

CQPI Vendeur/euse Conseil à distance

CQP Vendeur/euse Conseil à distance
*(Conseiller(ère) commercial(e) transport
aérien)*

Le Certificat de Qualification Professionnelle Vendeur/euse Conseil à distance (Conseiller(ère) commercial(e) transport aérien) permet de valider les compétences nécessaires au métier dans les entreprises de la branche. Il s'adresse :

- *aux salariés des entreprises accédant à ce métier ou souhaitant se perfectionner,*
- *aux salariés confirmés souhaitant obtenir une validation des acquis de l'expérience.*
- *aux nouveaux entrants jeunes et adultes,*

Ce CQP permet d'obtenir le CQP Inter-branches Vendeur/euse conseil à distance utilisé dans différents secteurs professionnels.

Il est constitué de plusieurs blocs de compétences. Il est nécessaire que les candidats valident l'ensemble des blocs de compétences pour obtenir leur CQP.

Le référentiel d'activités décrit les différents domaines d'activités qui sont confiés aux conseillers de vente dans différentes entreprises. Au sein d'une entreprise donnée, un professionnel peut ne pas réaliser toutes les activités du référentiel en fonction de l'organisation en vigueur.

Le référentiel de compétences décrit les savoir-faire qui doivent être maîtrisés par les candidats au CQP. Les critères d'évaluation fixent le niveau d'exigence pour l'évaluation de ces savoir-faire.

Description de la qualification

Accueille, informe et oriente la clientèle en face-à-face ou à distance dans le respect des exigences de service et de qualité de l'entreprise. Procède à la **réservation**, à la **vente** et à l'**après-vente** des **prestations de transport** et de **services associés au transport aérien** en délivrant des conseils adaptés en fonction des différents profils de clientèle et en faisant appel à des connaissances techniques.

Assure la promotion des produits et services, intervient dans la fidélisation de la clientèle et utilise l'ensemble des canaux de vente à sa disposition. S'adresse à des clients particuliers et peut également dans certaines entreprises être en contact avec des clients professionnels (agences de voyage, ...).

Peut travailler pour une compagnie aérienne, un exploitant d'aéroport ou une entreprise d'assistance en escale.

Appellations du métier

- Agent de vente
- Conseiller/ère / chargé(e) de relation clientèle
- Agent de réservation
- Vendeur/euse à distance
- Agent de comptoir
- Conseiller/ère de vente
- Chargé(e) de service client
- Agent billetterie
- Assistant(e) commerciale(e)
- Agent parcs et accès, ...

Conditions d'accès à la Validation des Acquis de l'Expérience

Le candidat doit disposer d'une expérience de la vente ou de l'après-vente en face à face ou à distance de produits ou prestations de transport et activités associées. La durée de cette expérience doit être de trois ans.

Référentiel d'activités

Accueil et information des clients

- ➔ Accueil physique ou à distance (téléphone, site internet, mail, médias sociaux, ...)
- ➔ Recueil d'informations sur la demande et les besoins des clients
- ➔ Transmission d'informations sur les services et prestations proposés par l'entreprise et ses partenaires
- ➔ Orientation vers les canaux adaptés en fonction de la segmentation et des attentes des clients

Conseil technique et vente

- ➔ Écoute et recueil d'informations approfondies sur les besoins et les attentes des clients
- ➔ Présentation et mise en valeur de services et prestations adaptées aux besoins des clients en phase de vente ou d'après-vente (changement de vol, bagages supplémentaires, repas, attribution de siège, surclassement, ...)
- ➔ Mise en valeur de la chaîne libre-service, des solutions digitales disponibles et accompagnement à leur utilisation
- ➔ Conseil technique aux clients
- ➔ Réalisation des ventes et proposition de services associés
- ➔ Rappel des conditions de vente liées aux prestations et / ou services choisis
- ➔ Conclusion et enregistrement de la vente
- ➔ Facturation et encaissement

Mise en œuvre d'actions de prospection et de fidélisation de la clientèle

- ➔ Valorisation de l'offre de l'entreprise et de ses partenaires lors des entretiens avec les clients (programme de fidélisation, avantages concurrentiels, ...)
- ➔ Présentation de l'entreprise et de ses partenaires, des prestations, services, opérations promotionnelles, programmes de fidélisation
- ➔ Conduite d'entretiens dans le cadre d'enquêtes de satisfaction

