

COMMERCIAL EN AUTOMOBILE - REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

| 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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i> | |
|--|--|--|--|
| | | MODALITÉS D'ÉVALUATION | CRITÈRES D'ÉVALUATION |
| BLOC DE COMPETENCES N° 1 : REALISATION DES ACTIONS DE PROSPECTION AUPRES D'UNE CLIENTELE DE VEHICULES AUTOMOBILES | | | |
| <p>A.1 Réalisation des actions de prospection auprès d'une clientèle de véhicules automobiles</p> <p>A.1.1 La mise à jour et la recherche d'informations sur les profils des prospects à démarcher.</p> <p>A.1.2 L'organisation de la mise en œuvre du plan de prospection sur son périmètre.</p> <p>A.1.3 La réalisation des actions de prospection.</p> | <p>En prenant part à la mise en œuvre du plan de prospection sur sa zone, réaliser les différentes actions de prospection à conduire auprès de potentiels acheteurs de véhicules automobiles, en veillant à l'actualisation de ses informations et à l'optimisation de son agenda, afin de contribuer au développement des ventes de sa concession et d'atteindre les objectifs qui lui sont assignés.</p> <p>C1.1.1 Vérifier les informations contenues dans la base de données des prospects de son entreprise, en repérant les éventuelles lacunes et incorrections formelles, afin de les actualiser et de disposer de données mises à jour et suffisantes pour mettre en œuvre des actions de prospection.</p> <p>C1.1.2 Recueillir des informations complémentaires sur les profils des prospects à démarcher, en veillant à l'obtention d'informations fiables et suffisantes, afin d'identifier les personnes à contacter dans le cadre de ses actions de prospection.</p> <p>C1.2.1 Organiser son plan de prospection sur sa zone, en planifiant de rationnelle les actions à mettre en œuvre auprès des cibles identifiées, afin d'optimiser sa réalisation au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs visés.</p> <p>C1.3.1 Réaliser les différentes actions décidées par sa hiérarchie, en mobilisant les outils mis à disposition par la marque ou l'entreprise et en développant un argumentaire commercial attractif et adapté à ses interlocuteurs, afin d'éveiller leur intérêt et de susciter une intention d'achat.</p> | <p><i>Les candidats sont évalués sur les productions suivantes :</i></p> <p><i>En relation avec les compétences C1.1.1 et C1.1.2 :</i></p> <p>1/ La mise à jour d'un fichier prospects dématérialisé</p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> <p><i>En relation avec la compétence C1.2.1 :</i></p> <p>2/ L'organisation d'un plan de prospection</p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> | <p>1/</p> <p><i>En relation avec les compétences C1.1.1 et C1.1.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Conformité et suffisance du fichier prospects Les lacunes du fichier sont identifiées Les obsolescences et incorrections formelles du fichier sont repérées Les recherches opérées permettent de recueillir les compléments d'information exigés Les informations obtenues sont intégrées au fichier dans le respect des exigences formelles Le fichier mis à jour est complet La mise en forme du fichier le rend facilement utilisable et exploitable pour une campagne de prospection <p>2/</p> <p><i>En relation avec la compétence C1.2.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité du plan La démarche est structurée L'historique des clients est analysé Les principales caractéristiques du secteur sont identifiées et prises en compte Qualité des actions Les actions sont définies de même que leur périmètre Leurs objectifs et les moyens à mobiliser sont pertinents et conformes à l'entreprise Elles respectent la démarche qualité de l'entreprise Les actions sont planifiées de façon rationnelle et dans le respect du calendrier commercial de l'entreprise |

