



REFERENTIEL EMPLOI ACTIVITES COMPETENCES

DU TITRE PROFESSIONNEL

Vendeur-conseil en magasin

Niveau 4

Site : <http://travail-emploi.gouv.fr>

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	1/34

SOMMAIRE

	Pages
Présentation de l'évolution du titre professionnel	5
Contexte de l'examen du titre professionnel.....	5
Liste des activités.....	6
Vue synoptique de l'emploi-type	8
Fiche emploi type.....	9
Fiches activités types de l'emploi	11
Fiches compétences professionnelles de l'emploi.....	15
Fiche compétences transversales de l'emploi	27
Glossaire technique	28
Glossaire du REAC.....	31

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	3/34

Introduction

Présentation de l'évolution du titre professionnel

La version 2017 du titre professionnel « Vendeur-conseil en magasin » présente une architecture équivalente à la version 2011 et comporte toujours deux activités types structurantes de l'emploi.

Tout en gardant intacts les fondamentaux, le descriptif apporte un remaniement sensible des compétences, en lien avec la mutation de l'environnement économique et technologique du commerce qui devient omnicanal.

Les deux activités types font désormais référence à la finalité économique de l'activité et intègrent avec un renforcement significatif l'importance du relationnel avec le client dont les besoins, les pratiques et le parcours d'achat évoluent considérablement :

L'activité « Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente » est orientée produits, point de vente et regroupe les compétences nécessaires à la préparation de l'activité de vente.

L'activité « Vendre et conseiller le client en magasin » est centrée sur la vente et la relation client, compétences « cœur de métier ».

Contexte de l'examen du titre professionnel

La plupart des enseignes et groupes de distribution organisent progressivement leur digitalisation. Les magasins de détail bien que fortement concurrencés par le commerce en ligne via internet (E-commerce), qui pèse 9% du CA du commerce de détail en France en 2015 (FEVAD) continuent leur développement en s'inscrivant dans une chaîne de complémentarité avec la vente en ligne.

L'omniprésence de l'offre introduit de nouvelles attentes chez le consommateur. Celui-ci développe de nouvelles habitudes d'achat et de nouveaux comportements. Son parcours d'achat passe par toutes les étapes qui lui sont proposées, de la consultation de l'offre depuis son téléphone, au questionnement d'autres utilisateurs via les réseaux sociaux, à la consultation en ligne sur le site jusqu'à la visite en magasin pour se renseigner, acheter, en passant par les comparateurs de prix. (62% des français ont acheté en ligne en 2014)

Le consommateur, mieux informé sur les produits et les conditions de leur commercialisation est plus exigeant, quant au prix et au service proposé, il peut comparer les articles sans se rendre dans les points de vente et donc, changer d'enseigne très rapidement. Avant de réaliser un achat en magasin, 73% des internautes consultent des avis de consommateurs, des forums ou des blogs (IFOP 2015).

Les modes de consommations sont aussi en évolution : sensibilisé au développement durable, à l'économie solidaire ou circulaire, le consommateur pose des questions sur ces sujets avant d'acheter. Il recherche également une offre de plus en plus personnalisée, « design », « sur-mesure ».

Dans le cadre de cette transition technologique et sociale, la satisfaction du client est un enjeu stratégique majeur obligeant les enseignes à faire évoluer leur organisation interne pour « capter » le client, répondre et anticiper ses besoins pour le satisfaire au mieux et le fidéliser.

Les points de vente évoluent donc pour devenir un véritable lieu de vie dans lequel les outils numériques (écrans, bornes, cabines d'essayages virtuelles, caddie intelligent, et réseaux numériques, WIFI, RFID, QR code..) seront progressivement intégrés.

Dans ce nouvel environnement de commerce ubiquitaire, la place et le rôle du vendeur conseil – un temps remis en question avec le développement des ventes en ligne – est revalorisée mais nécessite des compétences adaptées aux nouveaux enjeux.

Le vendeur doit être plus polyvalent tout en proposant une connaissance pointue et actualisée sur les produits vendus. Il participe à la vie du point de vente au travers de la gestion et la présentation des produits.

