

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 1 - Assurer la vente d'un produit et/ou d'une solution technique pour la maison dans un environnement omnicanal			
Activité 1.1 - Accueil et gestion de la relation client	C1.1. Gérer l'accueil client dans un contexte omnicanal en veillant au respect des ordres d'arrivée/de prise des appels afin d'assurer des conditions d'accueil fluides et ordonnées.	Epreuve n°1 – Mise en situation professionnelle A partir d'une situation reconstituée à travers un jeu de rôle (OF), le candidat devra mener un entretien de conseil et de vente complet auprès d'un client fictif (vente d'un produit principal, vente complémentaire et services associés...) à partir de l'expression d'un besoin produit et/ou d'une solution technique pour la maison.	<ul style="list-style-type: none"> - Les formules de bienvenue sont appliquées. - Les procédures d'accueil physiques de l'entreprise sont respectées. - Les appels sont pris en charge en respectant le process interne. Ils sont redirigés le cas échéant vers le service approprié. - La gestion de l'affluence en magasin est maîtrisée.
	C1.2. Prendre en charge un client, en physique ou en distanciel, en prenant en compte sa situation de handicap le cas échéant, afin de l'accompagner dans sa recherche de produit et/ou de solution technique pour l'habitat en recueillant l'expression de son besoin.	Le candidat préparera en amont de l'examen 10 fiches produit	<ul style="list-style-type: none"> - La procédure de prise en charge est respectée. - L'attitude et la posture sont conformes aux standards de l'enseigne ; la prise en charge est propice à la satisfaction client : courtoisie, disponibilité, écoute,

		<p>(format A4) représentant un large éventail de son offre sur un segment donné (literie, rangements, canapés, lampadaires...) et 4 fiches de produits complémentaires contenant chacune : la photo du produit, son prix, ses caractéristiques techniques et commerciales et les services associés. Le jury choisira une fiche produit et une fiche de produit complémentaire sur lesquelles le candidat se basera pour effectuer la mise en situation. Un membre du jury jouera le rôle du client en adoptant le profil et l'expression des besoins aux fiches retenues ainsi qu'en suivant la trame qui lui aura été transmise en amont de l'épreuve (grandes étapes du scénario, budget, impératifs...).</p>	<p>sourire, contact visuel le cas échéant, emploi d'un langage professionnel...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le handicap du client est pris en compte dans le processus de prise en charge : priorisation éventuelle de la prise en charge ; mise en place de méthodes adaptées pour comprendre ou se faire comprendre d'un client présentant un handicap auditif ou d'élocution. - Le parcours client dans un environnement omnicanal est pris en compte dans l'échange (cheminement, habitudes, offres identifiées en ligne...).
	<p>C1.3. Gérer les éventuels retours et mécontentements client en adoptant une posture facilitante afin de prévenir toutes tensions et de favoriser un climat propice aux échanges.</p>	<p><u>Le candidat sera évalué sur les éléments suivants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La posture professionnelle ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Les procédures de gestion des mécontentements sont correctement appliquées. - Le candidat adopte une posture calme et visant l'apaisement (tonalité, gestuelle, distance de l'interlocuteur...). - Le questionnement mené par le candidat est adapté à la situation et permet d'identifier la source du mécontentement. - Le candidat pratique une écoute active et reformule les éléments de réponse du client pour s'assurer de bien comprendre son problème.