Traitement de l'après-vente et des réclamations

- ➔ Recueil et recherche d'informations sur les causes de la réclamation
- ➔ Présentation au client de propositions de traitement
- ➔ Mise en œuvre des procédures de traitement des réclamations, de dédommagement ou de remboursement

Communication et transmission d'informations

- ➔ Enregistrement d'informations sur les clients dans les outils à disposition (outils de GRC, fichiers, ...)
- ➔ Mise à jour des fichiers clients et prospects
- ➔ Transmission orale et écrite d'informations sur les clients, leurs suggestions et les situations rencontrées au sein de l'équipe et de l'entreprise
- ➔ Transmission orale et écrite d'informations sur les dysfonctionnements et les situations de réclamation identifiés

Référentiel de compétences et critères d'évaluation

CQPI Vendeur conseil à distance / CQP Vendeur conseil à distance (*Conseiller(ère) commercial(e)*)

Compétence 1 - Accueillir et identifier les besoins d'un client dans le domaine du transport aérien

Compétence 2 - Communiquer en anglais en situation de relation client

Compétence 3 - Analyser les besoins d'un client et vendre des prestations et des services associés au transport aérien

Compétence 4 - Conseiller un client et mettre en valeur l'offre de services et les prestations associées au transport aérien

Compétence 5 - Utiliser les outils informatiques de gestion de la relation client et les outils de réservation spécifiques à l'activité

Compétence 6 - Traiter l'après-vente et les réclamations clients

Compétence 7 - Organiser son activité et communiquer au sein de l'entreprise

Compétence 1 – Accueillir et identifier les besoins d'un client dans le domaine du transport aérien

- Réaliser la prise de contact conformément à la pratique en vigueur dans l'entreprise
- Adopter une attitude d'accueil et conduire un entretien selon les consignes en vigueur dans l'entreprise
- Traiter les situations d'accueil simultanées
- Communiquer en français avec un client
- Identifier la demande et les besoins du client
- Repérer le segment de clientèle auquel appartient le client en utilisant la typologie en vigueur dans l'entreprise
- Repérer les situations d'interculturalité et les traiter de manière adaptée
- Orienter le client vers le canal de vente adapté en fonction de la complexité de la transaction à traiter et de la politique commerciale en vigueur

Critères d'évaluation

Qualité de la prise de contact avec le client

- ✓ Accroche efficace d'un client hésitant
- ✓ Entrée en contact chaleureuse dans le respect de la distance professionnelle nécessaire
- ✓ Utilisation du message d'accueil en vigueur (formule d'accueil, règles de courtoisie, ...)
- ✓ Interruption des activités au cours de l'échange
- ✓ Marques d'attention et de disponibilité adressées oralement et/ou visuellement à l'interlocuteur
- ✓ Marques de reconnaissance (clients « fidèles », utilisation du nom du client ...) tout en observant distance et discrétion

Traitement des situations d'accueil simultanées

- ✓ Mise en attente adaptée de son interlocuteur
- ✓ Prise en compte des clients même si une situation d'échange est déjà en cours (signe visuel, sourire, ...)

Communication

- ✓ Clarté de l'expression : clarté et rythme de l'élocution, vocabulaire positif et compréhensible pour le client, phrases courtes, bien construites
- ✓ Ecoute et concentration tout au long de l'échange
- ✓ Attention portée à la qualité de l'expression, quel que soit le média utilisé : face à face, téléphone, site internet, médias sociaux, ...

Identification de la demande du client et du segment de clientèle

- ✓ Questionnement adapté du client
- ✓ Respect de la phase d'écoute
- ✓ Reformulation pertinente des besoins du client
- ✓ Identification du segment de clientèle auquel appartient le client
- ✓ Prise en compte des spécificités liées aux situations d'interculturalité
- ✓ Anticipation des besoins potentiels du client
- ✓ Repérage et prise en compte des situations ou de besoins spécifiques (langue étrangère, difficultés de mobilité, ...)

