

Plan d'enseignement des conseillers de service automobile

Module 4 – Acquisition et vente (module principal)

Document	Plan d'enseignement des conseillers de service automobile Module 4 – Acquisition et vente (module principal)
Contenu	• Vue d'ensemble des modules de formation • Vue d'ensemble – plan d'enseignement 4 • Détail de la conception des domaines d'apprentissage • Description des situations de travail qui en dépendent et des dimensions des compétences
Documents afférents	• Matériel pédagogique de l'UPSA recommandé • Reflet économique de la FIGAS
Profession	Conseiller/Conseillère de service automobile avec brevet fédéral (examen professionnel) Numéro de série SEFRI : 16844 / règlement d'examen du 11.01.2021
Plan d'enseignement approuvé par	Commission d'examen des conseillers de service automobile
Version	V.2.1
Lieu, date	Berne, le 15 avril 2021

Vue d'ensemble des modules de formation – Conseillers de service automobile avec brevet fédéral

L'organisme responsable recommande d'organiser les champs d'apprentissage par ordre chronologique (numéro du champ d'apprentissage) et avec le volume indiqué

	N° de module	Désignation du module	Numéro du champ d'apprentissage	Désignation du champ d'apprentissage	Unités d'apprentissage en présentiel par champ d'apprentissage	Étude autonome Unités d'apprentissage par champ d'apprentissage	Total des unités d'apprentissage par champ d'apprentissage	Total des unités d'apprentissage par module
Modules de base	1	Bases de la communication	1.1	Bases de la communication	32	16	48	54
			1.2	Techniques d'entretien	4	2	6	
	2	Marché, branche et innovation	2.1	Connaissances de la branche et du marché et environnement	40	10	50	70
			2.2	Innovations et développements technologiques	16	4	20	
Modules principaux	3	Gestion de soi	3.1	Le rôle du responsable des interfaces	10	2	12	60
			3.2	Processus de travail et méthodologie de travail	10	2	12	
			3.3	Gestions des ressources personnelles	10	2	12	
			3.4	Encourager le développement personnel	10	2	12	
			3.5	Gestion des changements	10	2	12	
			3.6	Gestion des conflits	10	2	12	
	4	Acquisition & vente	4.1	Prise en charge de la clientèle	12	3	15	40
			4.2	Vente et offres	12	3	15	
			4.3	Planification d'événements	8	2	10	
	5	Gestion des clients	5.1	Contact avec les clients et gestion des clients	18	5	23	92
			5.2	Processus d'information & de service	18	5	23	
			5.3	Conseil des clients	18	5	23	
			5.4	Avoir un entretien ciblé	18	5	23	
	6	Services après-vente & coordination	6.1	Processus après-vente	32	8	40	110
			6.2	Interface avec les groupes d'intérêt & entreprises partenaires	16	4	20	
			6.3	Gestion des informations & coordination des ordres	24	6	30	
			6.4	Collaboration avec différents groupes d'intérêt	16	4	20	
Module interdisciplinaire	7	Module interdisciplinaire	7.1	Contenu du plan d'enseignement et combler les lacunes	8	4	12	40
			7.2	Mettre en réseau les contenus avec une approche axée sur la	16	2	18	
			7.3	Relier l'identité professionnelle et les actions au quotidien	8	2	10	
					368	100	468	Nbr total d'unités d'apprentissage
					45,75	12,5	58,25	Nbr total de jours d'apprentissage

Situation initiale :

* 1 unité d'apprentissage = 60 minutes
* 1 jour d'apprentissage = 08 unités d'apprentissage

