



PLAN DE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES

TITRE PROFESSIONNEL

CONSEILLER DE VENTE



L2B Conseil & Formation

488, rue de la Chapelle – Immeuble MOEDE 2 - 97 122 BAIE-MAHAULT
Siret : 799 709 688 000 11 N° D'AGREMENT : 01 973 342 897 N° UAI DU CFA 9711248E
Mail : foad.l2bformation@gmail.com Tel : 0590 99 21 82

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Obtenir la certification Titre professionnel de Conseiller de Vente (CV), délivré par le Ministère du Travail (JO 13/10/2022), Niveau 4.

Le titulaire du TITRE PRO a pour perspective d'assurer les missions de gestion, d'animation et de développement d'un rayon ou d'un secteur marchand au sein d'une enseigne de la grande distribution générale ou spécialisée.

L'objectif de la formation est d'acquérir les compétences suivantes :

- 1/ Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal
- 2/ Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

LES MISSIONS

Dans les magasins, le conseiller de vente peut :

- Gérer les stocks, les chiffres de ventes et les retours éventuels
- Gérer les réassorts
- Recevoir, vérifier et installer les nouvelles livraisons
- Étiqueter les marchandises
- Conseiller et vendre
- Emballer les ventes en paquet cadeau
- Encaisser les paiements en utilisant différents moyens de paiement

- Comptabiliser et envoyer en informatique centrale la recette quotidienne
- Faire les vitrines et les rayons promotionnels
- Faire le ménage dans l'espace de vente
- Ranger l'espace de stocks

À distance, le conseiller de vente peut, de plus :

- Répondre à des questions sur la disponibilité des produits
- Régler des problèmes de livraison
- Répondre aux questions techniques

PRE REQUIS

Deux profils sont possibles :

- 1) Niveau scolaire bac ou équivalent hors secteur
- 2) Diplôme/titre professionnel de niveau BEP dans le secteur

Admission après étude du dossier de candidature, entretien et test de positionnement.
Personne en situation de handicap accepté

 **DUREE : 578 heures** de format° théorique **ACCESSIBILITE : ERPSH**

REFERENCES DE LA SPECIALITE

Intitulé du titre professionnel :
Conseiller de vente
Sigle du titre professionnel : CV
Niveau : 4 (Cadre national des certifications 2019)

Code(s) NSF : 312m - Commerce, vente - pas de fonction dominante
Code(s) ROME : D1211, D1214, D1209, D1210, D1212
Formacode : 34502

Date de l'arrêté : 28/09/2022 Date de
parution au JO de l'arrêté : 13/10/2022
Date d'effet de l'arrêté : 25/01/2023

Niveau et/ou domaine d'activité

Niveau 4 (Cadre national des certifications 2019)

Convention(s) : n° 3008 : Convention collective nationale des détaillants en chaussures

n° 3010 : Convention collective nationale des fleuristes, de la vente et des services
des animaux familiers n° 3034 : Convention collective nationale du commerce et de la
réparation de l'automobile, du cycle et du motocycle et des activités connexes, ainsi
que du contrôle technique automobile

n° 3049 : Convention collective nationale du commerce des articles de sports et
d'équipements de loisirs n° 3056 : Convention collective nationale du négoce de
l'ameublement

n°3065 : Convention Collective Nationale des Maisons à Succursales de Vente au
Détail d'Habillement n° 3076 : Convention Collective Nationale des Commerces et
Services de l'Audiovisuel, de l'Electronique et de l'Equipement Ménager

n° 3082 : Conventions Collectives Nationales Grands Magasins et
Magasins Populaires n° 3084 : Convention collective nationale de
l'optique-lunetterie de détail

n° 3120 : Convention collective nationale du commerce
succursaliste de la chaussure n° 3123 : Convention collective
nationale de la parfumerie de détail et de l'esthétique

n° 3131 : Convention collective nationale des entreprises de commerce, de location et
de réparation de tracteurs, machines et matériels agricoles, de matériels de travaux
publics, de bâtiment et de manutention, de matériels de motoculture de plaisance, de
jardins et d'espaces verts

n° 3148 : convention collective des commerces de gros de l'habillement, de la
mercerie, de la chaussure et du jouet

n° 3150 : Convention collective nationale des professions de la photographie

n° 3154 : Convention collective nationale des employés, techniciens et agents de
maîtrise du négoce des matériaux de construction

