



Commission Paritaire Nationale Emploi Formation  
Intersecteur Papier Carton

**Certificat de Qualification Professionnelle**

***CQP Papier Carton  
Technico-commercial(e)***



## CQP Papier Carton Technico-commercial(e)

### Description de la qualification

Le (la) technico-commercial(e) possède une expertise technique (connaissance approfondie des produits industriels du secteur du papier carton et services de l'entreprise) doublée d'une compétence commerciale.

Porteur de l'image et de la culture de son entreprise, le (la) technico-commercial(e) a en charge la prospection et le développement du chiffre d'affaires de gammes de produits industriels ou de services de son entreprise, sur un territoire géographique défini.

Il (elle) démarché des clients et des prospects professionnels. À partir d'une analyse des besoins de ses clients formalisés par un appel d'offres ou un cahier des charges et de son expertise technique, il (elle) propose des solutions industrielles pertinentes sur le plan des fonctionnalités techniques, de la mise en œuvre et des services apportés. Il (elle) les formalise dans un document technique et commercial.

Il (elle) réalise le suivi de l'exécution des contrats, le suivi de ses clients, s'assure de leur satisfaction et met en œuvre des actions correctives, le cas échéant.

Il (elle) réalise la gestion de son portefeuille et assure le reporting de son activité.

### Référentiel d'activités

#### Organisation de son activité commerciale

- Recueil des informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'actions commerciales en direction des professionnels de son secteur : recueil d'informations sur les pratiques commerciales de la concurrence, caractéristiques économiques et commerciales de son secteur...
- Formalisation d'un plan d'actions correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise sur son secteur géographique et à sa gamme de produits, de solutions techniques ou services
- Organisation de ses activités commerciales (prise de rendez-vous, prospection, déplacement, participation à des salons, gestion administrative)

#### Prospection

- Veille sur le marché et les entreprises cibles, veille concurrentielle (entreprises, produits, services...)
- Identification de nouveaux clients, des nouveaux marchés, qualification des prospects et évaluation des potentiels
- Proposition et mise en œuvre de plans de prospection
- Prise de rendez-vous avec des prospects
- Représentations de son entreprise (lors de salons, des réunions de professionnels ...)

#### Gestion et fidélisation d'un portefeuille client

- Développement d'une relation personnalisée avec les clients
- Information et conseil des clients sur l'offre de l'entreprise et son évolution
- Recherche et mise en œuvre de modalités de collaboration ou de partenariat avec les clients et avec des fournisseurs
- Suivi de l'exécution du contrat, suivi des commandes, des livraisons, des paiements des factures
- Mise en œuvre et/ou suivi des actions correctives en cas d'insatisfaction du client



### **Proposition de solutions techniques adaptées aux besoins des clients**

- Identification des besoins et des attentes techniques et budgétaires du client après entretien, lecture de cahiers des charges, d'appel d'offres ...
- Recherche d'informations techniques, réglementaires, logistiques, financières et commerciales auprès des différents services de l'entreprise et/ou des fournisseurs
- Identification des solutions pertinentes
- Formalisation d'une proposition

### **Négociation de contrats de vente ou de prestations**

- Présentation et argumentation des solutions au client
- Négociation selon la politique commerciale de l'entreprise et conclusion de la négociation avec le client

### **Suivi et reporting de son activité commerciale**

- Mise à jour du fichier de clients et de prospects
- Renseignement et transmission de tableaux de suivi de son activité et de sa performance commerciale saisie et analyse des données
- Evaluation des résultats des actions commerciales
- Proposition d'actions correctives
- Présentation de ses résultats en réunion de service

### **Contribution à la définition de la politique commerciale de l'entreprise**

- Définition de ses objectifs commerciaux avec sa hiérarchie
- Proposition d'évolution de l'offre de l'entreprise à partir des informations recueillies sur le terrain
- Propositions d'amélioration des outils et documents de l'entreprise en lien avec son activité