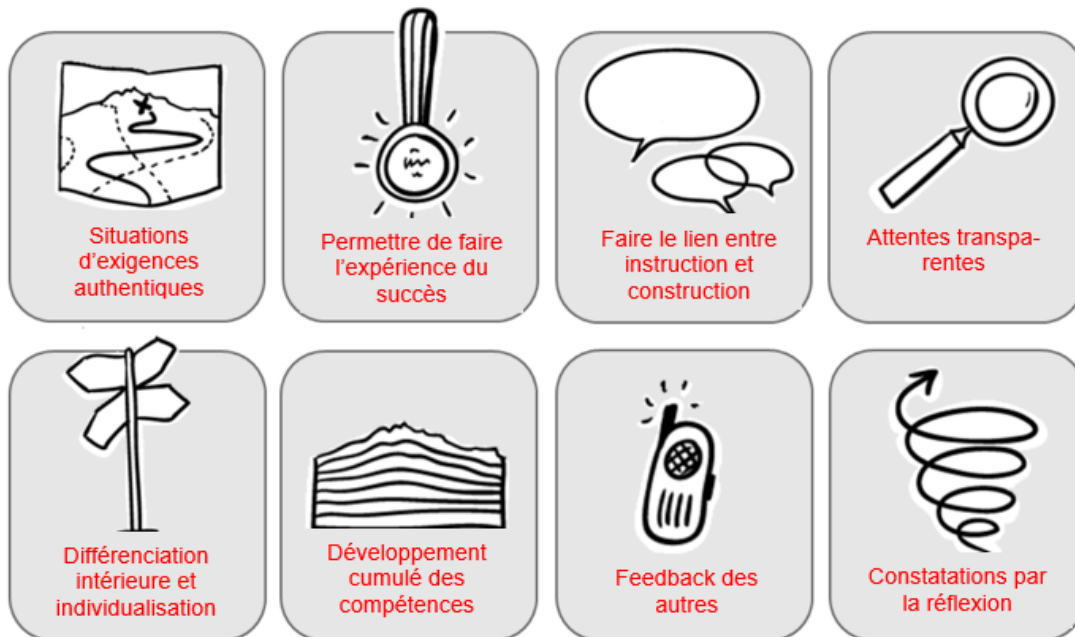
Vue d'ensemble

Structure du plan d'enseignement : le module « Acquisition et vente » est divisé en champs d'apprentissage que voici :

- Champ d'apprentissage 4.1 : Prise en charge de la clientèle
- Champ d'apprentissage 4.2 : Vente et offres
- Champ d'apprentissage 4.3 : Planification d'événements

Conditions-cadres didactiques
En raison du concept didactique, les conditions-cadres suivantes s'appliquent pour le module « Acquisition & vente » :
Heures d'apprentissage 40 leçons d'apprentissage sont disponibles dont 32 leçons d'enseignement.
Connaissances préalables Pour traiter ce module, les modules suivants (un ou plusieurs) doivent avoir été suivis : Module 1 – Bases de la communication Module 2 – Marché, branche et innovation Module 3 – Gestion de soi
Directives didactiques concernant l'enseignement axé sur les compétences : Les compétences des conseillers de service automobile à enseigner sont représentées dans les situations de travail élaborées (annexe 1 et profil de qualification). Situations de travail : Elles constituent des défis, des problématiques ou des exercices que la personne qui intervient doit maîtriser. Afin que les professionnels puissent maîtriser les situations de travail et opérationnelles, on attend de leur part des compétences opérationnelles. Des situations de travail typiques ont été déterminées et décrites lors du processus de définition de compétences opérationnelles pertinentes pour la formation et l'examen. Les situations opérationnelles à traiter lors de la formation ont été déduites de ces compétences. La compétence opérationnelle professionnelle doit se distinguer de la manière suivante : Variante 1 : « Savoir x Pouvoir x Vouloir » Variante 2 : « Compétences professionnelles, méthodologiques, personnelles et sociales ». Recommandations relatives à la conception de l'enseignement : Au maximum 1/3 d'exposé et 2/3 de transmission des connaissances avec un travail en groupe, une analyse d'entretiens (film) et des jeux de rôles, avec des situations prescrites et une élaboration par les participants, par exemple des réactions écrites à une lettre de plainte.

8 caractéristiques de l'enseignement axé sur les compétences :



Que dois-je modifier au niveau de l'enseignement axé sur les compétences par rapport à l'enseignement axé sur les matières ?