Orientation du client

- ✓ Sélection du canal de vente adapté aux besoins et au profil du client
- ✓ Présentation du canal de vente proposé et de ses conditions d'utilisation

Compétence 2 – Communiquer en anglais en situation de relation client

- Analyser la demande d'un client s'exprimant en anglais en face-à-face et/ou au téléphone
- Formuler des questions en anglais
- Expliquer un mode opératoire, présenter un service en anglais
- Exploiter des documents professionnels en anglais
- Rédiger des textes courts en anglais en lien avec son activité

Critères d'évaluation

Compréhension des demandes formulées en anglais par les clients

- ✓ Compréhension de différents types de demandes formulées par un anglophone en lien avec le contexte professionnel
- ✓ Compréhension du vocabulaire technique lié à l'activité
- ✓ Compréhension d'un message communiqué par téléphone
- ✓ Compréhension de différents accents

Communication en anglais avec les clients

- ✓ Clarté de l'expression orale en anglais : phrases courtes, compréhensibles par l'interlocuteur, bien construites
- ✓ Utilisation correcte du vocabulaire technique lié à l'activité
- ✓ Utilisation adaptée des formules de politesse à l'oral

Exploitation de la documentation professionnelle en anglais

- ✓ Compréhension des documents professionnels en anglais liés l'activité
- ✓ Rapidité dans la lecture des documents professionnels en anglais

Production de messages écrits en anglais

- ✓ Clarté de l'expression écrite en anglais : phrases courtes, compréhensibles par l'interlocuteur, bien construites
- ✓ Utilisation correcte du vocabulaire technique lié à l'activité
- ✓ Utilisation adaptée des formules de politesse à l'écrit

Compétence 3 – Analyser les besoins d'un client et vendre des prestations et des services associés au transport aérien

- ➔ Questionner le client pour identifier ses besoins
- ➔ Adopter une attitude d'écoute active et reformuler sa demande
- ➔ Présenter les prestations et les services associés au transport aérien, susceptibles de satisfaire le client
- ➔ Argumenter et mettre en valeur les services et prestations proposés lors d'une phase de vente ou d'après-vente
- ➔ Qualifier les objections du client et y apporter une réponse adaptée
- ➔ Repérer les services additionnels susceptibles de répondre aux besoins du client et les proposer
- ➔ Accompagner le client dans l'utilisation des outils de vente en libre-service ou dans son parcours digital
- ➔ Expliquer au client les conditions de vente liées aux prestations et services proposés
- ➔ Prendre congé conformément aux procédures établies

Critères d'évaluation

Découverte des besoins du client

- ✓ Pertinence des questions posées : questions claires, courtes, précises, complètes
- ✓ Recherche et prise en compte des attentes non exprimées par le client (analyse du ton, de la nature des informations communiquées en priorité et des questions posées, ...)
- ✓ Prise en compte de toutes les informations apportées par le client
- ✓ Reformulation de la demande du client avec ses propres termes
- ✓ Vérification systématique de la bonne compréhension des informations fournies par le client

Mise en valeur de l'offre auprès du client

- ✓ Présentation et mise en valeur de la solution proposée
- ✓ Mise en avant des informations correspondant aux centres d'intérêt du client
- ✓ Explication argumentée des choix et options possibles et des services proposés, le cas échéant des limites et contraintes associées
- ✓ Examen et prise en compte des signes d'attention verbaux et non verbaux émis par le client

Traitement des objections

- ✓ Questionnement du client pour comprendre les raisons de l'objection
- ✓ Reformulation des objections
- ✓ Mise en valeur des éléments de satisfaction liés à l'offre proposée (prestations de transport aérien, après-vente, services associés, ...)
- ✓ Réponse organisée aux objections

Rappel des conditions de vente et prise de congé

- ✓ Présentation claire des conditions de vente associées au service et aux prestations proposées (réglementation spécifique au transport aérien, documents accompagnant le voyage, conditions d'annulation, de remboursement, ...)
- ✓ Valorisation de l'acte d'achat réalisé par le client
- ✓ Formule personnalisée de prise de congé

Compétence 4 – Conseiller un client et mettre en valeur l’offre de services et les prestations associées au transport aérien

- Identifier les différentes gammes de services et prestations proposées par l’entreprise et par ses partenaires
- Sélectionner des services et prestations adaptés à la typologie de clientèle
- Identifier les qualités et avantages correspondant aux services et prestations proposés par l’entreprise et ses partenaires
- Identifier et exploiter les différents supports d’aide à la vente
- Mettre en œuvre les démarches commerciales définies par l’entreprise en direction de ses clients et prospects dans le cadre de campagnes de prospection ou de fidélisation

Critères d’évaluation

Maîtrise des services et prestations proposées

- ✓ Connaissance des différentes gammes de produits et services proposés par l’entreprise ou ses partenaires
- ✓ Orientation adaptée vers les offres et services des partenaires de l’entreprise
- ✓ Maîtrise du vocabulaire technique spécifique aux services et prestations associés au transport aérien