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>A.1.4 Le traitement des demandes en ligne (<i>leads</i>)</p> <p>A.1.5 Le <i>reporting</i> et l'analyse de ses actions de prospection mises en œuvre.</p> | <p>C1.4.1. A partir d'une demande reçue par mail ou par un logiciel dédié, en veillant à la fiabilité des informations, apporter un traitement efficace à la demande permettant de qualifier la qualité du contact et si possible susciter une intention d'achat.</p> <p>C1.5.1 Effectuer le compte rendu des actions de prospection mises en œuvre, en établissant le bilan qualitatif et quantitatif du réalisé et des résultats obtenus, afin de vérifier avec sa hiérarchie l'atteinte des objectifs visés et de repérer – le cas échéant – les ajustements et améliorations à apporter dans le cadre d'une prochaine campagne.</p> | <p><i>En relation avec les compétences C1.3.1, C1.4.1 et C1.5.1 :</i></p> <p>3/ La réalisation d'une action de prospection ou de traitement d'une demande par téléphone</p> <p>Mise en situation Travail individuel Production orale</p> <p>Jury composé d'un formateur et d'un professionnel</p> | <p>3/</p> <p><i>En relation avec les compétences C1.3.1 et C1.4.1 et C1.5.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'action mise en œuvre L'attitude et le registre de langage respectent le positionnement de l'entreprise et celui de l'interlocuteur Les outils mis à disposition par l'entreprise sont mobilisés à bon escient L'argumentaire est correctement développé et adapté à l'interlocuteur Une suite à l'entretien de prospection est envisagée La prise de congé de l'interlocuteur est menée dans le respect des règles commerciales • Qualité de l'analyse de l'action mise en œuvre Le regard porté sur la réalisation de l'action démontre une prise de recul suffisante et un équilibre dans la position critique Les points forts et axes d'amélioration identifiés sont justes |
|---|---|--|--|

BLOC DE COMPETENCES N° 2 : PROPOSITION ET REALISATION D'UNE VENTE AVEC REPRISE DE VEHICULE AUTOMOBILE

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>A.2.1 Accueil du client et analyse de ses besoins</p> <p>A.2.1.1 L'accueil du client et l'inventaire de sa demande.</p> <p>A.2.1.2 L'analyse du besoin du client et l'identification des produits y répondant.</p> <p>A.2.1.3 La présentation argumentée des produits adaptés au besoin du client.</p> | <p>En appliquant les procédures et standards qualité de son entreprise, accueillir un client ayant une intention d'achat d'un véhicule automobile, en recueillant des informations sur ses besoins et moyens de financement, afin d'identifier les différents modèles pouvant le satisfaire.</p> <p>C2.1.1 Accueillir le client au sein de la concession automobile, en mettant en pratique les règles et usages en matière de convivialité et facilitant l'accessibilité aux publics en situation de handicap – dans le respect des standards de qualité de son entreprise, afin d'instaurer une relation et un climat de confiance favorables à la vente.</p> <p>C2.1.2 Recueillir des informations sur les besoins du client, en identifiant les questionnements permettant la clarification de ses attentes, usages et ressources budgétaires, afin d'identifier les produits automobiles adaptés à ses usages et capacités financières.