n° 3224 : Convention collective des détaillants et détaillants-fabricants de la
confiserie, chocolaterie, biscuiterie

n° 3240 : convention collective nationale du commerce de détail de l'horlogerie bijouterie

n° 3244 : Convention collective nationale du commerce de détail des fruits et
légumes, épicerie et produits laitiers

n° 3232 : Convention Collective Nationale du Bricolage (Vente au
détail en libre-service) n° 3240 : Convention collective nationale du
commerce de détail de l'horlogerie bijouterie

n° 3241 : Convention Collective Nationale du Commerce de Détail de l'Habillement et
des Articles Textiles n° 3251 : Convention Collective Nationale Commerces de détail
non alimentaire

n° 3252 : Convention collective nationale des commerces de détail de papeterie,
fournitures de bureau, de bureautique et informatique et de librairie

n° 3272 : Convention collective nationale des jardineries et graineteries

n° 3305 : Convention collective nationale du commerce de détail et de gros à
prédominance alimentaire n° 3311 : Convention collective nationale des employés
et agents de maîtrise des commerces de quincaillerie, fournitures industrielles, fers,
métaux et équipement de la maison

Code(s) NSF :

312m--Commerce, vente - pas de fonction dominante

Fiche(s) Rome de rattachement

D1211 Vente en articles de sport et loisirs

D1214 Vente en habillement et accessoires de la personne

D1209 Vente de végétaux

D1210 Vente en animalerie

D1212 Vente en décoration et équipement du foyer

SECTEURS D'ACTIVITE ET TYPES D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

- Grandes et moyennes surfaces alimentaires et non alimentaires
- Grandes et moyennes surfaces spécialisées
- Grands magasins
- Boutiques
- Magasins de proximité
- Négoces interentreprises
- Commerce de gros

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Conseiller clientèle
- Vendeur expert
- Vendeur conseil
- Vendeur technique
- Vendeur en atelier de découpe
- Vendeur en magasin
- Magasinier

Vue synoptique de l'emploi-type

N o Fi c h e A T	Activités types	N o Fi c h e C P	Compétences professionnelles
1	Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal	1	Assurer une veille professionnelle et commerciale
		2	Participer à la gestion des flux marchands
		3	Contribuer au merchandising
		4	Analyser ses performances commerciales et en rendre compte
2	Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal	5	Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image
		6	Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente
		7	Assurer le suivi de ses ventes
		8	Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

PROGRAMME DE LA FORMATION

BLOC DE COMPETENCES 1 – RNCP37098BC01

CONTRIBUER A L'EFFICACITE COMMERCIALE D'UNE UNITE MARCHANDE DANS UN ENVIRONNEMENT OMNISCANAL

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 1 : Assurer une veille professionnelle et commerciale

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de fournir des réponses pertinentes aux questions du client et lui apporter un conseil adapté à sa demande par une argumentation commerciale efficace, actualiser régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'unité marchande et de ses concurrents. Rechercher efficacement les informations sur l'évolution du marché, de l'offre, les comportements d'achat, la concurrence et les avis clients. Utiliser de manière pertinente des sources d'information telles que des sites internet et des réseaux sociaux.

Critères de performance

L'organisation de la veille mise en place permet une actualisation régulière des informations

Les principaux concurrents et leur positionnement sur le marché sont connus

Les sources d'information pertinentes pour le secteur d'activité de l'unité marchande donnée sont connues

La recherche d'information est menée de manière efficace

La sélection des sources d'information est pertinente par rapport au type d'information recherché

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité

Utiliser les sources d'informations professionnelles

Utiliser les médias et les outils numériques à disposition

Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'unité marchande

Assurer une veille sur les produits et services de l'unité marchande

Identifier les méthodes de veille informationnelle

Collecter l'information sur le marché, les évolutions des produits, les tendances

Synthétiser des informations

Diffuser l'information

Classer et analyser des informations

Développer la veille collaborative

Développer et maintenir l'*e-réputation*

Faire la distinction entre les faits et les opinions

Connaissance des procédures internes à l'unité marchande

Connaissance des mouvements des organisations sur les marchés

Connaissance des nouveaux secteurs et des nouveaux centres de compétences

Connaissance des valeurs et de la culture de son unité marchande Connaissance de la chaîne de valeur de l'unité marchande