	<p>C1.4. Contribuer ponctuellement à la prise en charge des litiges avec l'appui du responsable hiérarchique ou de la personne ayant autorité en la matière afin d'apporter une solution au client dans le respect des procédures internes de l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La pertinence des questions posées ; - L'identification des besoins ; - La pertinence des préconisations émises ; - La cohérence de l'argumentation ; - L'élargissement à une vente additionnelle/complémentaire ; - La négociation avec le client ; - La qualité de la conclusion de la vente et la facturation. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le questionnement mené par le candidat permet d'amorcer l'identification de la cause du litige. - Le client est redirigé le cas échéant vers la personne en charge de la gestion des litiges. - Les premières informations récoltées auprès du client sont correctement transmises au responsable assurant le relais de la prise en charge.
	<p>C1.5. Participer aux retours d'expérience client en collectant les avis et en favorisant leur publication en ligne afin de mesurer la satisfaction selon la politique de fidélisation de l'enseigne et dans le respect de la réglementation applicable.</p>	<p><u>Durée de l'épreuve</u> : 45 minutes (30 minutes de mise en situation + 15 minutes de questions/réponses avec le jury).</p> <p><u>Lieu de l'évaluation</u> : en organisme de formation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les questions posées par le candidat sont adaptées et permettent d'évaluer la satisfaction du client au sujet de l'expérience commerciale. - Le candidat encourage le client à publier en ligne un commentaire et/ou une note relative à son expérience. - La réglementation applicable en la matière (RGPD, droit commercial...) est respectée. - La politique de fidélisation de l'enseigne est correctement appliquée.
<p>Activité 1.2 - Conseil et accompagnement personnalisé du client</p>	<p>C1.6. Découvrir les besoins du client en le questionnant et en appliquant les techniques d'écoute active afin de préciser son profil et ses attentes et de faciliter l'identification des préconisations à émettre.</p>	<p>Epreuve n°2 – Mise en situation professionnelle</p> <p>A partir d'une situation reconstituée à travers un jeu de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les informations clés permettant de repérer les besoins du client, ses attentes et ses motivations sont recherchées. - Le questionnement effectué est pertinent.

		<p>rôle (OF), le candidat devra gérer l'accueil d'un client et la gestion d'une réclamation.</p> <p>Le jury mettra à la disposition du candidat pour un tirage au sort 5 situations de litige client pour lesquelles seront détaillées les informations relatives au contexte de la mise en situation. Un membre du jury assurera le rôle du client mécontent.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat utilise les différents types de questionnements (questions ouvertes, fermées, alternatives...). - Le candidat reformule les éléments de réponse du client pour s'assurer de sa bonne compréhension. - Les besoins du client sont précisés, ses attentes sont exprimées et décelées, ses motivations sont identifiées.
	<p>C1.7. Reformuler les informations transmises par le client en hiérarchisant ses motivations d'achat afin d'adapter l'argumentaire de vente (principal objectif, budget, délais, faisabilité, financement...).</p>	<p><u>Le candidat sera évalué sur les éléments suivants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La qualité de l'accueil ; - Le respect des procédures de prise en charge ; - La posture professionnelle ; - La qualité du traitement des réclamations ; - Le respect des procédures internes de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les besoins du client sont correctement retranscrits. - La motivation principale d'achat du client est bien identifiée et prise en compte. - Le client confirme la priorisation des objectifs qui composent sa démarche.
	<p>C1.8. Analyser le profil et les besoins du client en s'appuyant sur les informations issues des échanges préalables afin d'identifier l'offre de produit(s) et de services répondant au mieux aux attentes du client ainsi que différentes alternatives anticipant des nuances de goût.</p>	<p><u>Durée de l'épreuve</u> : 30 minutes (15 minutes de mise en situation + 15 minutes de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les besoins explicites et les attentes implicites du client sont correctement analysés. - Un argumentaire adapté au profil du client est préparé. - Le candidat anticipe de façon pertinente les remarques/questions du client et élabore des réponses adaptées. - L'analyse des besoins est complète et permet de proposer plusieurs solutions alternatives.