- La matière reste la base et la situation de travail pratique offre la situation de base pour l'action axée sur la pratique. Il ne faut enseigner et apprendre que ce qui peut être appliqué dans la pratique
- Pondération identique de toutes les aptitudes de base (lire, parler, écrire et écouter)
- Pondération accrue de la recherche et de l'argumentation
- Pondération accrue de la réflexion, de la présentation et de la documentation
- Comprendre les supports médiatiques et les utiliser de manière judicieuse et responsable, acquisition de compétences d'utilisateur approfondies

Le fournisseur de la formation doit formuler des directives didactiques détaillées.

Prestations d'examen :

La formation est classique et non modulaire. Cela signifie que pour être admis à l'examen final fédéral, il n'est pas nécessaire d'avoir réussi les examens des certificats de modules. L'organisme responsable de cette formation recommande cependant aux fournisseurs de la formation de contrôler les champs d'apprentissage à l'aide des unités d'examen harmonisées sur cette base.

Exemples de ces unités d'examen :

Élaborer une réponse écrite à une réclamation, entretien de vente avec une personne chargée de la vérification, analyse d'un jeu de rôles présenté (film) par la personne chargée de la vérification.

Le fournisseur de la formation doit formuler des prestations d'examen détaillées.

Détail de la conception des domaines d'apprentissage

Champ d'apprentissage 4.1 : Prise en charge de la clientèle

Conditions-cadres

Nombre de leçons d'apprentissage	Nombre de leçons Enseignement présentiel / étude autonome
15	12 / 03

Conception méthodologique de l'enseignement

Transmission de connaissances : Puzzle, exposé, formation, film

Entraînement : Exercices, consolidation des acquis

Exercice de transfert de connaissances : Application à son propre exemple

Dimensions des compétences pour le champ d'apprentissage 4.1 : Prise en charge de la clientèle

Dimensions des compétences Les conseillers de service automobile...	Contenus	Référence Situation de travail	Remarques
Consultent si nécessaire les différents groupes d'intérêt.	Aptitudes - Ils connaissent les différents groupes d'intérêt et leurs compétences. - Ils ont des échanges ciblés avec les différents groupes d'intérêt. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.1	- Gestion des parties prenantes (Gestion des groupes d'intérêt) - Avoir des rencontres/discussions ciblées
Sont prêts à répondre aux demandes et intérêts du client rapidement et en fonction de ses besoins. S'engagent pour garantir une prise en charge optimale des clients pendant le traitement de l'ordre.	Aptitudes - Ils savent montrer l'analyse des besoins dans les exemples de cas. - Ils expliquent le processus intégral de traitement des ordres. - Ils conçoivent professionnellement la prise en charge des clients. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.1 / b.2	- Analyse des besoins, tenue d'entretiens - Infrastructures - Concepts de prise en charge/collecteur d'idées
Veillent dès le début à bien gérer le profil du client dans le système d'information des clients.	Aptitudes Ils tiennent à jour le CRM avec des exemples.	b.1	L'importance du développement et de la gestion du

	• Ils traitent les systèmes d'information spécifiques aux clients. • Ils maîtrisent des techniques adaptées en matière d'acquisition, de fidélisation et de récupération des clients. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>		CRM (Customer Relationship Management) • Acquisition de clients/rétention de clients/récupération de clients • Valeur pour le client
Sont prêts à obtenir des retours des clients sur différents canaux. Analysent le feedback du client et en déduisent des mesures d'amélioration correspondantes.	Aptitudes • Ils traitent les critiques des clients sur différents canaux en utilisant des exemples avec une approche axée sur les solutions. • Ils déduisent des enquêtes réalisées auprès des clients des mesures d'amélioration appropriées. • Ils mènent des discussions de feedback avec professionnalisme en se basant sur des exemples de cas. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.1	• Critiques en ligne • Création et évaluation de sondages • Entretiens de feedback • Bases de données des constructeurs
Disposent de bonnes connaissances utilisateur dans différentes techniques de communication. Veillent à diriger proactivement les entretiens avec le client vers la vente et la conclusion. Veillent à garantir une communication convaincante et compréhensible.	Aptitudes • Ils mettent en œuvre les techniques de vente dans des exemples de cas. • Ils savent expliquer les principaux facteurs de la conclusion d'une vente à l'aide d'un exemple.	b.2	• Processus de communication • Entraînement • Processus de vente • Technique du questionnaire