Conseil aux clients

- ✓ Prise en compte de l’ensemble des besoins et des attentes du client
- ✓ Adaptation des prestations et services offerts à la typologie de clientèle auquel appartient le client
- ✓ Mise en valeur argumentée des services complémentaires et des différentes options possibles (possibilité de changement de vol, bagages supplémentaires, repas, attribution de siège, surclassement, ...)
- ✓ Présentation claire des modalités d’utilisation de la chaîne libre-service ou des solutions digitales

Mise en valeur des avantages des services et prestations proposés

- ✓ Présentation argumentée des avantages des services et prestations proposés
- ✓ Mise en valeur de l’offre de l’entreprise et de ses partenaires
- ✓ Identification des objectifs et des enjeux des campagnes de prospection et de fidélisation en cours
- ✓ Clarté dans la présentation des outils de fidélisation de l’entreprise et de ses partenaires

Compétence 5 – Utiliser les outils informatisés de gestion de la relation client et de réservation spécifiques à l'activité

- ➔ Utiliser les applications dédiées à la gestion de la relation client (GRC) et les outils de réservation spécifiques au transport aérien
- ➔ Réaliser les opérations techniques de vente, de réservation et de modification
- ➔ Utiliser les applications utiles à son activité simultanément à un entretien avec un client
- ➔ Traiter les difficultés liées à l'utilisation des outils digitaux par les clients
- ➔ Identifier les informations nécessaires à la GRC et/ou aux campagnes de prospection et de fidélisation
- ➔ Mettre à jour la base de données et vérifier les informations consignées avec le client ou le prospect
- ➔ Rechercher des informations dans une ou plusieurs bases de données du système de GRC

Critères d'évaluation

Maîtrise des outils de gestion de la relation client et de réservation à disposition

- ✓ Utilisation de l'ensemble des fonctionnalités de l'outil de GRC et de réservation utiles à l'activité
- ✓ Aisance dans la conduite d'un entretien avec le client simultanément à l'utilisation de l'outil de GRC ou de réservation
- ✓ Maîtrise des outils digitaux mis à la disposition des clients pour effectuer et gérer leurs réservations

Accompagnement technique des clients

- ✓ Identification des besoins d'accompagnement des clients dans leur utilisation des outils digitaux ou de libre-service
- ✓ Explications claires apportées sur l'utilisation des outils digitaux ou de libre-service
- ✓ Souci d'utiliser des termes compréhensibles pour le client

Enregistrement des informations clients dans les outils de GRC et de réservation

- ✓ Identification rapide des informations clés à prendre en compte lors de l'échange avec le client
- ✓ Mise à jour de la base de données client chaque fois que possible (adresse, numéros de téléphone, courrier électronique, ...)
- ✓ Vérification systématique des informations enregistrées dans le cadre de l'échange avec le client : nature du service ou de la prestation vendue ou modifiée, conditions de vente, dates, ...
- ✓ Saisie fiable dans l'outil de GRC de l'ensemble des éléments liés à l'échange avec le client

Compétence 6 – Traiter l'après-vente et les réclamations clients

- ➔ Analyser les demandes des clients lors de l'après-vente et les réclamations
- ➔ Détecter les attentes des clients
- ➔ Qualifier l'objet de la réclamation ou de la demande d'après-vente
- ➔ Adopter une attitude appropriée auprès des clients face à des incidents ou réclamations courants
- ➔ Formuler une réponse adaptée et/ou proposer une solution adaptée et conforme aux procédures appliquées dans l'entreprise
- ➔ Mettre en valeur l'offre proposée par l'entreprise pour traiter l'après-vente ou la réclamation
- ➔ Transmettre les réclamations et demandes après-vente nécessitant un arbitrage dans le respect des procédures en vigueur

Critères d'évaluation

Analyse de la situation

- ✓ Examen de la cause / des causes exactes de la réclamation ou de la situation d'après-vente
- ✓ Recueil d'éléments probants sans mise en cause de la bonne foi du client
- ✓ Repérage de l'impact de la situation sur le client et sur l'entreprise
- ✓ Prise en compte des attentes du client