</p> <p>C2.1.3 Développer un argumentaire présentant les caractéristiques des différents modèles et les solutions techniques répondant à ses besoins, afin de valoriser les véhicules proposés et d'aider le client à s'orienter dans les différentes options d'achat.</p> | <p><i>Les candidats sont évalués sur les productions suivantes :</i></p> <p><i>En relation avec l'ensemble des compétences du bloc, à l'exception de la compétence C2.3.1 :</i></p> <p>1/ Réalisation d'une vente avec reprise de l'ancien véhicule</p> <p><u>La situation comprend :</u> L'accueil client Le recueil d'informations et l'analyse de la demande La présentation argumentée d'un véhicule Des propositions de solutions de financement + produits et services La proposition de prix de reprise de l'ancien véhicule (voir point 2/) La négociation La conclusion de la vente</p> <p>Mise en situation Travail individuel Production orale</p> <p>Jury composé d'un formateur, d'un professionnel et d'un représentant de l'Etablissement</p> | <p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C2.1.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'accueil du client Le comportement est adapté et courtois Les règles d'accueil sont respectées conformément au positionnement du concessionnaire et à ses standards qualité Les règles d'accueil spécifiques aux publics en situation de handicap sont appliquées et leur accessibilité facilitée Le vocabulaire et le mode d'expression sont adaptés à l'interlocuteur <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C2.1.2, C2.1.3, C2.2.1, C2.2.2 & C2.2.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du recueil et du traitement des informations La nature de la demande et ses spécificités sont identifiées Les informations demandées permettent de préciser les attentes et clarifier les besoins du client Les moyens budgétaires potentialités de financement sont correctement évaluées L'analyse des informations est exacte et les données sont vérifiées • Qualité du conseil et des informations portées à la connaissance du client Les différents modèles et solutions techniques identifiés correspondent aux attentes et besoins du client Les informations communiquées démontrent une connaissance suffisante des différentes offres de véhicules, de leurs caractéristiques et avantages respectifs |
| <p>A.2.2 Conseil client</p> <p>A.2.2.1 Le recueil d'informations sur l'évolution des produits de sa marque et des concurrents.</p> | <p>En actualisant de façon régulière ses connaissances sur son secteur d'activités et sur les innovations de sa marque, de la concurrence et de leurs produits, conseiller ses clients sur les solutions les mieux adaptées à leurs besoins.</p> <p>C2.2.1 Recueillir des informations sur les évolutions du secteur automobile et des produits proposés par sa marque et ceux de ses concurrents, en consultant les documentations produites par les constructeurs et en participant à des manifestations professionnelles, afin d'actualiser en permanence ses connaissances sur les spécificités et caractéristiques techniques des véhicules automobiles.</p> | | |