Connaissance de la politique commerciale de l'unité marchande Connaissance

du comportement d'achat, des produits et services proposés

Connaissance de l'offre produits et services de l'unité marchande, et de la concurrence

Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité

Connaissance des réseaux sociaux en lien avec l'unité marchande

Connaissance des principes fondamentaux de l'économie circulaire
 Connaissance d'exemples d'économie circulaire réussis
 Connaissance des leviers et des freins à la mise en place d'une démarche d'économie circulaire
 Connaissance des intentions de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dit loi AGECE) et de la loi du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dit « loi climat et résilience »)
 Connaissance de l'indice de réparabilité
 Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 2 : Participer à la gestion des flux marchands

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des procédures et de la politique commerciale de l'unité marchande, en appliquant les règles d'hygiène, de sécurité et de prévention des risques, contribuer à la réception des marchandises. Repérer les anomalies et les signaler à la personne concernée. Préparer les produits pour leur mise en rayon ou pour constituer les commandes clients, dans le respect des consignes d'étiquetage et d'antivolage. Disposer les produits dans les rayons conformément aux règles de rangement. Tout au long des opérations de mise en rayon, veiller à l'accessibilité des produits et des issues de secours et s'assurer que les allées sont circulables. Utiliser les outils de vente et le cas échéant les outils de gestion des flux marchandises pour suivre ou actualiser les stocks du magasin et participer aux inventaires.

Critères de performance

Les procédures de réception des marchandises sont respectées
 La manutention des produits est effectuée en respectant les règles d'hygiène, de sécurité et de prévention des risques
 Les anomalies de réception sont identifiées et communiquées aux personnes concernées
 Les consignes d'étiquetage et d'antivolage des produits sont respectées
 Les règles de rangement sont appliquées

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Appliquer les consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap

Travailler en équipe Transmettre une consigne

Effectuer une réception de marchandise Ranger, préparer les produits pour la vente Effectuer une préparation de commande client

Utiliser les outils numériques permettant de suivre les flux marchandises en magasin

Assurer la manutention des produits en respectant la sécurité des personnes et des biens

Utiliser les matériels de stockage et de manutention

Appliquer les gestes et postures adaptés aux manutentions des produits Traiter la démarque connue et participer à la lutte contre la démarque inconnue Appliquer les procédures de réception et de stockage de l'enseigne

Participer aux inventaires

Appliquer les règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans l'unité marchande

Appliquer les règles et obligations légales concernant la réduction de gaspillage dans l'unité marchande

Suivre les stocks et les flux marchands

Mettre à jour les stocks à l'aide des outils de traçabilité

Rendre compte à la hiérarchie des anomalies de réception

Travailler en équipe

Transmettre une consigne

Connaissance de la réglementation concernant la santé et la sécurité au travail pour le domaine du commerce
 Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 Connaissance et utilisation des moyens d'aides à la manutention
 Connaissance du circuit des marchandises dans la réserve
 Connaissance des différents documents utilisés lors de la livraison
 Connaissance des sources d'approvisionnement du magasin
 Connaissance des outils informatiques et des règles de gestion des stocks dans un magasin
 Connaissance des contraintes liées à la nature des produits et à leurs conditions de stockage
 Connaissance de la loi de Pareto et de son application en magasin
 Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité à appliquer en réserve et sur la surface de vente
 Connaissance des différents matériels et des règles de manutention dans un magasin
 Connaissance de l'origine de la démarque magasin et des moyens et équipements de lutte contre celle-ci
 Connaissance des gestes et postures adaptés à la manutention des produits en magasin
 Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 3 : Contribuer au merchandising

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la réglementation commerciale et des règles d'implantation, de sécurité et d'hygiène propres à l'unité marchande, maintenir le rayon dans un état marchand en prenant en compte l'accessibilité des produits et la sécurité des clients.

Dans le cadre de la théâtralisation du point de vente, mettre en valeur les produits en promotion et les nouveautés, suivre les préconisations d'implantation ou choisir l'emplacement des produits, créer l'ambiance appropriée et faire preuve de créativité (harmonie des couleurs, signalétique, disposition des articles) dans la présentation des produits pour développer les ventes. Être force de proposition afin d'améliorer les ventes.

A la fermeture du magasin, remettre en ordre les produits dans le rayon afin de faciliter le remplissage du lendemain et, le cas échéant, ranger les produits en réserve suivant les règles d'hygiène et de sécurité.