## **Blocs de compétences**

- Bloc de compétences 1 : Elaboration et suivi d'un plan d'actions commerciales
- Bloc de compétences 2 : Analyse des besoins du client
- Bloc de compétences 3 : Elaboration et argumentation d'une offre technique et commerciale adaptée aux besoins des clients dans le domaine du papier et carton
- Bloc de compétences 4 : Communication avec différents interlocuteurs selon les médias appropriés
- Bloc de compétences 5 : Traitement des réclamations des clients et identification des points d'amélioration



## Fiches ROME les plus proches

Relation technico-commerciale code ROME D1407

- « - Prospecte une clientèle de professionnels, propose des solutions techniques selon les besoins, impératifs du client et négocie les conditions commerciales de la vente.
- Peut coordonner une équipe commerciale et animer un réseau de commerciaux ».

## Conditions d'exercice les plus fréquentes

Le (la) technico-commercial(e) est régulièrement en déplacement. Il (elle) exerce son activité en autonomie, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, et de son champ de responsabilité fixé par l'entreprise et sous la direction d'un responsable hiérarchique (par exemple le directeur commercial).

Il/ elle travaille en collaboration avec différents services de l'entreprise (par exemple : service technique, service de développement industriel, service de production industrielle...) et/ ou avec des fournisseurs.

Il garantit la meilleure relation possible avec les clients et se fait l'écho de ses attentes auprès de tous les services de l'entreprise.



## Référentiel de certification

Blocs de Compétences	Eléments de compétences	Résultats attendus observables et/ou mesurables	Modalités d'évaluation
Bloc de compétences 1 : Elaboration et suivi d'un plan d'actions commerciales	Recueillir et transmettre des informations pertinentes sur les entreprises de son secteur, leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources	<ul style="list-style-type: none"> <li>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, ...) et sont actualisées régulièrement</li> <li>Le choix des sources d'information est pertinent et justifié</li> <li>La fiabilité des informations recueillies est vérifiée</li> <li>Les informations sont transmises et tracés dans l'outil de gestion des clients selon les procédures de l'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Observation en situation de travail</b></li> <li><b>Entretien</b> avec les membres du jury d'évaluation sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>les activités en lien avec la mise en œuvre et le suivi du plan d'actions commerciales du candidat</li> <li>la politique commerciale de son entreprise</li> <li>les objectifs fixés pour le candidat et ses propositions de modifications</li> <li>les rendez-vous pris et les manifestations auxquelles participe le candidat</li> <li>le système et les outils de gestion de la relation client mis en œuvre par le candidat (fichiers clients...)</li> <li>Les tableaux de suivi utilisés et renseignés par le candidat</li> <li>les actions correctives mises en œuvre suite à des écarts</li> </ul> </li> </ul>
	Évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur son secteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une évaluation de la part de marché potentielle sur son secteur est réalisée à partir d'une analyse pertinente des informations sur le secteur</li> <li>Elle est expliquée et justifiée</li> </ul>	
	Décliner la politique commerciale de l'entreprise en objectifs commerciaux sur son secteur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les objectifs généraux de la politique commerciale de l'entreprise sont identifiés et pris en compte (chiffre d'affaires, volumes, marges, ...)</li> <li>Les actions à mener sur son secteur afin de répondre à la politique commerciale de l'entreprise sont identifiées, expliquées et sont pertinentes</li> </ul>	

	<p>Proposer des adaptations, ajustements, ou modifications des outils et documents de l'entreprise, en lien avec son activité, afin de répondre aux besoins de son secteur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des adaptations, ajustements ou modifications des outils et documents de l'entreprise sont cohérents avec l'analyse et les besoins de son secteur et argumentés</li> </ul>	
	<p>Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles...) sont identifiés et justifiés</li> </ul>	
	<p>Formaliser son plan d'action commerciale : organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et organisé</li> <li>• Les priorités sont identifiées, sont pertinentes au regard des objectifs définis et prennent en compte l'optimisation du temps, des moyens et le respect des procédures de l'entreprise</li> </ul>	
	<p>Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une prise de contact est effectuée avec des prospects et des clients</li> <li>• Des rendez-vous sont obtenus et leurs objectifs identifiés</li> <li>• Un système de suivi et de relance est mis en œuvre</li> <li>• Le taux de transformation de prospects en clients est conforme aux objectifs fixés</li> </ul>	



