

## FORMATION :

### « Conseiller(ère) de vente »

#### **Prérequis d'accès à la formation :**

Formation en alternance - L'intégration en formation est conditionnée au fait de contractualiser un contrat de travail en alternance  
-L'âge minimum est de 16 ans. (Il peut être abaissé à 15 ans si le jeune a atteint cet âge entre la rentrée scolaire et le 31 décembre de l'année civile, et qu'il a terminé son année de classe de 3e.)

-L'âge maximum est de 30 ans (29 ans révolus), Sauf :

-si le/la jeune était déjà en contrat d'apprentissage mais veut en signer un nouveau pour accéder à un niveau de diplôme supérieur à celui déjà obtenu, l'âge limite est fixée à 31 ans (30 ans révolus). Il ne doit pas s'écouler plus d'un an entre les deux contrats.

-si le jeune était déjà en contrat d'apprentissage mais que le précédent contrat d'apprentissage a été rompu pour des raisons indépendantes de sa volonté, l'âge limite est fixé à 31 ans (30 ans révolus). Il ne doit pas s'écouler plus d'1 an entre les deux contrats.

-si l'apprenti(e) est reconnu(e) travailleur(euse) handicapé(e), auquel cas il n'y a pas de limite d'âge.

-si l'apprenti(e) envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention d'un diplôme, auquel cas il n'y a pas de limite d'âge.

La formation étant à distance, l'apprenant(e) devra disposer d'un ordinateur ou d'une tablette fonctionnelle et d'une bonne connexion internet.

#### **Accessibilité aux personnes handicapées :**

ISEAH Formation s'engage à étudier toutes les adaptations nécessaires aux besoins des personnes en situation de handicap, qu'ils soient pédagogiques, matériels ou organisationnels ( M.FRITSCH référent handicap sur demande par mail à l'adresse [info@iseah.fr](mailto:info@iseah.fr) ou au 06.23.70.34.99).

#### **Tarif :**

Formation prise en charge par L'OPCO de l'entreprise d'accueil

#### **Modalités pédagogiques :**

- Salles de cours, matériel vidéo et micro-informatique, Internet, supports de cours adaptés, activités médiatisées en ligne, documents numériques et interactifs.
- Assistance technique et pédagogique à distance
- Au rythme de l'alternance, l'entreprise et l'organisme de formation s'engagent à veiller à ce que les actions au titre de la période de professionnalisation associent une partie théorique en centre de formation ou animée de façon synchrone via classe virtuelle et une partie pratique en entreprise en relation avec la qualification préparée. (Pour plus de détails, voir le calendrier en annexe)

#### **Objectifs de la formation :**

##### **Blocs de compétences :**

RNCP37098BC01 : Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal

- Assurer une veille professionnelle et commerciale
- Participer à la gestion des flux marchands
- Contribuer au merchandising
- Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

RNCP37098BC02 : Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

- Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image
- Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente
- Assurer le suivi des ventes
- Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

**Modalités d'évaluation :**

- Tests et entretiens de motivations préalablement à l'action de formation
- 4 suivis sous forme d'entretiens avec l'apprenti(e), le conseiller(ère) en formation/formateur(trice) et le maître d'apprentissage.
- Évaluations réalisées pendant le parcours de formation (ECF)

**Modalité d'obtention du titre :**

Pour l'accès au titre professionnel visé, les compétences du candidat sont évaluées au vu :

- D'une épreuve de synthèse basée sur une mise en situation professionnelle
- D'un entretien technique
- D'un diaporama et de 12 fiches produits conçus en amont de l'examen
- Du dossier professionnel (DP)
- Des résultats des évaluations réalisées pendant le parcours de formation
- D'un entretien final avec le jury destiné à vérifier le niveau de maîtrise par le/la candidat(e) des compétences requises pour l'exercice des activités auxquelles conduit le titre visé.

**Durée de la formation :** 456 Heures

**Date de la formation :** DU «D\_Formation» AU «F\_formation»

**Lieu de formation :** CFA ISEAH Formation SAS - 20 rue Joséphine Caye 57070 METZ  
Les actions de formation peuvent être réalisées en tout ou partie en présentiel, à distance, et/ou en situation de travail.

**Entreprise :**  
«Raison\_sociale»  
«Adresse\_ent»  
«CP\_ent» «Ville\_ent»

**Stagiaires par session :** 2 à 30

**Programme de la formation :** «Titre\_ap» «Nom\_ap» «Prénom\_ap»

**Module 1 : CONTRIBUER À L'EFFICACITÉ COMMERCIALE D'UNE UNITÉ MARCHANDE DANS UN ENVIRONNEMENT OMNISCANAL (220 heures) :**

- Assurer une veille professionnelle et commerciale
- Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité
- Utiliser les sources d'informations professionnelles
- 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, diffuser, classer et analyser les 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
- Connaissances des nouveaux secteurs et des nouveaux centres de compétences
- Connaissances 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 et connaissance d'exemples 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 respirabilité
- Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique
- Participer à la gestion des flux marchands
- 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 sa hiérarchie
- 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
- Contribuer au merchandising
- 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
- 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
- Préparer les opérations commerciales permanentes ou saisonnières
- 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
- Analyser ses performances commerciales et en rendre compte
- 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

## **Module 2 : AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT DANS UN ENVIRONNEMENT OMNICANAL (220 heures) :**

- Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image
- 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
- Respecter les directives et les valeurs de l'unité marchande
- Prospector 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
- Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente
- 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
- Informer le prospect ou client sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
- Informer 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
- 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 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.
- Assurer le suivi de ses ventes
- 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
- Rassurer le client sur la prise en compte de son insatisfaction en faisant preuve de neutralité
- Faciliter ses futures ventes en anticipant les d'actions de fidélisation à mener
- Mener un entretien dans le cadre d'une action de fidélisation
- 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
- Organiser son travail en fonction de l'activité et de la fréquentation du point de vente
- 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 concepts de base du marketing

### **Module 3 : PRÉPARATION À L'EXAMEN (16 heures) :**

- 4 Bilans intermédiaires :
- Évaluations professionnelles alternant des épreuves pratiques et des épreuves théoriques.
- Les épreuves composant le titre professionnel :
- Une épreuve de synthèse basée sur une mise en situation professionnelle
- D'un entretien technique
- D'un diaporama et de 12 fiches produits conçus en amont de l'examen
- Un dossier professionnel (DP)
- Des évaluations réalisées pendant le parcours de formation (ECF)
- Un entretien final avec le jury destiné à vérifier le niveau de maîtrise par le/la candidat(e) des compétences requises pour l'exercice des activités auxquelles conduit le titre visé.