Dans le cadre de sa relation avec le client, il doit le prendre en compte dans tout ou partie de son parcours d'achat et lui permettre de développer la meilleure expérience client possible

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	5/34

Liste des activités

Ancien TP : Vendeur-conseil en magasin

Activités :

- Vendre en magasin des produits et des prestations de services
- Contribuer à l'animation et aux résultats d'un linéaire ou d'un point de vente

Nouveau TP : Vendeur-conseil en magasin

Activités :

- Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente
- Vendre et conseiller le client en magasin

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	6/34

Vue synoptique de l'emploi-type

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente	1	Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne
		2	Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente
		3	Participer à la gestion des flux marchandises
2	Vendre et conseiller le client en magasin	4	Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin
		5	Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin
		6	Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	8/34

FICHE EMPLOI TYPE

Vendeur-conseil en magasin

Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice

Le vendeur-conseil en magasin exerce son activité dans un environnement commercial omnicanal pour assurer la vente de produits et de services associés nécessitant l'apport de conseils et de démonstrations auprès d'une clientèle de particuliers ou parfois de professionnels qu'il (elle) accueille sur son lieu de vente, il (elle) doit prendre en compte l'ensemble du dispositif de commercialisation : point de vente et internet. Il (elle) participe à la tenue, à l'animation du rayon et contribue aux résultats de son linéaire ou du point de vente en fonction des objectifs fixés par sa hiérarchie.

Acteur de la satisfaction et de la fidélisation des clients, il (elle) contribue à l'accueil, à la vente afin d'atteindre les résultats économiques du point de vente en appliquant la politique commerciale de l'enseigne. Interlocuteur(trice) privilégié(e), il (elle) personnalise la relation et accompagne le client engagé dans un parcours d'achat avec l'objectif d'optimiser l'expérience client vis-à-vis de l'enseigne.

Il (elle) connaît l'organisation du circuit d'approvisionnement et de distribution. Il (elle) maîtrise les caractéristiques, l'usage des produits de l'assortiment proposé par l'enseigne. Il (elle) participe à la théâtralisation du point de vente et peut faire des propositions pour améliorer la mise en valeur des produits et l'évolution des assortiments.

Le vendeur-conseil en magasin en magasin exerce dans tous types de points de vente, grandes, moyennes et petites surfaces qui proposent des produits nécessitant une vente conseil en face à face.

Il (elle) travaille généralement seul(e), mais peut solliciter ses collègues au cours des activités avec les clients, et collabore avec une équipe pour la maintenance de l'espace de vente.

Ses horaires sont adaptés à l'amplitude d'ouverture du magasin et au flux client. En fonction de l'activité commerciale du magasin, il (elle) peut travailler le samedi, certains jours fériés, le dimanche et en dehors des heures d'ouvertures lors de manifestations commerciales spécifiques.

La rémunération comprend généralement une partie fixe et une partie variable.

Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

- Grandes et moyennes surfaces alimentaires ou spécialisées
- Grands magasins
- Boutiques
- Négoces interentreprises

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Vendeur(se)
- Vendeur(se) expert(e)
- Vendeur(se) conseil
- Vendeur(se) technique
- Conseiller(ère) de vente

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Néant

Equivalences avec d'autres certifications (le cas échéant)

Néant

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	9/34

Liste des activités types et des compétences professionnelles

1. Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente
Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne
Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente
Participer à la gestion des flux marchandises
2. Vendre et conseiller le client en magasin
Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin
Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin
Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

Compétences transversales de l'emploi

Communiquer oralement (comprendre et s'exprimer)
Mobiliser un comportement orienté client et une posture de service

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 motorcycle 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° 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° 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 :
312t--Négociation et vente

Fiche(s) Rome de rattachement

D1214 Vente en habillement et accessoires de la personne
D1212 Vente en décoration et équipement du foyer
D1211 Vente en articles de sport et loisirs
D1209 Vente de végétaux
D1210 Vente en animalerie

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	10/34

FICHE ACTIVITE TYPE N° 1

Développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le vendeur-conseil en magasin assure la présentation de l'offre commerciale, anime et approvisionne les linéaires en respectant les règles d'implantation et en mettant en valeur les opérations promotionnelles et les nouveaux produits. Il contribue au suivi du stock du rayon ou du point de vente. Il actualise en permanence ses informations sur les produits et services proposés par l'enseigne.