	<p>Elaborer et mettre à jour le fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les nouveaux clients sont qualifiés selon leur potentiel</li> <li>• Les données concernant les clients et prospects sont renseignées et mises à jour avec régularité en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise</li> <li>• Les rapports de visite sont formalisés régulièrement</li> <li>• Le système de gestion de la relation client/prospect est utilisé à bon escient</li> </ul>	
	<p>Renseigner des tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale sont renseignés avec régularité en conformité avec les consignes de l'entreprise</li> <li>• Les indicateurs utilisés et leur signification sont expliqués</li> </ul>	
	<p>Analyser les résultats de ses actions commerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats des actions commerciales sont analysés à l'aide des outils en vigueur dans l'entreprise et interprétés</li> <li>• Tout écart est identifié</li> <li>• Des actions correctives sont proposées à sa hiérarchie et argumentées</li> </ul>	

Blocs de Compétences	Eléments de compétences	Résultats attendus observables et/ou mesurables	Modalités d'évaluation
<p>Bloc de compétences 2 : Analyse des besoins du client</p>	<p>Créer des conditions favorables à l'échange avec le client</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entretien est préparé (prise d'information préalable sur les caractéristiques et l'historique du client)</li> <li>• 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, ...)</li> <li>• L'expression est claire et adaptée à l'interlocuteur</li> <li>• La posture est appropriée à la culture du client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Renseignement par le candidat d'un document écrit</b> sur la démarche qu'il met en œuvre pour analyser les besoins des clients</li> <li>- <b>Entretien</b> avec les membres du jury d'évaluation sur :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• les activités en lien avec l'analyse des besoins des clients</li> <li>• l'analyse de cahiers des charges ou appels d'offres et la réponse réalisée par le candidat</li> <li>• les offres proposées par le candidat</li> </ul> </li> </ul>
	<p>Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La technique de questionnement et de reformulation (phase de découverte) permet d'obtenir des informations complémentaires sur les besoins explicites et implicites du client</li> <li>• Les observations et remarques du client sont prises en compte lors de l'entretien</li> <li>• L'ensemble des besoins du client est identifié et analysé</li> </ul>	
	<p>Identifier et analyser les besoins du client à partir d'un cahier des charges ou d'un appel d'offres en prenant en compte les spécificités techniques et fonctionnelles explicites</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les spécificités techniques et fonctionnelles présentées dans le cahier des charges ou l'appel d'offres sont identifiées et expliquées</li> <li>• L'explication et l'analyse sont pertinentes</li> </ul>	
	<p>Identifier les produits, les solutions techniques, et services correspondant aux besoins du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les produits, solutions industrielles, services répondant aux besoins du client sont identifiés sur la base de critères objectifs et leur choix est justifié (type de packaging, supports et matériaux, techniques d'impression, de transformation ...)</li> <li>• Ce choix prend en compte la réglementation en vigueur pour le client et pour l'entreprise et la politique commerciale de l'entreprise</li> </ul>	