Activité 1.3 - Vente de produits et/ou de services au client	C1.9. Présenter au client l'offre de produit(s) et de services ciblée en argumentant sur les atouts identifiés comme répondant à ses attentes afin d'obtenir son approbation et ainsi répondre aux objectifs commerciaux de l'enseigne.	questions/réponses avec le jury). <u>Lieu de l'évaluation</u> : en organisme de formation.	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie commerciale de l'enseigne est bien appréhendée. - Les solutions proposées au client sont en adéquation avec ses besoins et ses motivations. - Le candidat développe un argumentaire de vente pertinent. - Les atouts de l'offre proposée sont clairement exposés. - Le candidat fait une démonstration/présentation détaillée du/des produit(s).
	C1.10. Emettre des préconisations techniques et fonctionnelles précises (entretien, mécanisme, montage, hygiène...) en s'appuyant sur l'analyse des motivations d'achat en termes d'usage et d'impact environnemental afin de renforcer l'argumentaire de vente pour faire face à l'exigence croissante des clients.		<ul style="list-style-type: none"> - La présentation au client comprend des préconisations techniques et des conseils d'utilisation et/ou d'entretien précis et pertinents. - Le candidat répond aux questions et/ou aux remarques du client de façon claire et détaillée. - L'argumentaire comprend des considérations environnementales et/ou écologiques (origine des produits, recyclabilité, durabilité...).
	C1.11. Proposer au client une vente de produit(s) complémentaire(s) (accessoires, personnalisation des produits...) ainsi qu'une offre de services en la détaillant (modalités de financement, livraison à domicile, montage et/ou installation du mobilier, coaching personnalisé,		<ul style="list-style-type: none"> - Une vente complémentaire de produit(s) est proposée au client. - Une offre de services est soumise au client. - Le candidat présente de façon claire et détaillée sa proposition commerciale.

	garantie...) afin d'augmenter le chiffre d'affaires du magasin et de contribuer à la fidélisation de la clientèle.		- Des réponses précises sont apportées aux questions du client le cas échéant.
	C1.12. Etablir une proposition en détaillant le chiffrage de l'offre de produit(s) et de services afin de présenter le coût potentiel total au client.		- Une synthèse des décisions prises au cours de l'entretien de vente est réalisée. - Le chiffrage est juste et détaillé. - Le candidat s'assure de la bonne compréhension du client.
	C1.13. Négocier avec le client et répondre à ses objections éventuelles en mettant en avant les avantages concurrentiels de l'offre proposée afin d'aboutir à la signature de l'offre par le client et/ou à la validation de l'acte de vente.		- Les objections sont identifiées et argumentées auprès du client. - Les techniques d'ouverture et de négociation sont mises en œuvre (empathie, questions ouvertes, écoute active, relativisation par comparaisons...). - La hiérarchisation et la reformulation des besoins du client sont employées dans l'argumentaire. - Un traitement positif des objections est recherché afin de conclure la vente. - Le candidat sollicite la validation du client.
Activité 1.4 - Conclusion de la vente et encaissement	C1.14. Monter, le cas échéant, le dossier de financement du client en se référant aux conditions générales de vente du magasin et en veillant à l'exactitude des données administratives et des pièces justificatives du dossier afin d'assurer sa validation.		- Les pièces justificatives nécessaires au montage du dossier de financement sont demandées et vérifiées. - Le dossier de financement est complet et conforme. - Les conditions générales de vente sont respectées.

	<p>C1.15. Éditer une facture et/ou un bon de commande en cohérence avec la vente et la prestation réalisée le cas échéant, en l'expliquant au client pour attester des opérations effectuées et des éléments facturés.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - La facture/le bon de commande est édité(e) et complet(e). - La facture présente l'ensemble des informations obligatoires et le détail des opérations réalisées. - La facture respecte les éléments indiqués dans l'offre chiffrée validée par le client. - Des explications claires et précises sont apportées au client.
	<p>C1.16. Procéder à l'encaissement du client en utilisant les outils à disposition et en contrôlant la conformité du paiement afin de s'assurer de l'aboutissement de la transaction.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - L'usage des outils de paiement est précisé. - Le moyen de paiement est contrôlé le cas échéant. - L'encaissement réalisé est juste (acompte, solde...). - Les procédures internes de l'entreprise sont respectées.
	<p>C1.17. Consolider l'acte d'achat du client en le confortant dans son choix et en valorisant ses décisions afin de renforcer l'expérience client à l'égard de l'enseigne.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - L'entretien de vente est conclu de manière adaptée et positive pour le client et pour l'enseigne. - La décision prise par le client est valorisée. - Les suites de l'achat sont détaillées étape par étape au client le cas échéant (délais de livraison, modalités de paiement de fin de solde...). - La prise de congé du client est personnalisée.