Critères de performance

Les règles de tenue et de rangement du rayon sont appliquées : plein, propre, prix, promotions et présence Les mises en scène proposées sont pertinentes

Les améliorations proposées sont conformes aux règles du merchandising

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Assurer la manutention des produits en respectant la sécurité des personnes et des biens

Maintenir une implantation conforme et une présentation attractive

Utiliser le matériel de présentation approprié

Adapter les techniques de présentation des produits au contexte du point de vente

Baliser un linéaire en utilisant la charte signalétique de l'enseigne

Assurer au quotidien l'aspect marchand des linéaires et de la surface de vente

Vérifier en permanence la présence en rayon des produits en promotion

Appliquer les gestes et postures adaptés aux manutentions des produits dans un magasin

Effectuer les gestes citoyens-responsables préconisés par son unité marchande Appliquer la charte signalétique de l'unité marchande pour les promotions

Utiliser un planogramme

Proposer une mise en scène réaliste et pertinente

Gérer les priorités

Suivre les plannings du point de vente, le plan promotionnel et les périodes de publicité

Anticiper, organiser son travail

Appliquer des consignes

Préparer les opérations commerciales permanentes ou saisonnières

Travailler en équipe

Connaissance du circuit des marchandises dans le magasin

Connaissance des sources d'approvisionnement du magasin

Connaissance de la structure de l'assortiment du magasin

Connaissance de la règle des 20/80 (Pareto) et de son application en

magasin Connaissance des règles d'implantation d'un linéaire
Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité relatives au stockage des produits frais

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 4 : Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Analyser et évaluer son activité commerciale et ses résultats à l'aide de logiciels dédiés à la gestion de la relation client sur une période de référence. Identifier les sources d'éventuels écarts entre les objectifs fixés par l'unité marchande et ses résultats.

Réaliser un écrit destiné à la hiérarchie, comportant des éléments d'analyse de ses performances commerciales et des éléments de contexte permettant leur compréhension. Echanger avec sa hiérarchie et proposer des actions correctives afin d'atteindre les objectifs définis par la hiérarchie.

Critères de performance

L'analyse de l'activité commerciale et des résultats est pertinente

Les sources d'éventuels écarts entre les objectifs fixés et les résultats sont identifiées L'écrit destiné à sa hiérarchie est clair et comporte des informations exploitables

Les propositions d'actions correctives sont réalisables

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Décliner un objectif global en sous-objectifs

Analyser le plan d'actions commerciales fourni par sa hiérarchie Analyser les étapes du processus de vente

Analyser les écarts entre les résultats et les objectifs fixés Analyser la gestion de son temps

Analyser ses performances de manière réaliste

Identifier et proposer les mesures correctives à mettre en place Repérer les évolutions, révolutions du marché

Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'unité

marchande Compléter régulièrement ses tableaux de bord

Transmettre une information claire, vérifiée et répondant aux attentes de l'unité

marchande Informer l'unité marchande des évolutions concernant le marché et la concurrence

Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie

Connaissance des objectifs fixés par l'unité marchande

Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'unité

marchande Connaissance des outils bureautiques

Connaissance du marché et de la concurrence

BLOC DE COMPETENCES 2 – RNCP37098BC02

AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT DANS UN ENVIRONNEMENT OMNICAL

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 5 : Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale et afin de contribuer à la notoriété de l'unité marchande, valoriser son image par une présentation positive de ses produits et services. Sur les réseaux sociaux professionnels, créer et utiliser un profil en accord avec les valeurs de l'unité marchande. Respecter les règles de confidentialité propres à chaque réseau et veiller constamment à l'e-réputation de l'unité marchande.

Critères de performance

La présentation met en valeur les produits et services de l'unité marchande

La présentation de l'unité marchande et de ses produits et services est adaptée à l'interlocuteur

La présentation de l'unité marchande et de ses produits et services est adaptée aux canaux de communication

Les règles de confidentialité des réseaux sociaux sont connues

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Appliquer les réglementations, les règles de protection des données personnelles de

tous types Appliquer les règles de cybersécurité

Veiller à son image de marque (personal branding) et à l'e-réputation de l'unité

marchande Réaliser un argumentaire

Réaliser un *elevator pitch* (exercice de communication orale qui consiste à se présenter et mettre en valeur son projet face à un partenaire, situé à un niveau hiérarchique plus élevé que soi et dont le temps est compté.)