Réfléchissent sur le déroulement après la conclusion de l'ordre et instaurent si nécessaire des mesures d'amélioration.	<i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>		
Disposent de connaissances de base sur la situation actuelle des clients.	Aptitudes Ils savent expliquer les principaux facteurs d'un Customer Experience/Customer Decision Journey optimal avec un exemple.	b.3	Customer Experience / Customer Decision Journey

Champ d'apprentissage 4.2 : Vente et offres

Conditions-cadres

Nombre de leçons d'apprentissage	Nombre de leçons Enseignement présentiel / étude autonome
15	12 / 03

Conception méthodologique de l'enseignement

Transmission de connaissances : Puzzle, exposé, formation, film

Entraînement : Exercices, consolidation des acquis

Exercice de transfert de connaissances : Application à son propre exemple

Dimensions des compétences pour le champ d'apprentissage 4.2 : Vente et offres

Dimensions des compétences Les conseillers de service automobile...	Contenus	Référence Situation de travail	Remarques
Disposent de connaissances utilisateur dans le domaine de la gestion d'entreprise.	Aptitudes Ils disposent de connaissances de base dans le domaine des finances (DB1, DB2).	a.3	Connaissances de base des finances (DB1, DB2, calculs, indicateurs, calculs de prix, taxe sur la valeur ajoutée)
Disposent de solides connaissances dans le domaine des prestations de garantie, de complaisance et d'assurance.	Aptitudes - Ils savent expliquer les principaux aspects dans le domaine des prestations de garantie, de complaisance et d'assurance à l'aide d'exemples. <i>Ils disposent de connaissances de base dans le domaine du droit des obligations (module de base 2).</i> <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	a.3	- Connaissances juridiques fondamentales et connaissances des marques en matière de complaisance et de délais de garantie <i>Connaissances de base du droit des obligations (module de base 2)</i>
Effectuent des entretiens de conseil et de vente et les concluent de manière vérifiable.	Aptitudes Ils expliquent à l'aide d'exemples les principaux aspects pour un entretien de vente ou de conseil axé sur le client.	a.4	- Processus de communication - Écoute active - Les quatre niveaux d'un message (Schulz von Thun)
Disposent de connaissances utilisateur dans le domaine des entretiens et des techniques de communication et de négociation.	Ils établissent des offres adaptées en fonction du constructeur et/ou de l'entreprise.		
Sont prêts à informer correctement les clients sur les différentes possibilités de paiement.	<i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>		

Disposent de connaissances utilisateur des offres. Analysent leurs marges de manœuvre en matière de possibilités de vente lors de l'entretien avec le client et élaborent une offre axée sur le client et l'entreprise.	Aptitudes • Ils expliquent les systèmes de calcul et d'offre connus usuels dans le commerce. • Ils expliquent la structure d'une offre à l'aide d'exemples. • Ils expliquent les différentes possibilités de paiement à l'aide d'exemples. • Ils expliquent les marges de manœuvre possibles en lien avec les possibilités de vente à l'aide d'exemples. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	a.4	• Propres systèmes / reposant sur le constructeur • Systèmes de calcul et d'offre connus usuels dans le commerce • Connaissances de base des finances (DB1, DB2, calculs, indicateurs, calculs de prix, taxe sur la valeur ajoutée)
Disposent de connaissances de base dans le domaine du marketing et des stratégies de vente.	Aptitudes • Ils disposent de bases générales des stratégies de marketing et de vente. • Ils expliquent les quatre besoins fondamentaux des clients dans la branche. • Ils expliquent le concept de « marketing mix » à l'aide d'exemples. • Ils disposent de connaissances utilisateur des instruments de marketing adaptés de leur branche.	b.1	• Compréhension des quatre besoins fondamentaux des clients (prestige, confort, prix, sécurité) • Compréhension des concepts Marketing Mix/instruments de marketing (4P / 7P) • Consumer Decision Journey
Disposent de solides connaissances des offres et prestations dans le domaine du service et de l'entretien.	Aptitudes • Ils disposent de solides connaissances spécifiques aux véhicules et aux marques. • Ils citent des offres et prestations possibles dans le domaine du service et de l'entretien. • Ils savent expliquer les principaux facteurs pour l'élaboration d'offres et de prestations dans le domaine du service et de l'entretien.	b.1	• Connaissances spécialisées • Connaissances spécifiques aux véhicules et marques