Bloc 2 - Concevoir et mettre en œuvre un projet de décoration et/ou d'aménagement de la maison			
Activité 2.1 - Suivi des tendances en décoration et aménagement d'intérieur	C2.1. Entretenir sa connaissance des produits et de l'évolution des tendances en décoration et en aménagement d'intérieur en menant une veille régulière afin de participer au développement d'une offre actualisée et au plus près des attentes du marché.	Epreuve n°3 – Dossier professionnel et soutenance orale En amont de la session d'examen, le candidat préparera un dossier professionnel visant à élaborer un projet de décoration et d'aménagement de l'habitation d'un client. Le détail du sujet pourra être déterminé avec le responsable de formation, avec l'appui éventuel du tuteur d'entreprise, et inspiré d'un cas réel auquel le candidat a participé ou qu'il a l'occasion d'analyser. Si le candidat se base sur un sujet fictif, il lui sera demandé à minima de le contextualiser en se basant sur l'offre commerciale de son entreprise. Le candidat présentera synthétiquement l'entreprise et son offre commerciale. Il détaillera ensuite le profil du client sur lequel se base l'exercice, ses besoins, ses	<ul style="list-style-type: none"> - Les sites web et les réseaux sociaux ressources en matière de décoration et de recensement des tendances sont identifiés. - Les salons et les principaux événements dédiés aux tendances et aux nouveautés sont connus par le candidat. - Les contenus sont suivis et exploités. - Les principaux concurrents présents sur la zone de chalandise sont identifiés. - Leurs offres, leurs méthodes et les actions commerciales sont repérées et analysées. - Le candidat partage les informations issues de la veille effectuée.
	C2.2. Assurer une veille des pratiques de la concurrence présente dans la zone de chalandise en identifiant les tendances et les outils afin d'interroger ses pratiques et de communiquer à son responsable les évolutions et les tendances observées.		
Activité 2.2 - Elaboration d'un projet personnalisé de décoration et/ou d'aménagement de la maison à partir des informations récoltées auprès du client	C2.3. Exploiter la connaissance de l'espace de vie du client et les informations afférentes (impératifs liés au handicap le cas échéant, contraintes techniques, décoration...) en analysant les contraintes et les besoins existants afin de lancer le développement d'un projet de décoration et/ou d'aménagement de l'habitat au plus près des attentes perçues et exprimées par le client.		<ul style="list-style-type: none"> - L'espace de vie du client et les contraintes associées sont correctement appréhendés. - Les impératifs en matière de handicap sont pris en compte (dimensions des meubles, espaces de circulation, accessibilité...). - La décoration et les tendances adoptées dans l'habitat du client sont connues du candidat. - Les besoins exprimés par le client et les attentes identifiées sont sus et analysés.