Créer un support numérique (présentation, vidéo, concours, page Facebook,

etc...) Appliquer les règles et les procédures de l'unité marchande en matière de

communication Respecter les consignes relatives à la présentation

Utiliser les outils bureautiques

Utiliser les réseaux sociaux, les forums et les blogs

Respecter les directives et les valeurs de l'unité

marchande Prospecter sur les réseaux

Utiliser « l'expérience client » pour communiquer sur le Web (évaluation en ligne, enquête satisfaction, témoignages)

Adopter le rôle d'ambassadeur de l'unité marchande

Présenter l'activité, les produits et les services de l'unité marchande sur son marché de manière claire

S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'unité marchande et son environnement

Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un

interlocuteur Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'unité

marchande

Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'unité

marchande Se présenter sur différents canaux de communication

Créer un profil professionnel adapté sur un réseau, un blog et le faire vivre

Connaissance des concepts de base du marketing

Connaissance du fonctionnement de l'unité marchande sur son

marché Connaissance de l'organisation et des statuts juridiques de

l'unité marchande Connaissance des produits et des services de

l'unité marchande Connaissance de la structure d'un argumentaire

Connaissance du positionnement des produits et services de l'unité marchande sur

son marché Connaissance des différents statuts du conseiller de vente

Connaissance des mécanismes de base de la communication

interpersonnelle Connaissance du panorama des réseaux sociaux et de

leurs caractéristiques Connaissance des termes courant de la

communication via les canaux numériques Connaissance des processus

qualité de l'unité marchande

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 6 : Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente**Description de la compétence – processus de mise en œuvre**

Dans le respect des conditions générales de vente de l'unité marchande, en tenant compte des caractéristiques du prospect ou du client et en prenant en compte d'éventuelles situations de handicap, préparer et conduire un entretien de vente. Illustrer les avantages du produit ou service en s'appuyant sur une documentation (supports papier ou présentation sur tablettes, smartphones ou ordinateurs). En adoptant une posture d'expert-conseil, au travers de l'échange, identifier le niveau d'information du prospect ou du client sur le produit ou service, analyser ses besoins et ses attentes. Conduire l'entretien de vente : construire une argumentation personnalisée, traiter les objections, négocier, proposer des produits additionnels et des services associés (cartes de fidélité, abonnement, financement...), conclure la vente, fixer les étapes ultérieures et prendre congé.

Critères de performance

Les clients sont accueillis, renseignés, servis et accompagnés dans l'utilisation de l'outil d'aide à l'achat en prenant en compte d'éventuelles situations de handicap

La préparation de l'entretien prend en compte les caractéristiques du prospect ou du client

Les avantages du produit ou service sont illustrés avec des supports adaptés au prospect

ou client Le niveau d'information du prospect ou client est identifié

Les besoins et attentes du prospect ou client sont

identifiés L'argumentation est personnalisée
Les objections sont traitées de manière efficace
La conclusion de l'entretien de vente est adaptée à la situation

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Assurer l'accueil des personnes en situation de handicap Maîtriser les bases des calculs commerciaux
Réaliser une démonstration
Prendre des notes exploitables au cours d'un entretien
Appliquer les conditions générales de vente de l'unité marchande Analyser un entretien de vente
Améliorer ses performances Utiliser les outils bureautiques
Utiliser les outils numériques (Smartphone, ordinateur portable, tablette)
Informé le prospect ou client sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
Informé le prospect ou client sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
Appréhender le prospect ou client dans son projet global
Détecter les besoins, les motivations et les contraintes du prospect ou client pour s'en servir comme points d'appui
Récapituler les besoins, les motivations et les contraintes du prospect ou client avant la proposition Argumenter de manière convaincante
Traiter les objections du prospect ou client avec pertinence et avec persévérance Présenter et défendre le prix de façon appropriée
Négocier avec le prospect ou client
Conclure la vente et quitter le client avec méthode
Enregistrer les ventes et encaisser les règlements des clients Vérifier les différents moyens de paiement
Appliquer les procédures d'enregistrement des marchandises
Respecter les consignes permettant de lutter contre les fraudes en caisse Gérer le flux client
Savoir gérer un terminal de paiement déporté
Rechercher des informations de manière ciblée Constituer un dossier client
Préparer ses ventes de façon pertinente
Lister les objectifs de la visite en tenant compte des intérêts du prospect ou client et de l'unité marchande Chiffrer les éléments de la vente et prévoir des objectifs de repli
Sensibiliser le client à l'impact de l'écologie
Communiquer de manière adaptée avec le prospect ou client en situation de handicap S'exprimer avec clarté et assurance
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur Saisir les signaux d'achat du client
Accueillir la demande du prospect ou client anglophone ou parlant une autre langue et prendre congé (niveau A1 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
Orienter le prospect ou client vers un collègue anglophone ou parlant une autre langue si nécessaire
Connaissance des principes fondamentaux de l'économie circulaire Connaissance d'exemples d'économie circulaire réussis.
Connaissance des leviers et des freins à la mise en place d'une démarche d'économie circulaire
Connaissance des intentions de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dit loi AGECE) et de la loi du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dit « loi climat et résilience »)
Connaissance de l'indice de réparabilité
Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique
Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la