La réalisation de cette activité est continue et résulte principalement d'un travail collectif pour la contribution à la vie du point de vente complété d'un travail individuel en ce qui concerne la connaissance des produits. Généralement autonome dans l'action, le vendeur-conseil en magasin applique des consignes et est responsable de la qualité d'exécution des tâches qu'il réalise.

Travaillant directement en présence de la clientèle, le vendeur-conseil en magasin s'organise pour faciliter la circulation des clients et reste à leur disposition en cas de sollicitation.

Le vendeur-conseil en magasin contribue à la présentation et la tenue du magasin. Il participe à la mise en rayon des produits, veille au maintien du rayon dans un état marchand et met en valeur les produits pour les opérations commerciales dans le cadre de la théâtralisation de l'espace de vente. Il est aussi impliqué dans la gestion physique des produits : réception des livraisons, rangement, préparation des commandes clients, préparation des articles en vue de leur mise en vente. Il utilise les outils de gestion des flux de marchandise, pour les consulter ou les mettre à jour. En complément de la manipulation des produits, il actualise ses connaissances sur les articles vendus par une veille constante qui lui permet de développer son expertise lors des entretiens avec les clients.

Il a accès aux données concernant : l'assortiment du point de vente et du site E-Commerce, les implantations, les opérations commerciales et promotionnelles, les états de stocks des produits de son linéaire ou du point de vente.

L'activité s'exerce principalement sur la surface de vente, la plupart du temps en situation debout, mais comporte aussi des périodes au bureau pour la gestion administrative et la veille produits ainsi qu'en dehors du magasin pour l'observation de la concurrence.

Généralement planifiée durant les horaires d'ouverture au public, l'activité peut parfois être réalisée en dehors des horaires d'ouverture pour des besoins spécifiques tels que la préparation des opérations saisonnières ou promotionnelles, des actions commerciales spécifiques et la réalisation des inventaires.

Le vendeur-conseil en magasin est en relation directe avec son hiérarchique ainsi qu'avec les autres membres de l'équipe, vendeurs, employés commerciaux, magasiniers, pour l'organisation des livraisons, les réceptions de marchandises, le balisage informatif et plus généralement l'ensemble des tâches annexes générées par l'activité. Par délégation de son hiérarchique, il peut représenter ce dernier dans des relations avec des prestataires extérieurs comme des fournisseurs, des marchandiseurs et des entreprises de service.

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Néant

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne

Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente

Participer à la gestion des flux marchandises

Compétences transversales de l'activité type

Communiquer oralement (comprendre et s'exprimer)

Mobiliser un comportement orienté client et une posture de service

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	11/34

FICHE ACTIVITE TYPE N° 2

Vendre et conseiller le client en magasin

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le vendeur-conseil en magasin assure la vente de produits et/ou services par des entretiens de vente en situation de face à face avec des clients qu'il prend en charge exclusivement ou dans le cadre d'un parcours d'achat omnicanal. Par son expertise et sa maîtrise de la relation client, il consolide l'acte de vente et contribue à la fidélisation de la clientèle de l'enseigne.

L'activité se réalise de façon individuelle au contact du client. Le vendeur dispose en général d'une autonomie d'organisation dans son travail qui varie selon la taille et la nature de son entreprise, il respecte la législation commerciale en vigueur et applique la politique commerciale de son entreprise.

Le vendeur-conseil en magasin personnalise la relation avec le client et l'accompagne dans son acte d'achat. Il accueille le client, établit un diagnostic de son besoin, l'informe sur les caractéristiques des produits, le guide dans son choix, lui donne des conseils d'utilisation et d'entretien, assure des démonstrations, lui propose des produits et services complémentaires et dans certains cas des solutions de financement adaptées. Il peut accorder des remises et avantages avec l'aval de sa hiérarchie. Il s'organise pour gérer le flux client et adapter ses interventions selon l'affluence.

Le vendeur-conseil en magasin représente les valeurs de son entreprise et soigne sa présentation. Par son comportement professionnel et son discours adapté au client, il contribue à créer et entretenir un climat de confiance. Il informe son responsable hiérarchique de l'évolution des comportements des clients. Il prend en charge les clients venant retirer une commande passée sur internet (click and collect*), propose les articles complémentaires. Il peut assurer un premier niveau de prise en charge et de rendu du Service Après Vente (S.A.V.) ainsi que des encaissements.

