



Référentiel certification : Développer les relations et les ventes en magasin avec le numérique

Cette certification répond aux enjeux de la transformation des métiers de la vente notamment au regard de la digitalisation. Elle valide les compétences d'accueil et de vente dans un espace commercial : accueillir et conseiller son client, adopter sa posture et favoriser une bonne expérience client. Elle inclut également des compétences liées à la communication sur les réseaux sociaux et la vente à l'aide d'outils digitaux, qui deviennent des compétences importantes à l'ère de la concurrence des enseignes en lignes et du marketing des influenceurs sur les réseaux sociaux.

La certification s'adresse aux vendeurs exerçant dans un espace de vente (boutique, centre commercial spécialisé...) qui souhaitent compléter leurs compétences d'accueil et de vente à l'aide d'une dimension numérique pour accompagner la digitalisation des activités (vente à distance, supports digitaux, rôle d'ambassadeur digital...).

Candidat en situation de handicap : Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Développer les relations et les ventes en magasin avec le numérique		
C1. Structurer ses activités et son temps pour être plus efficace dans l'atteinte de ses objectifs commerciaux en utilisant les méthodes de gestion	Toutes les épreuves de certification se déroulent à l'issue de la formation. Les deux épreuves ont le	Cr1. Le rapport produit par le candidat est clair et compréhensible de tous, il comporte les informations essentielles demandées,



<p>du temps et de l'information à l'ère du digital.</p>	<p>même coefficient.</p> <p><u>E1: Mise en situation écrite</u></p> <p><u>Réalisations demandées au candidat :</u></p> <p>Le candidat restitue un rapport écrit dans lequel, il présente à minima les informations suivantes :</p>	<p>notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les caractéristiques de son expertise métier, - Le contexte dans lequel il est amené à utiliser des outils digitaux dans son activité d'accueil et/ou de vente, <p>Cr2. Le suivi et l'organisation des activités est structuré à l'aide d'un outil numérique</p>
<p>C2. Communiquer via les réseaux sociaux pour développer la notoriété de son entreprise et générer des contacts utiles, par l'utilisation de techniques d'influence en ligne et de social selling, afin de développer l'activité et le chiffre d'affaires de son entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La fonction qu'il exerce dans l'entreprise. • Le contexte dans lequel il lui est demandé d'utiliser des outils digitaux dans son activité d'accueil et/ou de vente, <p>Il est attendu du candidat qu'il intègre aussi dans son rapport écrit :</p>	<p>Cr3. La démarche de captation de nouveaux prospects utilisée par le candidat s'appuie sur des modes et outils de communication pertinents au regard des caractéristiques et du profil des entreprises ciblées par l'offre (réseaux sociaux, LinkedIn, courriel...).</p>
<p>C3. Accueillir son client pour qu'il soit à l'aise et ait envie de découvrir les offres et le conseiller en fonction de ses attentes pour développer ses ventes à l'aide des outils digitaux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La manière dont il structure ses activités et les outils digitaux liés (en lien avec C1) • La démarche de communication sur les réseaux lui permettant de communiquer sur la marque et les produits et de capter de nouveaux prospects (en lien avec C2) <p>Il expliquera le processus d'accueil client et le cas échéant d'onboarding digital (en lien avec C3) ainsi que l'ensemble des étapes qui jalonnent l'entretien de vente jusqu'à sa conclusion (en lien avec C4)</p> <p>Enfin, il précisera de quelle manière il adapte son comportement et sa posture de vente en fonction</p>	<p>Cr4. La présentation de l'offre effectuée est satisfaisante dans le sens que celle-ci est :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Claire - Structurée dans le déroulement des informations données - Argumentée <p>Cr5. Le vendeur accueille le client dans une atmosphère positive en brisant la glace</p>



	des caractéristiques spécifiques de chaque client (en lien avec C5)	
C4. Réaliser l'entretien de vente auprès du client à l'aide des outils digitaux, en argumentant, en traitant avec pédagogie et conviction les incompréhensions, interrogations et objections émises, afin d'optimiser le panier moyen et favoriser la vente additionnelle et la vente d'articles à plus forte valeur ajoutée.	E2 : Mise en situation pratique orale. Le participant accède au contexte de la situation orale sur la plateforme LMS sécurisée puis s'enregistre. Il transmet ensuite les fichier(s) audio(s) à l'évaluateur (en lien avec C4 et C5)	Cr6. Le déroulement des étapes de vente lors de l'entretien est acquis par le candidat : Découverte du client – argumentation – traitement des objections et conclusion. Cr7. Le candidat met en avant l'importance de bien vérifier la compréhension du client par rapport aux différentes informations transmises et son adhésion au fur et à mesure des étapes de la vente et de son argumentation. Cr8. Le candidat effectue / propose une vente additionnelle en fonction des besoins du client et / ou de l'article acheté.
C5 Adapter sa posture de vente en fonction de la personnalité, de la culture et de la situation de handicap du client, afin d'optimiser la satisfaction client.		Cr9. Le vendeur adapte l'entretien de vente à la personnalité du client, à sa culture et/ou sa situation de handicap.