	<i>Les aptitudes spécifiques aux marques et aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>		
Sont prêts à se tenir au courant des rapports qualité/prix actuellement proposés en ligne et hors ligne.	Aptitudes • Ils disposent de solides connaissances professionnelles et des produits. • Ils savent expliquer les principales sources d'acquisition d'informations sur les rapports qualité/prix actuels. • Ils effectuent une comparaison avec la concurrence à l'aide d'exemples. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.1	• Connaissances professionnelles/des produits • Comparaison avec la concurrence • Obtention des informations Facteurs de réussite
Sont en mesure d'estimer le succès de leurs efforts d'acquisition lors d'un entretien avec un client et d'agir en conséquence. Analysent le succès de l'acquisition lors de l'entretien avec le client et soumettent des offres conviviales pour le client et l'entreprise.	Aptitudes • Ils effectuent des entretiens d'acquisition à partir d'exemples de cas. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.1 / b.2	• Processus de vente • Reconnaître les signaux d'achat verbaux/non verbaux • Connaissances spécialisées • Connaissances de base des finances DB1/DB2 • Communication écrite et téléphonique
Veillent à diriger proactivement les entretiens avec le client vers la vente et la conclusion.	Aptitudes • Ils expliquent les processus de vente à l'aide d'exemples. • Ils appliquent des techniques de communication adaptées pouvant mener à la conclusion de la vente à l'aide d'exemples.	b.2	• Processus de communication • Processus de vente • Technique du questionnement

	Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.		
Transmettent les prestations (prestations de service, contrats de maintenance, etc.) et les produits (pièces et accessoires) au client de manière gagnante. Sont motivés pour faire connaître proactivement au client les produits et prestations. Sont motivés pour coopérer avec l'atelier et le client avec une approche axée sur la solution et satisfaisante.	Aptitudes • Ils savent créer une histoire sur les produits et prestations. • Ils savent expliquer des mesures de Up-Selling et Cross-Selling adaptées sur la base d'exemples de cas. Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.	b.2	• Significations : - Up-Selling - Cross-Selling - Raconter une histoire • Processus de vente

Champ d'apprentissage 4.3 : Planification d'événements

Conditions-cadres

Nombre de leçons d'apprentissage	Nombre de leçons Enseignement présentiel / étude autonome
10	8 / 02

Conception méthodologique de l'enseignement

Transmission de connaissances : Puzzle, exposé, formation, film

Entraînement : Exercices, consolidation des acquis

Exercice de transfert de connaissances : Application à son propre exemple

Dimensions des compétences pour le champ d'apprentissage 4.3 : Planification d'événements