Le vendeur-conseil en magasin a accès aux données qui permettent le suivi de ses objectifs, notamment les états de ventes, le planning des promotions, le référencement des nouveautés, les états de stocks des produits de son linéaire, du point de vente ou du site E-commerce. Selon les organisations, il peut être amené à utiliser différents supports numériques tels que tablette numérique, écran interactif, ou à accompagner le client pour leur utilisation.

Il contrôle en permanence la réalisation de ses objectifs de vente.

Il applique la politique RSE* de l'entreprise et est à l'écoute des demandes en matière de consommation responsable.

L'activité est réalisée sur la surface de vente à proximité des produits et services proposés au contact direct des clients, la plupart du temps en situation debout.

En relation directe avec son supérieur hiérarchique, le vendeur-conseil en magasin peut être en contact, selon la taille du magasin, avec d'autres services tels que service après-vente, livraisons, services financiers, administratifs, sécurité, réception, caisse, community manager* en charge du site E-commerce. Il peut accueillir des fournisseurs ou des représentants sur la surface de vente dans le cadre de visites professionnelles.

La transmission des consignes est le plus souvent effectuée par le responsable hiérarchique au cours de briefings quotidiens et entre collègues de travail.

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Néant

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin

Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin

Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

Compétences transversales de l'activité type

Communiquer oralement (comprendre et s'exprimer)

Mobiliser un comportement orienté client et une posture de service

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	13/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 1

Assurer une veille sur les produits et services proposés par l'enseigne

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En s'appuyant sur des données techniques, économiques, réglementaires, actualiser ses connaissances sur les produits vendus, rechercher les informations sur l'évolution du marché, de l'offre, les comportements d'achat des clients, la concurrence, les avis clients en utilisant les moyens mis à disposition par l'entreprise afin de maîtriser les caractéristiques des produits et des services vendus, anticiper les questions des clients, leur apporter une réponse pertinente et développer une argumentation adaptée.

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

Cette compétence s'exerce en continu au sein du magasin, principalement en dehors des temps dédiés aux clients par des recherches sur internet, dans la presse spécialisée, en participant à des forums spécialisés, par l'exploitation des données de flux RSS* mais aussi lors des rencontres fournisseurs, des visites chez les concurrents, pendant les échanges avec l'équipe et la hiérarchie et durant l'entretien de vente en utilisant les outils et les moyens mis à sa disposition.

Critères de performance

La description de l'organisation de la chaîne de valeur de l'enseigne est pertinente
L'organisation et les méthodes mises en œuvre pour la recherche d'informations sont adaptées
Les évolutions de produits et/ou de gammes du marché sont suivies
Les caractéristiques des consommateurs et leurs comportements d'achat sont identifiés
Les principaux concurrents sont connus et leur positionnement identifié

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

Utiliser les techniques et les technologies d'information et de communication en lien avec son activité
Utiliser les sources d'informations professionnelles
Utiliser les médias et les outils numériques à sa disposition
Recueillir des informations sur le marché, les évolutions des produits

Classer des informations
Analyser des informations
Synthétiser des informations

Appliquer la politique commerciale de l'entreprise
Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise
Appliquer une veille sur les produits et marchés de l'enseigne

Connaissance de l'organigramme hiérarchique et fonctionnel du magasin
Connaissance des valeurs et de la culture de son entreprise
Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise
Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne en matière de prix, d'assortiment et de services
Connaissance de la politique de son entreprise en lien avec son activité
Connaissance des caractéristiques de la clientèle et de la concurrence du magasin et de l'enseigne
Connaissance des mobiles, motivations et comportement d'achat des consommateurs des produits et services proposés
Connaissance de l'offre produits et services de l'enseigne, du magasin et de la concurrence
Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité
Connaissance des évolutions des pratiques de consommation (consommation responsable, économie collaborative et de la fonctionnalité)
Connaissance des réseaux sociaux en lien avec l'enseigne, le site E-commerce et les produits proposés

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	15/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 2

Contribuer à la tenue et à l'animation de l'espace de vente

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'entreprise, maintenir son rayon dans un état marchand en prenant en compte le confort des clients. Dans le cadre de la théâtralisation du point de vente, mettre en valeur les produits en promotion et les nouveautés, appliquer 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. A la fermeture du magasin, remettre en ordre les produits dans le rayon afin de faciliter le remplissage du lendemain.