	<p>C2.4. Effectuer un relevé des cotes et des paramètres techniques de la/des pièce(s) à aménager et/ou à décorer à l'aide d'outils de mesure et/ou vérifier les encombrements afin d'évaluer les espaces et les volumes pour adapter au mieux les préconisations du projet.</p>	<p>motivations, son budget, la pièce concernée par sa demande et les informations récoltées quant à la décoration et l'aménagement d'origine de cette dernière (cotes, contraintes techniques, ambiance, éléments de décoration...).</p> <p>Le candidat devra confectionner un dossier détaillant l'élaboration globale d'un projet d'aménagement pour ce client en s'appuyant sur l'offre de sa surface de vente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les différents outils de mesure sont connus et correctement appréhendés. - Les mesures et les relevés sont effectués à l'aide des outils appropriés (mètre ruban, mètre laser...). - Le relevé des cotes est juste et techniquement pertinent. - Le candidat s'assure par validation d'un expert de la conformité de l'aménagement avec la législation en vigueur (alimentation électrique et sanitaire...) et des principales caractéristiques techniques (planéité des sols, faisabilité de l'enlèvement d'un revêtement...) le cas échéant.
	<p>C2.5. Vérifier la faisabilité technique de l'offre imaginée en sollicitant le cas échéant la validation des équipes techniques (poseurs, installateurs...) afin d'aboutir à un projet concret et réaliste à soumettre au client.</p>	<p><u>Ce dossier comprendra :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Une esquisse du projet sous forme de plan(s), de schéma(s) et/ou de dessin(s) illustrant les principales préconisations (aménagements, mètre et paramètres techniques, ambiances, couleurs, textures, objets, accessoires...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Les différents corps de métier entrant en action dans la mise en œuvre du projet sont identifiés. - Les points de contrôle sont recensés et soumis à avis/expertise. - Le candidat propose le cas échéant des ajustements du projet. - L'offre proposée est techniquement réalisable.
	<p>C2.6. Réaliser une première esquisse du projet en élaborant des plans, des schémas ou des dessins illustrant les préconisations (aménagements, ambiances, couleurs, textures, objets, accessoires...) afin de faciliter sa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La liste exhaustive et le chiffrage de l'offre de fournitures et des prestations à réaliser pour mettre en œuvre le projet (installation, travaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Les plans/schémas/dessins réalisés ou non à main levée sont clairs, précis et compréhensibles. - Les dimensions y sont correctement retranscrites.

	présentation au client et de favoriser sa capacité à s’y projeter tout en intégrant dans la mesure du possible des solutions éco-responsables en termes d’éclairage, de matériaux et de matières.	annexes, estimation du nombre de jours par corps de métier, chronologie des interventions...).	<ul style="list-style-type: none"> - Les ambiances, les couleurs et les textures sont identifiables. - Le paramètre éco-responsable est intégré, dans la mesure du possible, aux préconisations. 	
Activité 2.3 - Mise en œuvre d’un projet de décoration et/ou d’aménagement de la maison	C2.7. Identifier l’ensemble des prestations à réaliser et les fournisseurs à contacter en suivant le détail du projet validé par le client afin de pouvoir organiser et lancer le démarrage du projet.	<ul style="list-style-type: none"> - Un rétroplanning de la mise en œuvre du projet. - La liste des principaux points de vigilance à contrôler lors des visites de chantier. <p>Ce dossier sera évalué lors de sa présentation au jury dans le cadre d’un entretien. Le candidat argumentera notamment sur le choix des préconisations techniques et de l’offre commerciale au regard des caractéristiques client initiales. Un échange sous forme de questions/réponses avec le jury clôturera l’épreuve.</p> <p><u>Le candidat sera évalué sur les éléments suivants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La faisabilité et la pertinence du projet au regard des informations et des contraintes imposées ; 	<ul style="list-style-type: none"> - Les différentes prestations à réaliser sont listées de façon exhaustive et classées chronologiquement. - La typologie et les coordonnées des fournisseurs sont recensées. - Les process de l’entreprise sont appliqués et les outils internes sont utilisés le cas échéant. 	
	C2.8. Assurer la gestion administrative du projet (fournitures, poses, travaux annexes...) en veillant à la bonne réception et au suivi des éléments intermédiaires de chiffrage et de règlement (devis, bons de commande, factures) afin de contribuer au bon déroulement du projet et à sa conformité aux procédures.			<ul style="list-style-type: none"> - Les devis attendus sont reçus et conformes. - Les bons de commande sont passés et correspondent au projet validé par le client. - Les échéances de paiement sont suivies et contrôlées. - Les relances nécessaires sont effectuées. - Les procédures internes en matière de gestion administrative sont respectées. - Le règlement des factures intermédiaires est vérifié.
	C2.9. Assurer le suivi des commandes en contribuant au contrôle du contenu et de l’état des arrivées afin de participer à la bonne coordination du chantier.			<ul style="list-style-type: none"> - Les produits réceptionnés sont conformes à la commande (références, quantités, qualité, délais, absence d’altération due au transport...).

