

The page features three decorative purple circles of varying sizes, each composed of several concentric, semi-transparent layers. These circles are arranged along a diagonal line that runs from the top-left towards the bottom-right. The largest circle is at the top, a medium-sized one in the middle, and a large one at the bottom right corner. The text is positioned to the left of these circles.

CQP Inter-branches Vente conseil en magasin

**Référentiels d'activités et de compétences
Référentiel de certification**

OBSERVATOIRE DES INDUSTRIES CHIMIQUES

Désignation du métier ou des composantes du métier en lien avec le CQP

Le (la) titulaire du CQP Inter-branches Vente conseil en magasin accueille, informe et conseille la clientèle sur un point de vente dans le respect des exigences de service de l'entreprise.

Il (elle) vend des produits et des services en délivrant des conseils adaptés en fonction des différents profils de clientèle et en faisant appel à des connaissances techniques.

Il (elle) fidélise la clientèle de l'entreprise et traite les réclamations simples en provenance des clients dans le cadre de la politique commerciale. Il (elle) assure la tenue de son rayon ou de son magasin et met en valeur les produits dans le cadre de la politique de merchandising de l'entreprise.

Métier(s) de référence selon le répertoire de la branche

Vendeur(euse), Démonstrateur(trice) en parfumerie - cosmétique

La description de ces métiers se trouve sur le site www.observatoireindustrieschimiques.fr

Référentiel d'activités du métier

Le (la) vendeur(euse) conseil en magasin est susceptible d'intervenir dans les domaines d'activités professionnelles suivants :

- **Accueil et accompagnement des clients en magasin**
- **Suivi des stocks**
- **Réception**
- **Tenue du rayon ou du magasin et mise en valeur des produits**
- **Conseil sur les produits et les services**
- **Vente**
- **Traitement des retours et réclamations clients**
- **Transmission d'information au sein de l'équipe**

Référentiel de compétences de la certification

Compétence 1 – Accueillir et accompagner un client en magasin

Compétence 2 – Réaliser le suivi des stocks et la prise en charge des produits

Compétence 3 – Assurer le bon état marchand du rayon ou du magasin

Compétence 4 – Mettre en œuvre les règles d'hygiène et de sécurité

Compétence 5 – Conseiller techniquement le client sur les produits et les services proposés par l'entreprise

Compétence 6 – Analyser les besoins d'un client et vendre des produits et des services adaptés

Compétence 7 – Traiter les retours et les réclamations clients

Compétence 8 – Communiquer efficacement au sein de l'équipe et de l'entreprise

Référentiel de certification

Compétence 1 – Accueillir et accompagner un client en magasin

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ L'espace de vente est couvert : circulation dans l'espace de vente, prise en compte de la zone à occuper, ...
➔ La tenue, la présentation personnelle du vendeur sont conformes aux consignes de l'entreprise (tenue vestimentaire, tenue de travail, posture, présentation générale, vocabulaire utilisé, ...)
➔ Le vendeur se rend disponible vis-à-vis du client, il entre en contact avec lui : pause dans l'activité en cours, gestion de l'affluence, contact visuel, accueil verbal, signe de reconnaissance, ...
➔ Le comportement professionnel du vendeur est adapté à la relation client et conforme aux exigences de l'entreprise (écoute, empathie, respect des règles de politesse et de courtoisie, maîtrise des émotions, prise d'initiative vis-à-vis du client dans le respect de ses besoins, ...), de l'accueil à la prise de congé
➔ L'accueil client est personnalisé, la phrase d'accroche est appropriée et la langue dans laquelle s'exprime le client est prise en compte
➔ Les objectifs et les enjeux des campagnes commerciales en cours dans le magasin sont identifiés et pris en compte : stratégie commerciale, objectifs à atteindre, ciblage de la clientèle, impacts des résultats sur le service, les ventes, l'entreprise, ...

Compétence 2 – Réaliser le suivi des stocks et la prise en charge des produits

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ L'utilisation des outils permettant d'identifier les ruptures et les surstocks de produits est maîtrisée
➔ Les consignes visant à éviter la démarque inconnue sont respectées
➔ Les procédures et consignes en vigueur pour la préparation et la réalisation des inventaires sont respectées
➔ Les comptages réalisés lors des inventaires sont exacts
➔ Les écarts d'inventaires sont identifiés et consignés
➔ Les arrivages des produits du rayon ou du magasin sont suivis : pas de rayon encombré, zone tampon dégagée, ...