déficience motrice, la déficience visuelle

Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps

Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap dans les commerces

Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle

Connaissance de l'argumentaire des produits et services référencés de l'unité

marchande Connaissance des conditions générales de vente de l'unité marchande

Connaissance du contexte économique et social de son secteur

d'activité Connaissance des produits et services de la concurrence

Connaissance des techniques de vente

Connaissance des indicateurs de la satisfaction et de la fidélisation

des clients Connaissance du cadre juridique de la vente

Connaissance des moyens de règlement et de financement

Connaissance des formules de politesse en anglais : saluer, prendre congé et proposer son aide.

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 7 : Assurer le suivi de ses ventes

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre du champ de responsabilité commerciale fixé par l'unité marchande et dans le respect des procédures, assurer le suivi de la commande jusqu'à la livraison du produit ou du service à l'aide des outils de gestion de la relation client, en relation avec le service administration des ventes de l'unité marchande. Prendre en compte les réclamations client et proposer une solution satisfaisante pour les parties.

Traiter les litiges et assurer un rôle d'interface, effectuer les relances, si nécessaire transmettre le dossier aux services compétents afin de contribuer au respect des engagements réciproques.

Critères de performance

Les procédures de l'unité marchande sont respectées

La solution proposée en cas de litige satisfait le client et préserve les intérêts de l'unité marchande Le litige est traité dans les limites de son champ de responsabilité

Le dossier est transmis aux services compétents si nécessaire

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Rédiger un compte rendu d'une vente client

Identifier la cause des réclamations, des litiges et les traiter dans le respect des procédures de l'unité marchande

Utiliser les outils d'aide à la performance (outils de gestion de la relation client, agendas électroniques) Mener un entretien dans le cadre d'un suivi clientèle, d'un traitement de

réclamation ou d'un litige Identifier le potentiel du client et mener les actions correspondantes

Relancer le prospect ou le client

Mobiliser les ressources de l'unité marchande pour la satisfaction

du client Informer régulièrement le client sur le suivi de son dossier

Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur

Rassurer le client sur la prise en compte de son insatisfaction en faisant preuve de neutralité

Connaissance des conditions générales et particulières de vente de l'unité

marchande Connaissance des outils d'aide à la performance utilisés dans

l'unité marchande Connaissance des techniques de traitement des

réclamations

Connaissance des procédures de l'unité marchande

COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 8 : Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale de l'unité marchande, afin de fidéliser son portefeuille client, analyser et anticiper les besoins du client pour proposer des offres commerciales

personnalisées. Tenir compte des spécificités du client et de son historique d'achat. Maintenir le contact par l'utilisation des réseaux sociaux et professionnels, de blogs ou par l'envoi de courriels. Informer le client régulièrement de l'évolution des produits ou des services de l'unité marchande et des offres promotionnelles. Inviter le client aux manifestations commerciales. Détecter les comptes inactifs et les relancer régulièrement.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce au sein l'unité marchande et de façon permanente.