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

Cette compétence s'exerce en autonomie ou en équipe sous l'autorité du responsable hiérarchique et parfois en lien avec un merchandiseur*. L'approvisionnement du magasin se déroule en grande partie avant l'ouverture mais peut aussi se faire durant la journée en présence des clients.

Critères de performance

Les règles de tenue de rayon sont maîtrisées (plein, propre, prix, rangement et promotions)
Les mises en scène proposées sont pertinentes
Les améliorations proposées sont conformes aux règles du merchandisage

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 entreprise
Appliquer la charte signalétique de l'entreprise pour les promotions
Utiliser un planogramme
Proposer une mise en scène réaliste et pertinente

Appliquer des consignes
Gérer les priorités
Suivre les plannings du point de vente, le plan promotionnel et les périodes de publicité
Anticiper, organiser son travail
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 de merchandisage

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	17/34

Connaissance du plan du magasin et de l'espace dédié aux opérations commerciales
 Connaissance du plan d'implantation des produits
 Connaissance du calendrier promotionnel du magasin
 Connaissance des différentes formes d'opérations promotionnelles pratiquées par le magasin
 Connaissance de la saisonnalité des ventes
 Connaissance des règles d'implantation d'une opération commerciale
 Connaissance des règles d'hygiène et de sécurité à appliquer en réserve et en surface de vente
 Connaissance de la réglementation concernant l'affichage des prix dans un magasin
 Connaissance de la législation sur l'affichage des prix, des promotions et des soldes en magasin
 Connaissance de la réglementation commerciale des prix et des produits en lien avec son activité
 Connaissance des règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans le magasin
 Connaissance des règles de base de sécurité concernant la présentation des produits dans un point de vente
 Connaissance des règles de base concernant la sécurité des personnes et des biens dans le magasin
 Connaissance de l'origine de la démarque en magasin
 Connaissance des moyens de prévention de la démarque

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	18/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 3

Participer à la gestion des flux marchandises

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des procédures et de la politique commerciale de l'entreprise, réceptionner ou participer à la réception des marchandises, les préparer pour leur mise en rayon ou pour satisfaire les commandes clients, utiliser les outils de gestion des flux marchandises pour suivre ou actualiser les stocks du magasin et participer aux inventaires.

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

Cette compétence s'exerce principalement en réserve, mais également directement sur la surface de vente dans certains cas, en autonomie, seul ou en équipe sous la responsabilité du responsable hiérarchique.

Critères de performance

Les procédures de réception des marchandises sont respectées
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
La manutention des produits est effectuée en respectant les règles d'hygiène, de sécurité et de prévention des risques

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

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

Rendre compte à la hiérarchie des anomalies de réception
Travailler en équipe
Transmettre une consigne

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 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 elle
Connaissance des gestes et postures adaptés à la manutention des produits en magasin

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	19/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 4

Mener un entretien de vente de produits et de prestations de services en magasin

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et des consignes, adopter une stratégie en fonction du flux des clients dans l'espace de vente. Personnaliser la relation de conseil, pratiquer les techniques de ventes en prenant en compte le parcours d'achat du client et les informations du fichier client, pour réaliser des transactions commerciales évaluées par un chiffre d'affaires, une marge, des quantités vendues et un degré de satisfaction des clients. Analyser ses ventes afin d'améliorer ses performances.

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

Cette compétence s'exerce sur la surface de vente en présence des clients. Le vendeur a accès en temps réel aux informations sur les articles, les stocks disponibles, les informations clients via les outils numériques. Il travaille seul au sein d'une équipe.

Critères de performance

L'ensemble des étapes de l'entretien de vente est respecté.