Dimensions des compétences Les conseillers de service automobile...	Contenu	Référence Situation de travail	Remarques
Participent proactivement à l'organisation de manifestations pour les clients et de promotions des ventes.	Aptitudes • Ils savent expliquer les principaux facteurs pour la planification d'une manifestation pour la clientèle. • Ils citent des mesures adaptées pour des promotions de vente à l'aide d'exemples. • Ils planifient et organisent une manifestation à l'aide d'un exemple. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>	b.3	• Compréhension des concepts Marketing Mix/instruments de marketing (4P / 7P) • Approfondissement dans le domaine de la promotion et de la communication • Définition des objectifs • Réalisation pratique d'une manifestation
Disposent de connaissances utilisateur en organisation.	Aptitudes • Ils élaborent un concept événementiel simple à l'aide d'un exemple. • Ils élaborent un plan de déroulement et de régie pour un petit événement à l'aide d'un exemple. • Ils expliquent les principaux facteurs d'une gestion adaptée des invitations. • Ils savent planifier et réaliser de petits projets. • Ils savent déduire d'un briefing des mesures adaptées et les expliquer.	b.3	• Concept événementiel simple • Plan de déroulement/de régie (simple) • Gestion des invitations • Gestion de projet simple • Débriefing
Sont prêts à développer un programme-cadre adéquat pour le client en lien avec les services après-vente et en concertation avec les services compétents.	Aptitudes • Ils disposent de connaissances utilisateur des techniques de présentation de prestations et de produits.	b.3	

Réfléchissent sur les manifestations et en déduisent des mesures d'amélioration pour de futurs événements.	• Ils savent expliquer différents programmes-cadres pour les clients à l'aide d'exemples. <i>Les aptitudes spécifiques aux entreprises doivent être appliquées et développées par les participants en complément à la pratique professionnelle de l'entreprise.</i>		
--	--	--	--

Description des **situations de travail et dimensions des compétences** pour le module principal 4 « Acquisition & vente »

Situation de travail	Critères de performance
a.3 Développer des solutions dans le domaine des services après-vente Les conseillers de service automobile développent des solutions dans le domaine des services après-vente (service et entretien, etc.) pour le client en autonomie ou en collaboration avec d'autres collaborateurs et services. Ils obtiennent des informations sur les prestations de maintenance et de service à apporter (y compris les prestations de garantie et de service) en fonction de la situation. Ils se remémorent les éventuelles prestations de garantie et / ou de complaisance et le cas échéant les contrats de maintenance et spéciaux existants. Sur la base de l'analyse des besoins, ils développent des propositions (le cas échéant des options) dans le domaine du service et de l'entretien du véhicule, le cas échéant en collaboration avec le chef d'atelier ou d'autres services compétents. Si besoin est, ils organisent une solution de mobilité alternative ou un service de récupération et de livraison. En cas de retards de livraison possibles ou de goulets d'étranglement dans l'atelier, ils examinent des rendez-vous alternatifs pour le client. Dans des situations exigeantes, ils effectuent une analyse et en déduisent des possibilités de solutions adaptées en fonction du client.	Les conseillers de service automobile... Potentiel de réalisation • Développent en autonomie ou en équipe des solutions pour les clients dans le domaine des services après-vente. Connaissances, compréhension • Disposent de connaissances de base dans le domaine spécialisé et technique, y compris les spécialités spécifiques aux différentes marques. • Disposent de solides connaissances dans le domaine des prestations de garantie, de complaisance et d'assurance. • Disposent de connaissances utilisateur de la gestion d'entreprise (notamment calcul, chiffres clés, calculs tarifaires, taxe sur la valeur ajoutée, etc.). • Disposent de connaissances utilisateur dans le domaine de l'organisation. Attitudes, valeurs, motivation • S'engagent pour trouver des solutions individuelles pour les clients adaptées sur le plan économique et technique. • Sont prêts à garder la vue d'ensemble des prestations de maintenance et de service à effectuer. • Veillent en permanence aux prestations de garantie et de complaisance et aux contrats de maintenance et spéciaux existants lors du développement de la solution. • Se tiennent en permanence informés des offres et solutions possibles de manière autonome. Métacognition • Analysent leur manière de procéder avec leur équipe et en déduisent des mesures de changement si nécessaire.