Blocs de Compétences	Eléments de compétences	Résultats attendus observables et/ou mesurables	Modalités d'évaluation
Bloc de compétences 3 : Elaboration et argumentation d'une offre technique et commerciale adaptée aux besoins des clients dans le domaine du papier et carton	Identifier l'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre (solutions techniques, moyens mis en œuvre, délais, conditions financières, respect de la réglementation...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l'offre est identifié, expliqué et pertinent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Renseignement par le candidat d'un document écrit sur la démarche qu'il a mise en œuvre pour élaborer une offre adaptée aux besoins d'un client</b></li> <li><b>Observation en situation de travail</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>d'élaboration d'une offre technique et commerciale</li> <li>de présentation au client d'une offre</li> </ul> </li> <li><b>Entretien</b> avec les membres du jury d'évaluation sur :               <ul style="list-style-type: none"> <li>les activités en lien avec l'élaboration d'offres techniques et commerciales</li> <li>les informations recherchées, les médias utilisés, les interlocuteurs sollicités</li> <li>les offres proposées par le candidat</li> <li>les objections des clients</li> <li>les négociations</li> </ul> </li> </ul>
	Rechercher et exploiter des informations sur les produits et services et les évolutions technologiques, à l'aide de médias appropriés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des informations complémentaires sur les produits et services ainsi que sur les évolutions technologiques sont recherchées, expliquées et analysées</li> <li>La recherche est réalisée à l'aide de documents et médias pertinents</li> <li>L'analyse des informations est pertinente</li> </ul>	
	Vérifier la faisabilité d'une offre auprès des différents services de l'entreprise (service de développement industriel, service de production...) ou des fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>La faisabilité et les conditions de l'offre sont vérifiées auprès des différents services concernés et / ou des fournisseurs (direction des ventes, bureau d'étude, service de développement industriel, production et transformation, logistique...)</li> </ul>	
	Identifier les éléments concernant la politique commerciale et financière de son entreprise, la réglementation et le droit commercial nécessaires à l'élaboration de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	
	Elaborer une solution industrielle pertinente (fonctionnalités techniques, mise en œuvre, services apportés, délais)	<ul style="list-style-type: none"> <li>La solution industrielle prend en compte les besoins, et les contraintes du client (fonctionnalités techniques, mise en œuvre, services apportés)</li> </ul>	

	<p>Formaliser une offre technique et commerciale adapté aux besoins du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une offre technique et commerciale est proposée au client selon un format approprié (devis, offre commerciale, réponse à un appel d'offres, réponse à un cahier des charges)</li> <li>• L'offre est complète, pertinente et est conforme aux objectifs commerciaux</li> </ul>	
	<p>Présenter les produits, solutions, services proposés seul ou avec un professionnel de son entreprise et apporter un conseil technique</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les caractéristiques des produits, solutions industrielles, services proposés par l'entreprise sont expliquées au client, des conseils techniques sont apportés en tenant compte de ses besoins</li> <li>• L'expression et le vocabulaire sont clairs, précis et pertinents</li> </ul>	
	<p>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"> <li>• L'ensemble de composantes de l'offre commerciale est présenté et expliqué</li> <li>• L'argumentation est organisée, cohérente et répond aux attentes du client</li> <li>• Des ajustements sont négociés avec le client dans le respect des marges de manœuvres préalablement définies</li> </ul>	
	<p>Conclure l'entretien</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une synthèse des décisions prises au cours de l'entretien est réalisée, la décision prise par le client est valorisée</li> <li>• Une formule personnalisée de prise de congé est émise en intégrant un calendrier de démarrage ou de nouveaux contacts</li> </ul>	
	<p>Établir une relation commerciale durable et de qualité entre l'entreprise et le client</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une relation commerciale de qualité est maintenue</li> <li>• Un conseil technique est apporté au client tout au long de la collaboration</li> <li>• La relation client s'inscrit dans la politique commerciale à long terme de son entreprise</li> </ul>	