Traitement de la relation client en situation dégradée

- ✓ Attitude positive vis-à-vis du client, y compris en cas d'agressivité
- ✓ Prise de recul vis-à-vis du client : pas de signe d'agacement, pas d'agressivité, pas d'interprétation ni de jugement (du client, de la situation, ...)
- ✓ Ecoute du client : présence de signes d'écoute, de compréhension, d'attention à l'égard du client
- ✓ Questionnement bienveillant du client (nature de la réclamation, impact de l'incident, ...)
- ✓ Patience et tact dans le questionnement du client
- ✓ Expression montrant la compréhension des conséquences de l'incident pour le client
- ✓ Apaisement du conflit et recentrage de l'échange sur la situation à traiter
- ✓ Absence de mise en cause de ses collègues ou des autres services de l'entreprise
- ✓ Prise de distance avant formulation d'une réponse

Proposition de traitement de la réclamation ou de la demande d'après-vente

- ✓ Clarté des informations délivrées sur les différentes solutions envisageables pour traiter la situation
- ✓ Conformité des solutions proposées avec les procédures en vigueur en matière d'après-vente, de dédommagement voyageur et de traitement de réclamation
- ✓ Recherche de l'adhésion du client sur les propositions effectuées pour régler la situation
- ✓ Recherche de remise en confiance du client vis-à-vis de l'entreprise (vérification de la satisfaction quant à la solution apportée, rebond commercial, ...)
- ✓ Identification des cas pour lesquels le recours à un tiers est nécessaire

Compétence 7 – Organiser son activité et communiquer au sein de l'entreprise

- Identifier et exploiter les informations nécessaires à la réalisation des activités
- Disposer des documents de travail à son poste de travail
- Organiser son espace de travail de manière fonctionnelle
- Relever et transmettre les informations relatives au suivi des activités et de la clientèle
- Alerter en cas d'incident important
- Participer à l'information de l'équipe commerciale et à l'intégration des membres de l'équipe par la transmission de consignes et procédures ciblées nécessaires aux activités exercées

Critères d'évaluation

Exploitation des informations nécessaires à l'activité

- ✓ Compréhension et prise en compte des indicateurs et des objectifs de vente de son périmètre
- ✓ Identification des informations clés sur les clients, les situations rencontrées

Organisation de l'espace de travail

- ✓ Identification de l'ensemble des informations nécessaires à l'activité (procédures, offre commerciale, actions commerciales en cours, règles commerciales de l'entreprise, ...)

Diffusion des informations au sein de l'entreprise

- ✓ Transmission rapide et systématique des informations utiles au fonctionnement de l'équipe commerciale (activités, résultats, incident, d'afflux de clientèle, propositions d'amélioration, ...)
- ✓ Diffusion régulière des informations collectées auprès des clients aux interlocuteurs compétents (hiérarchique, membres de l'équipe, autres services, ...) selon les consignes et outils en vigueur dans l'entreprise
- ✓ Identification de l'utilisation potentielle de ces informations par les différents interlocuteurs et de l'importance de transmettre les informations sur les clients
- ✓ Ciblage des informations à diffuser (pas de surabondance de l'information ni de détails importants oubliés, les informations permettent la résolution des incidents éventuels)
- ✓ Clarté de l'expression écrite et / ou orale
- ✓ Transmission de connaissances aux membres de l'équipe

Tableau de correspondance avec le CQPI Vendeur Conseil à distance

Référentiel de compétences CQPI	Référentiel de compétences transport aérien
<p>C1- Accueillir et accompagner un client en situation de vente à distance.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaliser la prise de contact conformément à la pratique en vigueur dans l'entreprise. ▪ Adopter une attitude d'accueil et conduire un entretien téléphonique selon les procédures. ▪ Gérer les appels simultanés. ▪ Déterminer les demandes du client et répondre aux demandes. ▪ Orienter et/ou accompagner le client en vue du traitement de ses demandes. 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 1 (Accueillir et identifier les besoins d'un client dans le domaine du transport aérien)</i></p>
<p>C2- Analyser les besoins d'un client et vendre des produits et des services adaptés.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Questionner le client pour identifier ses besoins. ▪ Adopter une attitude d'écoute active en vue d'une reformulation de ses besoins. ▪ Proposer les articles pouvant satisfaire le client. ▪ Argumenter en utilisant les caractéristiques techniques et l'argumentaire de l'article. ▪ Identifier les objections et y apporter une réponse adaptée. ▪ Repérer les ventes additionnelles (supplémentaires, complémentaires) possibles et les proposer. ▪ Prendre la commande, présenter le prix total. ▪ Proposer les services liés à la clientèle ou aux articles et réaliser les opérations liées aux services. ▪ Enregistrer la commande et procéder aux opérations constitutives au règlement de la commande et aux opérations de vérification. ▪ Etablir les documents de vente. ▪ Prendre congé conformément aux procédures établies. 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 3 (Analyser les besoins d'un client et vendre des prestations et des services associés au transport aérien) pour les éléments portant sur la conduite de l'entretien de vente et dans la compétence 5 (Utiliser les outils informatisés de gestion de la relation client et de réservation spécifiques à l'activité) pour les éléments relevant de l'enregistrement et du règlement des commandes.</i></p>
<p>C3- Conseiller techniquement le client sur les produits et les services proposés par l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les différentes familles et sous-familles d'articles proposés par l'entreprise. ▪ Identifier les différents services liés à la clientèle et aux articles proposés par l'entreprise. ▪ Relever et comparer les caractéristiques techniques et commerciales des articles et des services proposés par l'entreprise. ▪ Identifier les qualités et avantages correspondant aux caractéristiques des articles et services en vue de la formulation d'un argumentaire de vente. ▪ Identifier et exploiter les différents supports d'aide 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 4 (Conseiller un client et mettre en valeur l'offre de services et les prestations associées au transport aérien)</i></p>