		<ul style="list-style-type: none"> - L'identification des ressources nécessaires et des principaux points de vigilance ; - La qualité de la planification du projet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les produits non conformes sont isolés, l'information est communiquée conformément à la procédure interne.
Activité 2.4 - Suivi du chantier de décoration et/ou d'aménagement en lien avec l'équipe d'installation	C2.10. Contribuer au contrôle de la bonne exécution des travaux sur le chantier en y assurant des visites régulières et en échangeant avec les équipes techniques afin de veiller au bon déroulement des prestations.	<p><u>Durée de l'épreuve</u> : 45 minutes (20 minutes de présentation + 25 minutes de questions/réponses).</p> <p><u>Lieu de l'évaluation</u> : en organisme de formation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat organise ses visites sur le chantier. - La mise en œuvre des travaux et le respect des délais sont régulièrement vérifiés. - Le candidat participe aux échanges avec les équipes techniques. - Les informations/points d'alerte sont transmis à la hiérarchie.
	C2.11. Œuvrer à l'identification et à la gestion des écueils et des aléas en assurant les remontées d'information aux parties prenantes concernées afin de favoriser la mise en œuvre d'actions correctives.		<ul style="list-style-type: none"> - La/les anomalie(s) identifiées sont communiquées aux référents concernés ainsi qu'à la hiérarchie. - Le candidat est informé du suivi de la recherche d'actions correctives et de leur mise en œuvre.
	C2.12. Participer à la réception et aux contrôles de fin de chantier en vérifiant la mise en œuvre et en faisant valider la conformité des installations ainsi que l'application des normes handicapées le cas échéant, afin de confirmer la concordance avec le projet commandé et de clôturer les travaux.		<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat sollicite les experts techniques appropriés pour effectuer les contrôles. - Les points de vigilance identifiés en début de projet sont vérifiés et conformes aux attendus. - Les impératifs en matière de handicap sont respectés. - Le résultat du chantier est conforme au projet validé par le client.

Bloc 3 - Tenir et animer une surface de vente			
Activité 3.1 - Tenue et gestion de la surface de vente	C3.1. Participer à la mise en valeur des produits et des services de l'enseigne en appliquant les règles de merchandising, la stratégie et le calendrier commercial ainsi que la réglementation en vigueur afin de participer à l'attractivité commerciale de l'espace de vente et de valoriser l'offre du magasin.	Epreuve n°4 – Dossier professionnel et soutenance orale En amont de la session d'examen, le candidat réalise un dossier professionnel présentant une animation ou une opération commerciale réalisée dans son entreprise. La présentation du dossier est structurée par chapitres d'après le plan suivant : - Chapitre n°1 : une description synthétique de l'entreprise (les caractéristiques générales du point de vente, la politique commerciale, ses atouts et sa stratégie de développement, son positionnement sur le marché, la typologie de clients et de concurrents...). - Chapitre n°2 : un détail de l'espace de vente	<ul style="list-style-type: none"> - Les différentes techniques de merchandising sont mises en œuvre (5B, facing, optimisation des espaces selon l'identification des zones froides et chaudes...). - La stratégie et les process de l'enseigne sont appliqués. - Le calendrier commercial et ses dates clés sont connus du candidat. - L'espace de vente est théâtralisé et attractif, plusieurs produits et/ou accessoires sont exposés et mis en situation.
	C3.2. Entretenir le bon état marchand de la surface de vente en vérifiant l'affichage des prix, en retirant les articles non conformes et en veillant à l'approvisionnement et à la propreté des rayons dans le respect des règles d'hygiène et de sécurité afin de garantir sa conformité et de rendre l'espace de vente attractif pour les clients.		<ul style="list-style-type: none"> - Les règles d'étiquetage sont mises en œuvre. - Les rayons sont correctement approvisionnés (règle des 3P : plein, propre et prix). - La réglementation en matière de sécurité des personnes et des biens est respectée. - Les attendus réglementaires en matière d'hygiène sont appliqués.
	C3.3. Appliquer les procédures de lutte contre la démarque inconnue (vol, différences de stock...) en alertant sa hiérarchie sur les dysfonctionnements constatés afin de limiter les pertes.		<ul style="list-style-type: none"> - Les process visant la vérification des stocks sont appliqués. - Les procédures permettant d'enregistrer la démarque sont mises en œuvre.