Les besoins, motivations et intérêts du client sont clairement identifiés et pris en compte

La (les) proposition(s) de produit(s) et leur(s) argumentation(s) tiennent compte des motivations du client

La vente complémentaire proposée est pertinente

Le vocabulaire utilisé est professionnel et compréhensible du client

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

Accueillir le client ou les clients

Pratiquer la vente multi-clients en période de forte affluence

Découvrir les besoins et les motivations d'achat, identifier les freins, reformuler les besoins

Effectuer une recherche sur internet

Proposer les produits adaptés au souhait du client et argumenter la proposition

Présenter un article à l'aide d'un média numérique

Effectuer une démonstration

Traiter toutes les objections

Argumenter le prix et proposer les facilités de paiement

Conclure la vente

Donner des conseils d'utilisation et d'entretien

Réaliser une vente de produits complémentaires

Réaliser une vente de services associés

Prendre congé et assurer le suivi

Utiliser les outils, les supports numériques dans le cadre de son activité

Analyser un entretien de vente, améliorer ses performances

Adapter son comportement au trafic client dans le point de vente

Respecter les consignes

Mettre en œuvre les attitudes et les comportements professionnels adaptés à l'entretien de vente

Pratiquer l'écoute active

S'exprimer clairement

Utiliser correctement le vocabulaire professionnel

Gérer les flux des clients

Gérer le temps accordé au client

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	21/34

Connaissance des éléments clés de la politique commerciale de l'entreprise indispensables à l'activité de vente
 Connaissance des produits, des services, des tarifs et CGV* de l'enseigne et du magasin
 Connaissance des documents commerciaux liés à la vente
 Connaissance des réglementations et des procédures internes en lien avec l'activité du vendeur
 Connaissance des principes de base de la législation commerciale à appliquer dans un magasin
 Connaissance de l'organisation des différents canaux de distribution de l'enseigne et de la place du E-commerce
 Connaissance du site marchand de l'entreprise et de la concurrence
 Connaissance de la structure de l'assortiment du magasin
 Connaissance des produits et de l'évolution du marché des produits de son secteur d'activité
 Connaissance des sources d'approvisionnement des produits du magasin
 Connaissance de la communication interpersonnelle avec un client
 Connaissance des attitudes et des comportements nécessaires à la relation client en magasin
 Connaissance des caractéristiques de la clientèle et de la concurrence du magasin
 Connaissance des mobiles et motivations d'achat des clients
 Connaissance des typologies client, des comportements et des motivations d'achat des clients
 Connaissance des évolutions des pratiques de consommation (consommation responsable, économie collaborative et de la fonctionnalité)
 Connaissance des outils, des supports numériques utilisés par les vendeurs et les clients
 Connaissance des techniques de gestion des flux des clients en magasin
 Connaissance des objectifs de vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	22/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 5

Consolider l'acte de vente lors de l'expérience client en magasin

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'application des consignes, prendre en charge un client pour des opérations complémentaires à l'acte de vente telles que commandes internet (click & collect*), encaissement des ventes, réclamations. Accueillir et accompagner le client en valorisant son entreprise pour le satisfaire, le fidéliser, réaliser une vente complémentaire (cross-selling*), renforcer l'expérience client vis-à-vis du point de vente et de l'enseigne.

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

Cette compétence s'exerce sur la surface de vente seul(e) ou en équipe, en présence des clients ou à distance par téléphone, chat* ou mail. Le vendeur peut solliciter d'autres collègues du magasin ou de l'enseigne. Il travaille seul au sein d'une équipe.

Critères de performance

L'offre de service de l'enseigne est mise en avant
Des techniques d'écoute active sont pratiquées
Les consignes et les procédures de l'entreprise sont respectées
La solution proposée lors de la réclamation préserve les intérêts du client et de l'entreprise

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

Encaisser en utilisant un terminal de paiement
Exploiter les informations issues du fichier client
Renseigner le fichier client
Utiliser un système de paiement fixe ou mobile

Appliquer les procédures d'encaissement
Appliquer les procédures de traitement des réclamations
Appliquer les procédures de mise à jour du fichier client
Appliquer les techniques de fidélisation

S'exprimer clairement
Pratiquer l'écoute active
Mettre en œuvre les attitudes et les comportements professionnels adaptés à l'entretien de vente
Adopter une posture de service
Utiliser correctement le vocabulaire professionnel

Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise, de l'organisation du magasin et de la chaîne logistique

Connaissance du site internet, de la place du E-commerce et des réseaux sociaux de l'entreprise,

Connaissance de la communication interpersonnelle avec un client

Connaissance de la structure de l'assortiment du magasin

Connaissance des atouts et points forts du magasin et de l'enseigne

Connaissance des attitudes à adopter dans une situation de conflit et d'incivilité client dans le respect des procédures et des directives du magasin

Connaissance des attitudes et des comportements nécessaires à la relation client en magasin

Connaissance des caractéristiques de la clientèle et de la concurrence du magasin

Connaissance des documents commerciaux liés à la vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	23/34

Connaissance des éléments clés de la politique commerciale de l'entreprise indispensables à l'activité de vente
 Connaissance des flux clients
 Connaissance des objectifs de vente
 Connaissance des outils de suivi de la relation client
 Connaissance des outils et médias utilisés dans le suivi de la relation client
 Connaissance des principes de base de la législation commerciale à appliquer dans un magasin
 Connaissance des procédures internes à l'entreprise concernant l'encaissement des ventes
 Connaissance des procédures internes à l'entreprise concernant la gestion des réclamations client
 Connaissance des produits et de l'évolution du marché des produits de son secteur d'activité
 Connaissance des produits, des services, des tarifs et CGV* de l'enseigne et du magasin
 Connaissance des réglementations et des procédures internes en lien avec l'activité du vendeur
 Connaissance des techniques d'accueil
 Connaissance des typologies client, des comportements et des motivations d'achat des consommateurs

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	24/34

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 6

Prendre en compte les objectifs fixés pour organiser sa journée de vente

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre de la politique commerciale du magasin, s'informer sur les consignes de vente, consulter les tableaux de bord à sa disposition, prendre connaissance des réalisations, et comparer ses performances par rapport aux objectifs ou à l'équipe, repérer les écarts au regard de son activité et mettre en œuvre les actions correctrices qui sont proposées par sa hiérarchie. Se préparer à l'entretien de vente, analyser sa prestation et rendre compte à son responsable hiérarchique.

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

Cette compétence s'exerce durant la journée, à la prise de poste, lors d'entretiens, de réunions avec le hiérarchique ou d'échanges avec l'équipe de vente.

Critères de performance

L'identification et l'interprétation des indicateurs commerciaux sont maîtrisées
Les écarts constatés sont identifiés et hiérarchisés
Les solutions proposées pour l'atteinte des objectifs fixés sont adaptées
Les consignes de vente sont appliquées
Les points forts et les axes d'amélioration sont identifiés

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

Utiliser le plan de communication du magasin pour optimiser ses ventes
Utiliser les outils connectés pour le suivi quotidien des ventes, des stocks, des indicateurs
Prendre en compte les états de stock pour optimiser ses ventes
Utiliser les calculs commerciaux pour évaluer ses résultats
Identifier les indicateurs de gestion d'un rayon ou d'un magasin
Détecter les écarts par rapport aux objectifs

Analyser des informations
Synthétiser des informations
Mettre en œuvre un plan d'actions
Préparer une journée de vente

Utiliser correctement le vocabulaire professionnel
Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Analyser un entretien de vente, améliorer ses performances
Préparer une journée de vente

Connaissance du plan de communication du magasin
Connaissance des indicateurs de gestion en lien avec son activité
Connaissance des éléments d'analyse d'un tableau de bord
Connaissance des outils numériques utilisés en magasin par les vendeurs et par les clients
Connaissance des pourcentages et des calculs commerciaux
Connaissance des étapes de mise en œuvre d'un plan d'actions

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	25/34

FICHE DES COMPETENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

Communiquer oralement (comprendre et s'exprimer)

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre de son activité quotidienne, comprendre et utiliser le vocabulaire professionnel afin de conseiller, présenter les produits et argumenter aux clients, échanger avec ses collègues de travail, respecter les instructions de son responsable hiérarchique et communiquer avec les différents services du magasin et les intervenants extérieurs.