a.4 Mener des entretiens de conseil et de vente et conclure Les conseillers de service automobile mènent des entretiens de conseil avec le client en vue de conclure la vente. Sur la base de la clarification des besoins et de solutions possibles, ils se remémorent les conditions de l'entreprise et les marges de manœuvre disponibles. Ils préparent un devis adapté. Le cas échéant, ils consultent les services compétents au sein de l'entreprise (chef d'atelier, supérieur, etc.). Lors de l'entretien de conseil, ils soumettent les possibilités de solutions au client en fonction de la situation et les informent sur les travaux à venir et autres travaux requis (vidange, changement des pneus, réparation d'un impact...) ainsi que les conditions correspondantes. Ils proposent au client des prestations complémentaires et liées aux accessoires opportunes. Ils conseillent les clients sur la réalisation de potentiels en matière d'efficacité énergétique et leur donnent des conseils pour une conduite écologique. Ils appliquent les techniques d'entretien et de négociation en fonction de la situation pour conclure la vente en s'axant sur le profit obtenu en faveur de leur entreprise. Ils élaborent l'ordre pour l'exécution des travaux de service et d'entretien (ordre d'atelier) et le soumettent au client pour signature. Si l'ordre est validé, ils conviennent d'un rendez-vous dans l'atelier pour la réalisation des travaux. Ils actualisent les systèmes d'information, de documentation et de planification correspondants de l'entreprise.	Les conseillers de service automobile... Potentiel de réalisation • Effectuent des entretiens de conseil et de vente et les concluent de manière vérifiable. Connaissances, compréhension • Disposent de connaissances utilisateur des offres. • Disposent de connaissances utilisateur dans le domaine des entretiens et des techniques de communication et de négociation. • Ont des connaissances utilisateur dans le domaine des programmes utilisateur en informatique. • Disposent de solides connaissances des potentiels d'efficacité énergétique. Attitudes, valeurs, motivation • S'engagent pour obtenir les meilleures solutions possibles pour les clients dans le respect des conditions de l'entreprise. • Sont prêts à expliquer clairement aux clients les prestations complémentaires et liées aux accessoires opportunes. • Sont motivés pour actualiser les systèmes d'information, de documentation et de planification de l'entreprise. • Sont prêts à informer correctement les clients sur les différentes possibilités de paiement. Métacognition • Analysent leurs marges de manœuvre en matière de possibilités de vente lors de l'entretien avec le client et élaborent une offre axée sur le client et l'entreprise.
---	--

b.1 Acquérir des clients pour les services après-vente Les conseillers de service automobile acquièrent des clients pour les travaux de service et d'entretien. Ils effectuent en autonomie des travaux de recherche en ligne et hors ligne sur des comparaisons en matière de rapports qualité/prix actuellement proposés pour des prestations de service et d'entretien et échangent régulièrement avec le responsable de la distribution concernant les offres destinées aux nouveaux clients. Lors d'un entretien avec un nouveau client ou un client actuel, ils évaluent les demandes spécifiques et intérêts du client. Ils se renseignent sur le niveau d'information actuel du client sur les prestations de service, marques et modèles concrets. Ils présentent leur entreprise et montrent au client les possibilités et offres de l'entreprise dans le domaine du service et de l'entretien en fonction de ses besoins. À l'aide de questions de contrôle ciblées, ils estiment le succès potentiel de l'acquisition et prennent les mesures requises en fonction de la situation (offres spéciales pour les nouveaux clients, etc.). Ils concluent l'entretien en convenant de la suite des opérations. Si nécessaire, ils créent un profil du client dans le système d'information spécifique aux clients et notent les demandes spécifiques et les intérêts du client. Ils réfléchissent régulièrement sur leurs interactions avec les clients et développent de nouvelles approches. Ils demandent des retours aux clients soit directement soit par le biais d'outils adaptés.	Les conseillers de service automobile... Potentiel de réalisation • Acquièrent des clients prometteurs pour les services après-vente. Connaissances, compréhension • Disposent de connaissances de base dans le domaine du marketing et des stratégies de vente. • Disposent de solides connaissances des offres et prestations dans le domaine du service et de l'entretien. Attitudes, valeurs, motivation • Sont prêts à se tenir au courant des rapports qualité/prix actuellement proposés en ligne et hors ligne. • Consultent si nécessaire les différents groupes d'intérêt. • Sont prêts à répondre aux demandes et intérêts du client rapidement et en fonction de ses besoins. • Veillent dès le début à bien gérer le profil du client dans le système d'information des clients. • Sont prêts à obtenir des retours des clients sur différents canaux. Métacognition • Sont en mesure d'estimer le succès de leurs efforts d'acquisition lors d'un entretien avec un client et d'agir en conséquence. • Analysent le feedback du client et en déduisent des mesures d'amélioration correspondantes.
b.2 Gagner des clients pour des prestations et produits spécifiques aux véhicules Les conseillers de service automobile soumettent proactivement au client des prestations adaptées (prestations de service, contrats de maintenance, etc.) ainsi que des produits (pièces et accessoires) assortis au véhicule.	Les conseillers de service automobile... Potentiel de réalisation • Transmettent les prestations (prestations de service, contrats de maintenance, etc.) et les produits (pièces et accessoires) au client de manière gagnante. Connaissances, compréhension • Disposent de connaissances techniques et spécialisées de base. • Disposent de bonnes connaissances utilisateur dans différentes techniques de communication.