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Faciliter ses futures ventes en anticipant les d'actions de fidélisation

à mener Utiliser les réseaux sociaux et les blogs

Appliquer les règles et les procédures de l'unité marchande

Mener un entretien dans le cadre d'une action de

fidélisation Réaliser un argumentaire

Mettre en place une offre commerciale de fidélisation ou de réactivation de compte

Déterminer le geste commercial nécessaire à la fidélisation du client dans le respect des procédures de l'unité marchande

Diffuser l'offre commerciale en utilisant les différents canaux de l'unité

marchande Créer un profil professionnel adapté sur internet

Organiser son travail en fonction de l'activité et de la fréquentation du point

de vente Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'unité

marchande

Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation et de questionnement face à un

interlocuteur Impliquer la clientèle dans l'élaboration d'actions de fidélisation

Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'unité

marchande Suivi des statistiques de la satisfaction clientèle

Suivi des notations de la clientèle

Connaissance des conditions générales et particulières de vente de l'unité

marchande Connaissance des moyens de fidélisation proposés par l'unité

marchande Connaissance des concepts de base du marketing

Connaissance de la structure d'un argumentaire

Connaissance du panorama des réseaux sociaux et de leurs caractéristiques

Connaissance des termes courant de la communication via les canaux

numériques

COMPÉTENCES TRANSVERSALES

Communiquer

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Prendre connaissance des consignes et demandes écrites et orales des clients et de sa hiérarchie et les comprendre. Demander des confirmations ou des précisions si nécessaire de manière claire.

Participer aux échanges professionnels avec les collègues et s'exprimer de manière factuelle. Au contact avec les clients, écouter leur demande et les renseigner de manière précise.

Expliquer le fonctionnement des outils d'achat et adapter son langage au niveau de compréhension du client. Maîtriser sa communication verbale et non-verbale dans des situations à potentiel conflictuel telles que des litiges, expliquer les limites de ses responsabilités et passer le relais à sa hiérarchie si nécessaire. Echanger avec des interlocuteurs différents en adaptant son expression, expliquer, développer une idée, un avis sur des sujets variés, rendre compte de son activité.

Critères de performance

Les consignes sont comprises

Des demandes de confirmation ou de précision sont formulées de

manière claire Les renseignements donnés aux clients sont précis

Le fonctionnement des outils d'achat est expliqué de manière adaptée au niveau de compréhension du client

La communication non-verbale et verbale est maîtrisée dans des situations à potentiel conflictuel

Postures professionnelle et Initiation Dev Durable

CEJM-TEG (Culture économique Juridique et Manageriale du tissu économique guadeloupéen)

Mobiliser les environnements numériques (NTIC)

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Sélectionner les applications et les logiciels en fonction de ses besoins, produire du contenu (tableau de bord) ; gérer et promouvoir son identité numérique, interagir sur des réseaux sociaux et des plateformes en respectant les règles d'usage et de sécurité

Mettre en fonction les outils d'aide à l'achat. Etablir le diagnostic lors d'une panne courante. Réaliser le premier niveau de maintenance des outils d'aide à l'achat.

Dans le respect de la réglementation relative à la collecte, à l'utilisation et à la protection des données personnelles, utiliser les outils numériques, les logiciels d'échanges d'information, les logiciels de traitement des données, les applicatifs de gestion d'une unité marchande et de la relation client afin de garantir la continuité et la qualité du service client

Critères de performance

Les outils d'aide à l'achat sont mis en fonction dans le respect des modes opératoires

La maintenance de premier niveau des outils d'aide à l'achat est réalisée dans le respect des modes opératoires La réglementation en matière de collecte, d'utilisation et de protection des données personnelles est respectée

VOLUME HORAIRE

N° du BLOC/	Intitulé des Modules	NOMBRE D'HEURES
BLOC DE COMPETENCES 1 – RNCP37098BC01 CONTRIBUER A L'EFFICACITE COMMERCIALE D'UNE UNITE MARCHANDE DANS UN ENVIRONNEMENT OMNISCANAL	Assurer une veille professionnelle et commerciale	200
	Participer à la gestion des flux marchands	
	Contribuer au merchandising	
	Analyser ses performances commerciales et en rendre compte	
BLOC DE COMPETENCES 2 - RNCP37098BC02 AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT DANS UN ENVIRONNEMENT OMNISCANAL	Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image	200
	Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente	
	Assurer le suivi de ses ventes	
	Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client	
MODULES TRANSVERSAUX	Communication (RAN)	20
	Le DP (méthodologie) + NTIC (environnements numériques)	40
	Postures professionnelles - Sensibilisation Dev Durable + CEJM Tissus Eco	25+15