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>A.2.2.2 L'identification des évolutions produits et de leur utilité/bénéfice pour les consommateurs.</p> <p>A.2.2.3 Le conseil des clients au regard des évolutions et innovations technologiques.</p> | <p>C2.2.2 Repérer les évolutions et innovations technologiques du secteur et des véhicules automobiles proposés au public, en identifiant leur utilité, bénéfiques et avantages potentiels pour le consommateur, afin d'orienter au mieux ses clients dans leur choix.</p> <p>C2.2.3 Conseiller ses clients sur les différents options et équipements existants en matière d'achat de véhicule automobile, en leur exposant leurs avantages et inconvénients respectifs au regard de leurs attentes, usages et capacités, afin de répondre au mieux à leurs besoins.</p> | <p><i>En relation avec la compétence C2.3.1 :</i> 2/ Evaluation technique et commerciale d'un véhicule d'occasion</p> | <p>Les informations communiquées démontrent que les innovations technologiques et nouveautés en matière de véhicules automobiles sont maîtrisées. Les conseils prodigués au client respectent l'éthique commerciale et contribuent à lui permettre de faire un choix éclairé et correspondant à ses besoins.</p> |
| <p>A.2.3 Négociation d'une vente/reprise de véhicule automobile</p> <p>A.2.3.1 La reprise du véhicule.</p> <p>A.2.3.2 Proposition de financements et produits périphériques</p> <p>A.2.3.3 Cas particulier d'un client professionnel</p> <p>A.2.3.4 Le développement d'un argumentaire</p> <p>A.2.3.5 L'offre commerciale</p> <p>A.2.3.6 La conclusion de la vente</p> | <p>En tenant compte de ses besoins et de ses moyens de financement, faire une offre globale de vente avec reprise du véhicule à son client, en y intégrant les produits et services de sa marque tout en veillant à respecter autant les intérêts de son entreprise que ceux du client, conformément à l'éthique commerciale.</p> <p>C2.3.1 Réaliser l'estimation physique d'un véhicule d'occasion, en examinant son état selon les critères et procédures établis au sein de sa concession, afin d'en déterminer la valeur et d'établir une offre de reprise.</p> <p>C2.3.2 Proposer les différents moyens de financement adaptés aux besoins du client, en veillant à y intégrer le coût du véhicule et les services périphériques associés (assurance, entretien, extension de garantie,...) afin de l'aider à faire un choix dans sa prise de décision.</p> <p>C2.3.3 Cas d'un client professionnel : présenter les incidences fiscales des différents modes de financement, afin qu'il intègre ces éléments dans ses options de choix.</p> <p>C2.3.4 Développer un argumentaire commercial concernant l'offre de vente avec reprise de véhicule automobile, en justifiant de façon transparente et honnête les avantages des différentes options retenues, afin de convaincre le client de concrétiser son intention d'achat.</p> <p>C2.3.5 Faire une offre commerciale globale au client acquéreur d'un véhicule automobile, en formalisant et en intégrant les différentes options validées ainsi que la valeur de reprise de son ancien véhicule, afin de lui permettre de se décider.</p> <p>C2.3.6 Conclure la vente ou la reprise d'un véhicule automobile, en appliquant les principes éthiques garantissant le respect des intérêts de son entreprise et de ceux de son client, afin de contribuer à sa satisfaction et à sa fidélisation.</p> | <p><i>La situation comprend :</i> Le diagnostic des éléments mécaniques et carrosserie Le repérage de l'état des éléments clés du véhicule L'estimation des frais de remise en état La détermination de la « valeur marché » du véhicule</p> <p>La détermination du prix qui sera proposé au client (voir point 2/)</p> <p>Mise en situation Travail individuel Production orale</p> <p>Jury composé d'un formateur Et d'un professionnel</p> | <p><i>En relation avec les compétences C2.3.2 à C2.3.6</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de l'offre L'offre est adaptée aux besoins et potentialités du client L'argumentaire est structuré et prend en compte la situation du client. Les solutions de financement proposées sont correctement dimensionnées au regard des moyens du client. Les produits et services additionnels sont adaptés au profil du client. Les étapes de la négociation sont respectées. Les objections sont traitées et un contre argumentaire est développé. Les gestes commerciaux interviennent de façon adaptée. La décision du client est positive. <p style="text-align: center;">2/</p> <p><i>En relation avec la compétence C2.3.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du recueil et du traitement des informations Les informations concernant les différents paramètres du véhicule sont recueillies • Qualité du diagnostic Les pièces mécaniques et la carrosserie sont examinées dans leur ensemble. Leur état est correctement apprécié. Les frais de remise en état sont calculés au plus juste. La valeur marché est correctement estimée. La valeur de la reprise proposée est correcte. |