Critères de performance

Des techniques d'écoute active sont pratiquées. Les besoins, motivations et intérêts du client sont clairement identifiés et pris en compte. Le vocabulaire utilisé est professionnel et compréhensible du client. La description de l'organisation de la chaîne de valeur de l'enseigne est pertinente

Mobiliser un comportement orienté client et une posture de service

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de contribuer à la notoriété du magasin et à la satisfaction des clients, intégrer la relation client dans son activité quotidienne, approvisionner les rayons en donnant la priorité aux demandes de renseignements des clients, proposer ses services pour les guider dans leurs achats, leur présenter les produits et les services du magasin.

Critères de performance

Les besoins, motivations et intérêts du client sont clairement identifiés et pris en compte. Les consignes et les procédures de l'entreprise sont respectées. L'offre de service de l'enseigne est mise en avant. La solution proposée lors de la réclamation préserve les intérêts du client et de l'entreprise

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	27/34

Glossaire technique

CGV

Conditions générales de vente ; CV : conditions de ventes ; CPV : conditions particulières de vente.

Chat

Conversation électronique en temps réel dite également conversation instantanée ou synchrone.

Click and collect

Mode de vente qui permet au client de réserver en ligne un ou plusieurs produits disponibles en magasin, ce qui signifie que l'enseigne dispose de la capacité technique de gérer ses stocks en temps réel. (source glossaire EcommerceMag)

Community manager (animateur de communauté web)

Le community manager est chargé de créer et de fédérer une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun. Sa mission consiste à développer et à gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu...) sur Internet.
(source CIDJ)

Cross-selling

La vente additionnelle (cross selling) est une technique de vente par laquelle un vendeur profite de la vente ou de l'intérêt manifesté par un acheteur pour un produit donné pour proposer et vendre un produit complémentaire ou un produit supérieur au produit initialement acquis ou visé par l'acheteur.

flux RSS

Les flux RSS (Rich Site Summary) sont des fichiers qui sont souvent utilisés par les sites d'actualité et les blogs pour présenter les titres des dernières informations consultables. L'abonnement à une application internet permet d'avoir ces informations en temps réel.

Mail (messagerie électronique)

Application qui permet l'envoi ainsi que la réception de messages et de documents, à partir d'un ordinateur ou autre support connecté au réseau Internet.

Merchandiseur (Visual merchandiseur)

Le visual merchandiser est responsable de la mise en scène des produits pour un réseau de points de vente ou enseigne. Le poste de visual merchandiser est principalement exercé au sein d'enseignes spécialisées dans la distribution textile. Ses principales missions sont : – d'établir des normes de présentation des produits généralement reprises au sein d'un book vitrines. – de veiller au respect de la charte communication / graphique de l'enseigne – de veiller au respect des préconisations dans les points de vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	28/34

RSE

Responsabilité sociétale de l'entreprise. C'est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable. La démarche consiste pour les entreprises à prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux de leur activité pour adopter les meilleures pratiques possible et contribuent ainsi à l'amélioration de la société et à la protection de l'environnement. La RSE permet d'associer logique économique, responsabilité sociale et éco responsabilité. (Source ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement)

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	29/34

Glossaire du REAC

Activité type

Une activité type est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées. Elle renvoie au certificat de compétences professionnelles (CCP).

Activité type d'extension

Une activité type d'extension est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au certificat complémentaire de spécialisation (CCS).

Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir-faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

Référentiel d'Emploi, Activités et Compétences (REAC)

Le REAC est un document public à caractère réglementaire (visé par l'arrêté du titre professionnel) qui s'applique aux titres professionnels du ministère chargé de l'emploi. Il décrit les repères pour une représentation concrète du métier et des compétences qui sont regroupées en activités dans un but de certification.

Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	31/34

Savoir-faire organisationnel

C'est un savoir et un savoir-faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

Savoir-faire relationnel

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat, etc.).

Savoir-faire technique

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

Titre professionnel

La certification professionnelle délivrée par le ministre chargé de l'emploi est appelée « titre professionnel ». Ce titre atteste que son titulaire maîtrise les compétences, aptitudes et connaissances permettant l'exercice d'activités professionnelles qualifiées. (Article R338-1 et suivants du Code de l'Education).

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
VCM	REAC	TP-00520	04	07/01/2019	21/07/2020	32/34

Reproduction interdite

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle

"Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque."