Accueil, Positionnement, Evaluations, Préparation session d'examen, Suivis et Accompagnement personnalisé	78
TOTAL PARCOURS PRO théorique	578 heures

REGLEMENT D'EXAMEN

Les épreuves du titre professionnel conseiller de vente

En amont de la session d'examen, le candidat choisit un univers parmi trois thématiques :

Vente en alimentation

Vente en équipement de la personne

Vente en équipement de la maison

L'examen du TP Conseiller de vente comprend quatre épreuves :

Une mise en situation professionnelle (2h00)

Avant la mise en situation, le candidat tire au sort un sujet en lien avec l'univers choisi. Après avoir pris connaissance du sujet, il commente des documents de réception de produits ainsi que des documents d'opération promotionnelle. Il mène ensuite deux entretiens : un entretien de vente, à l'aide de fiches produit, et un entretien de suivi clientèle dans le cadre d'une réclamation. Le candidat complète la fiche client et la remet au jury.

Un entretien technique (30 min)

Un tableau de bord est remis au candidat par le jury. Après en avoir pris connaissance, le candidat le complète à partir de données fournies, l'analyse et prépare un plan d'actions. Il est ensuite questionné par le jury au sujet de son analyse des données du tableau de bord.

Un questionnement à partir de production(s) (1h10)

En amont de l'examen, le candidat présente un diaporama conçu en amont de l'examen, accompagné de douze fiches « produit ». Le jury la questionne ensuite à partir de sa présentation et d'une des fiches « produit ».

Un entretien final (15 min)

Un temps d'échange portant sur le dossier professionnel est organisé entre le jury et le candidat.

La durée totale des épreuves pour le candidat est de 3h55min.

L'aménagement de la session d'examen pour les candidats en situation de handicap pourra s'appuyer sur le guide pratique d'aménagement des sessions d'examen disponible à l'adresse suivante : <https://travail-emploi.gouv.fr/formation-professionnelle/certification-competences-pro/titres-professionnels-373014> , rubrique textes réglementaires/documents techniques.

MOYENS PEDAGOGIQUES:

La formation est encadrée comme suit:

- **Ressources Humains:** Par une équipe de 10 formateurs-consultants (formateurs spécialisés et expert professionnels) ainsi que 5 personnels encadrant (directeur, responsable pédagogique, responsable administratif référent RGPD, assistante de formation référent handicap et assistante communication commerciale), un référent social et mobilité
- **Ressources matérielles, techniques et technologiques :**

Le formé bénéficie d'un livret d'accueil, il signe le règlement intérieur, il bénéficie de séances de suivi personnalisé, des évaluations continues à froid et à chaud sont réalisées en cours de formation.

Cinq salles climatisées pouvant contenir de 15 à 30 personnes et équipées de tableau, de paper-board et de chaises, de vidéoprojecteur. Des photocopieurs et PC (en wifi) sont mis à disposition pour le formateur et des PC pour les formés. Fonds documentaires physique. Wifi, Plateforme de formation, Classes virtuelles, Supports pédagogiques déposés sur le drive du centre. Groupe whatsapp pour garder le lien et partager des informations.

- **Méthode pédagogique :**

Enseignements pédagogiques en session hybride mix présentiel et distanciel synchrone et asynchrone sous forme de cours magistral, TD et TP et Foad .

Outils pédagogiques innovants : mix hybride, Projet, Jeux de rôles et mises en situation ; QCM ; Échange interactif ; Etudes de cas ; Sorties et Visites pédagogiques.

Présentation numérique interactive, PowerPoint (Diaporama) ; Films, Vidéo ; Test ; Exposés. Logiciels spécifiques. Ressources pédagogiques numériques. Supports de cours partagées via le drive du centre.

LIEUX DE FORMATION :

Locaux de L2B Conseil et Formation : Baie-Mahault (ZI de Jarry) et Petit-Bourg (Zac de Colin local adapté aux personnes en situation de Handicap)

COUT DE LA FORMATION :

- Demandeurs d'emploi : aide financière ou financement possible par Organismes tels que CR et Pole Emploi selon les textes en vigueur
- Salarié(es) : CPF, nos conseillers vous accompagnent dans le montage financier du projet de formation selon les textes en vigueur
- Alternants : Prise en charge par les OPCO de branche selon les textes en vigueur (Apprentis ou contrat de pro)

CALENDRIER : (voir annexe)