BLOC DE COMPETENCES N° 3 : GESTION DE LA RELATION ET FIDELISATION DE LA CLIENTÈLE AUTOMOBILE

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>A.3 Gestion de la relation et fidélisation de la clientèle automobile</p> <p>A.3.1 Le traitement des réclamations ou demandes d'informations exprimées par les clients.</p> <p>A.3.2 La tenue régulière du fichier clients au moyen d'un outil informatique dédié (CRM).</p> <p>A.3.3 Le suivi et l'analyse de la composition de son portefeuille clients.</p> <p>A.3.4 La réalisation des actions de fidélisation décidées ou validées par sa hiérarchie.</p> | <p>En s'appuyant sur la mise à jour régulière des informations les concernant dans outil informatique dédié, gérer et fidéliser les membres de son portefeuille clients, en mettant en œuvre les actions d'entretien et de suivi de la relation clients après la vente de véhicules automobiles, afin de maintenir un lien contribuant à leur satisfaction et à l'engagement de futures ventes.</p> <p>C3.1.1 Traiter les réclamations et demandes d'informations complémentaires émises par ses clients par le biais des canaux numériques ou traditionnels, en leur apportant les renseignements attendus ou en transmettant la requête aux services compétents de son entreprise si elle excède son champ de responsabilité, afin de garantir le respect de ses engagements en matière de service et de préserver la satisfaction du client.</p> <p>C3.2.1 Tenir à jour son fichier clients dématérialisé, en veillant à la mise à jour, la complétude et l'exactitude des informations les concernant dans l'outil informatique dédié de son entreprise et en appliquant strictement les obligations liées au RGPD, afin de maintenir sa connaissance des clients et d'optimiser la mise en œuvre de campagnes et d'actions de fidélisation.</p> <p>C3.3.1 Réaliser le suivi de son portefeuille client, en analysant sa composition et l'historique des achats effectués par ses clients, afin d'identifier les actions à mener et leurs cibles pour maintenir un contact contribuant à la fidélisation de ses clients.</p> <p>C3.4.1 Mettre en œuvre les actions de fidélisation décidées ou validées par sa hiérarchie, en informant ses clients par les canaux physiques et digitaux des offres et promotions qui leur sont destinées, afin d'éveiller leur intérêt et d'engager de futures ventes.</p> | <p><i>Les candidats sont évalués sur les productions suivantes :</i></p> <p><i>En relation avec la compétence C3.1.1 :</i> 1/ Le traitement d'une réclamation client</p> <p>Mise en situation Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> <p><i>En relation avec les compétences C3.2.1 et C3.3.1 :</i> 2/ La mise à jour et l'analyse d'un fichier client</p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> | <p>1/ <i>En relation avec la compétence C3.1.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité de l'analyse de la réclamation client La nature et la portée de la réclamation sont correctement identifiées et évaluées avec justesse La demande d'informations complémentaires permet de clarifier la situation et d'identifier l'origine ou les causes de la réclamation Le degré de criticité de la réclamation est correctement évalué Le bienfondé et la justification de la réclamation sont évalués au regard des engagements contractuels et commerciaux du concessionnaire Pertinence de la réponse apportée à la réclamation client La procédure de traitement de réclamation du concessionnaire est appliquée Le comportement mise en œuvre est de nature à désamorcer tout conflit et à pacifier la relation avec le client Différentes solutions de traitement de la réclamation sont envisagées Une suite formelle est réservée à la réclamation par le biais d'une communication écrite (électronique) rédigée dans le respect des règles syntaxiques <p>2/ <i>En relation avec les compétences C3.2.1 et C3.3.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Rigueur et exactitude de la mise à jour du fichier clients Les informations sont complètes Les informations sont actualisées L'outil informatique est utilisé avec efficacité Les obligations liées au RGPD sont appliquées conformément aux règles internes de l'entreprise Pertinence de l'analyse du fichier clients Les membres du fichier sont catégorisés en fonction de critères objectifs <p>La sélection des clients à cibler dans le cadre d'actions de fidélisation est cohérente au regard de leurs caractéristiques et de l'analyse de la composition du fichier</p> |
|--|--|--|---|

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | <p><i>En relation avec la compétence C3.4.1 :</i> 3/ La réalisation d'une action de fidélisation</p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> | <p>3/ <i>En relation avec la compétence C3.4.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité et conformité de l'action de fidélisation mise en œuvre (e-mailing) <p>L'emailing respecte les cibles identifiées et sélectionnées Les outils de communication (charte, visuel...) du concessionnaire sont intégrés dans le message à transmettre Le message transmis est clair, adapté à la cible visée et respecte la réglementation en vigueur Les règles et standards qualité de l'entreprise sont appliqués dans la mise en œuvre de l'action</p> |
|--|--|---|---|

