imprévus - L'analyse des points d'amélioration du processus <p>Cette épreuve fera l'objet d'un dossier écrit individuel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Clarté du contexte et des modalités du contrat présentés - Compréhension de spécificités sectorielles - Hiérarchisation des priorités - Cohérence de la planification - Prise en compte des contraintes internes et externes - Coordination des différents acteurs du processus de vente - Validation de la livraison - Modalités de suivi après livraison - Identification des points d'amélioration du processus
--	--	--	--

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 COMPETENCE N°4 : manager une équipe commerciale			
<p>4. Le management d'une équipe commerciale</p> <p>Ses principales activités sont centrées sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La participation au recrutement de collaborateurs en lien avec les ressources Humaines - L'organisation de la force de vente et la répartition du portefeuille clients - La définition des objectifs collectifs et individuels - Le suivi de l'activité des commerciaux - L'évaluation des collaborateurs et des possibilités de montée en compétences 	<p>Encadrer une équipe de commerciaux en définissant les objectifs, en répartissant les portefeuilles prospects/clients, en assurant un suivi régulier des résultats afin de maintenir leur implication et de développer l'activité commerciale et le CA,</p> <p>C4.1 participer au recrutement d'un collaborateur en définissant le profil recherché, en établissant une fiche de poste en collaboration avec le service des ressources humaines et en sélectionnant le candidat à retenir avant validation de la Direction.</p> <p>C4.2 répartir le portefeuille clients entre les différents membres de l'équipe en fonction des objectifs et du profil des commerciaux</p> <p>C4.3 organiser l'activité de chacun en tenant compte de la saisonnalité des activités, en présentant et expliquant les ressources à utiliser et la finalité afin que les objectifs de l'entité soient atteints</p> <p>C4.4 concevoir et utiliser des outils de suivi de l'activité de chaque commercial en définissant des indicateurs adaptés afin d'évaluer leurs résultats et d'apprécier leurs compétences</p> <p>C4.5 conduire des entretiens d'évaluation avec ses collaborateurs en détectant les points forts et ceux à améliorer afin d'utiliser les leviers adéquats (primes, revalorisations de salaire, formations) permettant de maintenir leur implication.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>A partir d'une situation de recrutement réelle ou reconstituée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer une fiche de poste et définir le profil recherché <p>Cette épreuve est écrite et individuelle.</p> <p>A partir d'une situation réelle ou reconstituée sur le pilotage d'une équipe commerciale, définir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de répartition d'un portefeuille clients <p>A partir d'une situation réelle ou reconstituée évaluer un collaborateur en réalisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une grille d'évaluation - Une synthèse de l'évaluation <p>Ces épreuves font l'objet d'un écrit individuel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Précision du périmètre et de la description des activités - adéquation du profil recherché au poste à pourvoir - exhaustivité des composantes du poste décrites - clarté de la rédaction - Cohérence des critères de répartition de l'activité et de la clientèle au regard des objectifs définis et des profils des collaborateurs de l'équipe - Adaptation de l'outil de suivi à la réalité du terrain - Pertinence des critères d'évaluation en lien avec la fonction et les objectifs