Compétence 3 – Assurer le bon état marchand du rayon ou du magasin

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Le plan et les règles d'implantation lors de la mise en place du rayon, du magasin et des vitrines sont respectés
➔ Les actions permettant d'éviter la rupture produit ou le surstock en rayon sont mises en œuvre : suivi des ventes, transmission d'informations au sein de l'équipe, ...
➔ Les produits sont correctement positionnés, mis en valeur, dans les rayons, le magasin ou les vitrines
➔ Des contrôles réguliers du balisage (prix, publicité, ...), de l'étiquetage des produits du rayon ou du magasin sont réalisés
➔ Le bon état marchand du rayon ou du magasin est vérifié tout au long de la journée (rayons ou vitrines remplis, produits rangés, propreté des meubles, rangement et dégagement des allées, ...)
➔ La mise en rayon est effectuée en référence au flux de clients
➔ Les produits devant être davantage mis en valeur sont identifiés et des propositions sont formulées
➔ Les produits détériorés et/ou non conformes sont repérés et retirés de l'espace de vente

Compétence 4 – Mettre en œuvre les règles d'hygiène et de sécurité

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Les règles de circulation et de sécurité sont connues et mises en œuvre lors du déplacement des produits, mobiliers, équipements commerciaux en réception, ...
➔ La réserve, les racks sont propres et rangé(s)
➔ Des matériels et engins de manutention adaptés au poids et au volume des produits sont utilisés
➔ Des gestes et postures adaptés aux activités à réaliser sont mis en œuvre
➔ Les règles et consignes de rangement, de conservation et d'hygiène des produits sont identifiées et mises en œuvre (conservation, protection des produits, règles de sécurité notamment règles relatives aux produits dangereux, identification des produits, ...)
➔ Les procédures en vigueur pour le traitement des situations dangereuses sont connues et comprises

Compétence 5 – Conseiller techniquement le client sur les produits et les services proposés par l'entreprise

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Les caractéristiques techniques des produits et des services proposés par l'entreprise sont présentées au client : fonctionnalités, le cas échéant procédés de fabrication, conditions d'utilisation, de conservation, précautions à prendre pour l'utilisation et l'entretien, ...
➔ Le vocabulaire technique spécifique aux produits vendus est utilisé et maîtrisé
➔ Les informations et conseils techniques délivrés sur les produits et les services spécifiques (notamment les tarifs, les taxes, les opérations promotionnelles, les soldes, les conditions et délais de livraison, les conditions de paiement), sont exacts et adaptées au client
➔ Différentes solutions sont présentées et proposées en réponse aux besoins du client, ainsi que différents produits, notamment les nouveaux produits
➔ Les outils et supports d'aide à la vente à disposition du vendeur (catalogue, publicité, démonstrations, vitrine...) sont utilisés

Compétence 6 – Analyser les besoins d'un client et vendre des produits et des services adaptés

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Le questionnement utilisé permet d'identifier les besoins du client (questions ouvertes, attitude d'ouverture face au client, écoute active, ...)
➔ Les besoins ou la demande du client sont reformulés
➔ La durée de l'entretien de vente est adaptée au flux de clients
➔ Le choix des produits et services proposés tient compte de plusieurs paramètres : profil du client, politique commerciale, opérations en cours, ...
➔ L'adéquation entre les produits et services proposés et les besoins du client est vérifiée
➔ Des produits et services additionnels, complémentaires ou de substitution sont proposés
➔ Les argumentaires de vente tiennent compte de l'analyse des besoins du client, des caractéristiques des produits proposés et des remarques et observations du client
➔ L'entretien de vente est conclu : transaction commerciale ou recherche d'implication du client (propositions effectuées au client, prise de rendez-vous, ...)
➔ Les procédures d'encaissement, les conditions et règles de crédit et les consignes de sécurité associées sont respectées
➔ Le client est informé de la politique de fidélisation de l'entreprise

Compétence 7 – Traiter les retours et les réclamations clients

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Les questions posées permettent d'identifier les raisons de la réclamation ou du retour de produit
➔ Les informations délivrées sur les différentes solutions envisageables pour traiter la réclamation sont comprises par le client et conformes à la procédure en vigueur
➔ Lors d'une réclamation ou d'un retour, des solutions adaptées sont proposées : orientation vers l'interlocuteur compétent, proposition d'un produit de remplacement, d'un service, d'un avantage commercial, ...
➔ Lors d'un retour clientèle, les opportunités de proposer un nouvel achat sont saisies
➔ L'attitude adoptée et les arguments apportés face à un client exprimant un mécontentement ou de l'agressivité permet de traiter efficacement la situation : écoute, empathie, ton calme, voix posée, mise à l'écart du client mécontent, ...

Compétence 8 – Communiquer efficacement au sein de l'équipe et de l'entreprise

Résultats attendus observables et/ou mesurables
➔ Les informations clefs sur les activités réalisées et à réaliser sont identifiées
➔ Les informations utiles au fonctionnement de l'équipe sont diffusées : activités, résultats, ventes réussies, techniques de vente mises en œuvre, réclamations clients, risques de rupture ou de surstock, propositions en vue d'améliorer la relation client, rupture de stocks, surstocks, vols constatés, points à surveiller en matière de démarque inconnue, écarts d'inventaire,...
➔ Les informations recueillies auprès de la clientèle sont communiquées oralement ou par écrit en utilisant les outils informatiques propres à l'entreprise
➔ Une attention est apportée aux nouveaux membres de l'équipe : transmission de consignes, démonstration de gestes techniques, informations sur les produits, les services ou les clients, sur l'entreprise, ...
➔ Les objectifs et les indicateurs de vente sont compris et pris en compte dans l'activité
➔ Les interlocuteurs compétents sont alertés en cas d'incident ou de dysfonctionnement : démarque inconnue, rupture de stock, écart d'inventaire, ...