	<p>C3.4. Effectuer le tri sélectif des emballages et des déchets en respectant les normes de recyclage et les règles du magasin afin de participer à la diminution de l'impact environnemental des activités de l'enseigne.</p>	<p>(identification des zones froides et chaudes, parcours client...).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chapitre n°3 : la présentation d'une animation ou d'une opération commerciale (produit, description, résultats commerciaux attendus...). - Chapitre n°4 : une description des règles de merchandising mises en œuvre en illustrant les propos à l'aide de photographies prises au sein du magasin. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat alerte sur les dysfonctionnements constatés ou sur des points sensibles liés à la démarque. - Les procédures internes en matière de recyclage des produits en lien avec l'activité sont connues du candidat. - Les process internes et réglementaires en matière de tri sélectif des emballages et des déchets sont maîtrisés.
<p>Activité 3.2 - Réalisation des inventaires et gestion des stocks</p>	<p>C3.5. Réaliser le volet quantitatif des inventaires sous la responsabilité de sa hiérarchie en assurant le comptage des marchandises et son reporting sur les documents de suivi afin de s'assurer de la fiabilité des stocks.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Chapitre n°5 : une présentation des procédures internes de lutte contre la démarque inconnue et des process de gestion des stocks. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les produits sont comptés et/ou mesurés. - Les données sont saisies avec fiabilité dans l'outil informatique ou tout autre document de suivi intégré aux process de l'entreprise.
	<p>C3.6. Traiter les alertes et les notifications des stocks en s'appuyant sur l'outil de gestion des stocks et alerter son manager le cas échéant afin d'anticiper les possibles ruptures et de programmer les réassorts nécessaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Chapitre n°6 : les résultats commerciaux réalisés en détaillant les indicateurs de performance des ventes par application des formules de calcul 	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat alerte en cas d'anomalies liées au stock dans le respect des procédures internes. - Les produits en rupture sont correctement identifiés et communiqués pour être commandés.
	<p>C3.7. Déplacer les marchandises en utilisant les outils de manutention adaptés (transpalette, diable, chariot manuel...) et en respectant les règles de sécurité relatives à leur manipulation afin d'optimiser l'organisation des espaces de vente et de réserve du magasin.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Les règles et les procédures de sécurité sont bien appréhendées et respectées (gestes, postures, accessibilité des espaces de sortie d'urgence...). - Les outils de manutention utilisés sont adaptés aux marchandises à déplacer