à la vente.	
<p>C4- Mettre en œuvre les démarches commerciales définies par l'entreprise en direction de ses clients et prospects dans le cadre de campagnes de prospection ou de fidélisation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et appréhender les objectifs et enjeux des campagnes de prospection et/ou de fidélisation fixées par l'entreprise. ▪ Contacter les clients et/ou les prospects à partir des fichiers et de la liste d'appels ▪ Effectuer les actions de prospection et/ou de fidélisation de la clientèle de l'entreprise selon les modes opératoires et argumentaires établis. ▪ Identifier et réaliser les objectifs qualitatifs et quantitatifs assignés aux opérations de prospections et de fidélisation 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 4 (Conseiller un client et mettre en valeur l'offre de services et les prestations associées au transport aérien) pour les éléments portant sur les actions de prospection et fidélisation et dans la compétence 7 (organiser son activité et communiquer au sein de l'équipe) pour les éléments portant sur les objectifs qualitatifs et quantitatifs</i></p>
<p>C5- Utiliser les potentialités des outils de gestion de la relation client.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliser et maîtriser les applications dédiées à la gestion de la relation client à distance de l'entreprise ▪ Identifier les informations nécessaires à la gestion de la relation client et/ou aux campagnes de prospection. ▪ Mettre à jour la base de données et vérifier les informations consignées avec le client ou le prospect. ▪ Rechercher des informations dans une ou plusieurs bases de données du système de GRC 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 5 (Utiliser les outils informatisés de gestion de la relation client et de réservation spécifiques à l'activité)</i></p>
<p>C6- Organiser son activité de vente à distance</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et exploiter les informations nécessaires à la réalisation des activités. ▪ Disposer des documents de travail à son poste de travail. ▪ Organiser son espace de travail de manière fonctionnelle 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 7 (Organiser son activité et communiquer au sein de l'entreprise)</i></p>
<p>C7- Traiter les retours et les réclamations clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recevoir les réclamations des clients et détecter les attentes. ▪ Appréhender l'objet de la réclamation ou du retour. ▪ Adopter une attitude adaptée auprès des clients face à des incidents ou réclamations courants. ▪ Formuler une réponse adaptée et/ou proposer une solution adaptée et conforme aux procédures appliquées dans le point de vente. ▪ Transmettre les réclamations et informations liées aux retours au responsable des ventes ou du 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 6 (Traiter l'après-vente et les réclamations clients)</i></p>

centre d'appels.	
<p>C8- Appréhender et participer à la dynamique commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les caractéristiques de l'entreprise. ▪ Identifier, interpréter et exploiter au cours des activités les objectifs et indicateurs de vente fixés et les informations relatives au fonctionnement du centre d'appels. ▪ Relever et transmettre les informations relatives au suivi des activités et de la clientèle. ▪ Alerter le responsable du centre d'appels en cas d'incident important. ▪ Participer à l'information de l'équipe commerciale et à l'intégration des membres de l'équipe par la transmission de consignes et procédures ciblées nécessaires aux activités exercées dans le centre d'appels. 	<p><i>Ces éléments figurent dans la compétence 7 (Organiser son activité et communiquer au sein de l'entreprise)</i></p>

Dans le Transport Aérien, la compétence 2 « Communiquer en anglais en situation de relation client » vient en complément des compétences requises pour le CQPI.