Lors des entretiens de conseil, ils expliquent les prestations et produits potentiels en fonction de la situation ainsi que leurs intérêts et avantages pour le client. Lors de la conclusion de l'ordre, ils se concertent avec l'atelier et s'efforcent de proposer un devis adapté et un rendez-vous rapide. Si besoin est, ils coordonnent ou mettent à la disposition du client une solution de mobilité pendant le traitement de l'ordre et organisent un service de récupération et de livraison. Ils demandent par la suite un retour au client sur la prestation ou le nouveau produit. Ils consignent les retours par écrit et instaurent si nécessaire des mesures correspondantes.	Attitudes, valeurs, motivation • Veillent à diriger proactivement les entretiens avec le client vers la vente et la conclusion. • S'engagent pour garantir une prise en charge optimale des clients pendant le traitement de l'ordre. • Sont motivés pour coopérer avec l'atelier et le client avec une approche axée sur la solution et satisfaisante. • Veillent à garantir une communication convaincante et compréhensible. Métacognition • Analysent le succès de l'acquisition lors de l'entretien avec le client et soumettent des offres conviviales pour le client et l'entreprise. • Réfléchissent sur le déroulement après la conclusion de l'ordre et instaurent si besoin est des mesures d'amélioration.
b.3 Participer à l'organisation des manifestations pour les clients et promotions de vente Les conseillers de service automobile organisent des manifestations pour les clients et des promotions des ventes avec le chef d'exploitation et en collaboration avec les services compétents. Sur mandat et de concert avec les services compétents (distribution, services supérieurs, etc.), ils réfléchissent à un programme cadre intéressant et adapté pour la manifestation. De concert avec les services compétents, ils se remémorent le segment de clients ou les clients qui doivent être invités. Lors de la manifestation, ils vont proactivement vers les clients. Ils effectuent des entretiens avec les clients en soulignant en fonction de la situation le lien avec l'entreprise, ses produits et prestations. Par des demandes de renseignement, ils vérifient avoir bien été compris par les clients.	Les conseillers de service automobile... Potentiel de réalisation • Participent proactivement à l'organisation de manifestations pour les clients et de promotions des ventes. Connaissances, compréhension • Disposent de connaissances utilisateur en organisation. • Disposent de connaissances de base sur la situation actuelle des clients. • Disposent de connaissances utilisateur de différentes techniques de présentation. Attitudes, valeurs, motivation • Sont motivés pour faire connaître proactivement au client les produits et prestations. • Sont prêts à développer un programme-cadre adéquat pour le client en concertation avec les services compétents. • Veillent à garantir une communication convaincante et compréhensible. Métacognition • Réfléchissent sur les manifestations et en déduisent des mesures d'amélioration pour de futurs événements.