		<p>appropriées (cf. activité n°4 du référentiel).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chapitre n°7 : un bilan et une analyse de l'événement (retour d'expérience, impressions, commentaires clients, amélioration des process...). 	<p>(taille, poids, manœuvres à effectuer...).</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'utilisation des outils est conforme et maîtrisée. - L'espace est correctement ordonné et optimisé.
Activité 3.3 - Participation aux animations commerciales	<p>C3.8. Participer à l'organisation des animations et des opérations commerciales en scénarisant la surface de vente (signalétique, merchandising, supports de communication...) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise afin de susciter l'intérêt du client et de favoriser le déclenchement de l'acte d'achat.</p>	<p>Ce dossier sera évalué lors de sa présentation au jury dans le cadre d'un entretien. Le candidat exposera oralement son analyse des différentes composantes de l'animation ou de l'opération commerciale étudiée. Un échange sous forme de questions/réponses avec le jury clôturera l'épreuve.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'environnement de travail est correctement appréhendé (zones de passage, visibilité, surface, parcours client type...). - La communication avec les équipes du magasin est effective. - Le rôle et les missions du candidat dans l'organisation de l'opération sont connus et mis en œuvre. - L'étiquetage promotionnel est effectif et conforme à la législation en vigueur. - Les PLV et les ILV sont visibles. - La politique commerciale de l'enseigne est respectée.
	<p>C3.9. Animer une opération promotionnelle ou un événement en présentant les caractéristiques de l'offre (qualités, performances, avantages...) et en utilisant les outils/accessoires de communication et d'aide à la vente adéquats afin d'atteindre les objectifs quantitatifs de développement des ventes et/ou de faire connaître un nouveau produit ou service.</p>	<p><u>Le candidat sera évalué sur les éléments suivants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La connaissance de l'entreprise, de ses process et la pertinence de l'analyse de l'espace de vente ; 	<ul style="list-style-type: none"> - L'offre commerciale est détaillée de façon précise et audible. - Le candidat répond aux questions et aux demandes de précisions éventuelles du client au sujet de l'offre promue de façon claire en s'assurant de sa bonne compréhension. - Les supports de communication relatifs à l'offre sont correctement appréhendés et employés à l'appui de

		<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse de l'animation ou de l'opération commerciale présentée ; - La maîtrise des indicateurs de performance des ventes. 	<ul style="list-style-type: none"> - l'échange avec le client (flyer, code de réduction, site ou support en ligne...). - Le candidat connaît les objectifs commerciaux liés à l'opération à laquelle il participe.
	<p>C3.10. Analyser sa performance en lien avec les animations commerciales mises en place en partageant, lors de réunions dédiées, son expérience et les informations récoltées auprès de la clientèle afin de participer à l'amélioration continue des process.</p>	<p><u>Durée de l'épreuve</u> : 45 minutes (20 minutes de présentation + 25 minutes de questions/réponses avec le jury).</p> <p><u>Lieu de l'évaluation</u> : en organisme de formation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat participe aux réunions. - Les performances sont détaillées et analysées, le candidat partage ses impressions. - Les commentaires clients et les réponses apportées lors des échanges de terrain sont communiqués lors des réunions (source d'information du client de l'existence de l'opération, impressions, remarques...). - Des propositions d'amélioration des process sont formulées.
<p>Activité 3.4 - Contribution au développement commercial de l'enseigne</p>	<p>C3.11. Participer à la gestion de la performance commerciale globale de l'enseigne en suivant et en vérifiant les calculs de ses principaux indicateurs de performance des ventes (panier moyen, taux de transformation, indice de vente, marge...) afin de favoriser l'identification de potentiels points d'alerte.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Les différents indicateurs de performance des ventes sont correctement appréhendés. - Les formules de calcul sont connues et maîtrisées. - Le candidat contrôle puis confirme ou infirme les performances qui lui sont attribuées. - Les corrections à apporter aux données sont précisées le cas échéant.

	<p>C3.12. Contribuer à la mise à jour des fichiers clients et prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation client de l'entreprise (CRM) dans le respect de la réglementation RGPD afin d'optimiser la gestion de la relation client de l'enseigne.</p>		<ul style="list-style-type: none">- L'outil de gestion est correctement utilisé par le candidat.- L'autorisation de l'utilisation des données du client a été clairement demandée.- Les données sont renseignées avec exactitude.- Les procédures internes sont appliquées.- La réglementation (RGPD) entrant dans le cadre de l'activité du vendeur est respectée.
--	---	--	---