BLOC DE COMPETENCES N° 4 : GESTION ADMINISTRATIVE DE LA COMMERCIALISATION DE VEHICULES AUTOMOBILES

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>A.4 Gestion administrative de la commercialisation de véhicules automobiles</p> <p>A.4.1 L'établissement des contrats et documents administratifs de vente.</p> <p>A.4.2 La communication des contrats et documents administratifs de vente aux services de son entreprise.</p> | <p>En conformité avec les règles relatives aux droits de la consommation et des contrats, opérer l'ensemble des tâches de gestion administratives liées à la commercialisation de véhicules automobiles, en veillant à la justesse et l'exactitude des informations transmises et des calculs effectués, et en appliquant scrupuleusement les procédures et spécificités organisationnelles de son réseau de distribution et sa démarche qualité.</p> <p>C4.1.1 Etablir le dossier administratif du dossier de vente/reprise d'un véhicule automobile, en vérifiant la conformité des informations portées, des conditions négociées, et des calculs effectués, incluant ou non la TVA selon le statut du client, privé ou entreprise.</p> <p>C4.2.1 Suivre le traitement d'une commande globale, en prenant en compte les spécificités organisationnelles des réseaux de distribution automobile et en appliquant les procédures en vigueur, afin de respecter leur démarche qualité.</p> <p>C4.2.2 Assurer le suivi financier et administratif d'une commande en respectant les règles de droit de la consommation et des contrats, afin de prévenir toute erreur mettant en péril la légalité de la transaction de vente ou reprise d'un véhicule automobile.</p> | <p><i>Les candidats sont évalués sur les productions suivantes :</i></p> <p><i>En relation avec les compétences C4.1.1, C4.2.1 et C4.2.2 :</i></p> <p>1/</p> <p>Etablissement d'un dossier administratif de vente</p> <p>Proposition commerciale incluant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prix véhicule, - options et accessoires, remises éventuelles, frais d'immatriculation - bonus/malus - contrats annexes, ... - valeur de reprise - proposition de financement - apport du client - financement retenu : mensualité - incidence TVA si client professionnel <p>Tous les documents liés à l'identification et l'engagement du client (factices dans l'exercice pour respecter le RGPD)</p> <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> | <p style="text-align: center;">1/</p> <p><i>En relation avec les compétences C4.1.1, C4.2.1 et C4.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Exactitude des informations portées dans le dossier Les informations portées sont exhaustives et correctes Les différentes solutions proposées sont prises en compte et leur pertinence vérifiée Les conditions négociées sont énoncées et conformes à l'accord • Conformité du dossier Le dossier est complet Le dossier est formalisé et constitué dans le respect des standards et exigences de l'entreprise Le dossier est communicable dans un contexte professionnel |
|---|--|---|--|

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>A.4.3 Le <i>reporting</i> de ses activités commerciales.</p> | <p>C4.3.1 Evaluer la rentabilité d'une opération commerciale afin de vérifier les marges réalisées et leur pertinence au regard des objectifs de l'entreprise et de ses règles comptables.</p> <p>C4.3.2 Effectuer le compte rendu de ses activités en analysant les axes qu'il doit améliorer pour réaliser une vente, afin d'atteindre les objectifs fixés.</p> | <p><i>En relation avec les compétences C4.3.1 et C4.3.2 :</i> 2/ Evaluation de la rentabilité d'une vente globale et l'analyse d'un bilan d'activité</p> <p>Incluant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prix de vente, prix de reprise, accessoires, prestations périphériques - rédaction d'un bilan écrit. <p>Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>Jury composé d'un formateur</p> | <p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C4.3.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Justesse de l'évaluation de la rentabilité d'une vente <p>Les différentes solutions sont prises en compte Tous les coûts sont répertoriés Le raisonnement est logique Les calculs intègrent toutes les données nécessaires Ils sont rigoureux et justes Ils respectent les règles comptables La rentabilité est justement appréciée</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C4.3.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Justesse de l'évaluation du bilan d'activité <p>Les résultats de vente et d'activité sont considérés au regard des objectifs initialement fixés Les écarts avec les objectifs fixés sont repérés et mesurés Les axes de progrès et d'amélioration sont identifiés</p> |
|---|---|--|--|