Blocs de Compétences	Eléments de compétences	Résultats attendus observables et/ou mesurables	Modalités d'évaluation
<p>Bloc de compétences 4 : Communication avec différents interlocuteurs selon les médias appropriés</p>	<p>Identifier les interlocuteurs en lien avec son activité et les flux d'information afférents</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les services liés son activité sont identifiés</li> <li>• Les rôles et missions de chaque interlocuteur sont identifiés</li> <li>• Le processus de transmission d'informations entre les différents interlocuteurs est expliqué</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Observation en situation de travail</b></li> <li>- <b>Entretien</b> avec les membres du jury d'évaluation concernant :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• les documents renseignés</li> <li>• les échanges avec différents interlocuteurs</li> <li>• l'étude des différents documents (informatisés ou non) renseignés par le candidat dans son activité</li> </ul> </li> </ul>
	<p>Echanger efficacement avec différents interlocuteurs internes et externes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les techniques de prise de contact et de présentation sont mises en œuvre afin de répondre aux objectifs fixés</li> <li>• Une relation de qualité et personnalisée est créée rapidement avec le client</li> <li>• Des échanges réguliers sont établis avec les interlocuteurs internes et externes y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance</li> <li>• Les besoins, les demandes et les informations apportés par des interlocuteurs sont pris en compte</li> <li>• Les informations sont présentées, de façon claire et exploitable en utilisant le vocabulaire technique et/ou réglementaire adapté (en langue française ou étrangère)</li> <li>• Les réactions sont adaptées en cas de difficultés</li> </ul>	
	<p>Utiliser les réseaux sociaux et plateformes connectées dans le cadre de son activité</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différents sites de références pertinents sont identifiés</li> <li>• Les informations sont échangées en mode collaboratif</li> <li>• L'image de l'entreprise est valorisée dans ses échanges avec les interlocuteurs internes et externes</li> </ul>	



	Formaliser les résultats de son activité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats liés à son activité sont présentés sous forme de bilan, compte-rendu, rapport d'activité...</li> <li>• Les documents sont rédigés de façon précise et claire et sont exploitables</li> </ul>	
	Identifier l'impact de son activité sur les autres services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'activité des autres services de l'entreprise (marketing, commercial, bureau d'étude, développement, production, planning, qualité, logistique, achats ...) est prise en compte dans sa propre activité et expliquée</li> <li>• Ses priorités sont définies et expliquées</li> </ul>	



Blocs de Compétences	Éléments de compétences	Résultats attendus observables et/ou mesurables	Modalités d'évaluation
Bloc de compétences 5 : Traitement des réclamations des clients et identification des points d'amélioration	Recevoir et écouter une réclamation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La réclamation est prise en compte</li> <li>• Des informations complémentaires et éléments factuels permettant l'analyse de la situation sont recherchés auprès du client sans mise en cause de sa bonne foi</li> </ul>	<b>Entretien</b> avec les membres du jury d'évaluation sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>• le traitement des réclamations des clients par le candidat</li> <li>• la gestion des réclamations avec les services de l'entreprise</li> <li>• les procédures de gestion des réclamations</li> </ul>
	Identifier les raisons d'une insatisfaction, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une analyse technique des produits, des services et de leurs conditions d'utilisation est organisée avec le(s) service(s) adapté(s) : le service qualité, le service après-vente, le service commercial ...</li> <li>• Les raisons de l'insatisfaction, de la réclamation ou du litige sont identifiées</li> <li>• La gravité de la réclamation est identifiée</li> <li>• L'impact de la situation sur le client et sur l'entreprise est identifié</li> </ul>	
	Assurer la remontée de l'information auprès des services pertinents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les services pertinents pour traiter la réclamation ou le litige sont informés dans les délais requis et selon les règles en vigueur dans l'entreprise</li> </ul>	
	Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une réponse adaptée à la situation est apportée au client dans le respect des délais, des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise</li> <li>• L'adhésion du client aux propositions effectuées pour régler la situation est recherchée</li> </ul>	
	Identifier, mettre en œuvre et suivre les actions correctives et des actions d'amélioration continue	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les actions correctives et/ou actions d'amélioration sont proposées et argumentées</li> <li>• Les actions correctives sont suivies dans le respect des règles en vigueur et les résultats sont transmis aux interlocuteurs pertinents</li> </ul>	