



## **CQP Conseiller - Conseillère de vente de produits non alimentaires et services**

*Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation*

Code RNCP : (A venir)

Niveau 3

Dernière modification : 21/02/2023

## Les blocs de compétences et activités du CQP Conseiller - Conseillère de vente de produits non alimentaires et services

BLOCS DE COMPETENCES	ACTIVITES
<b>GERER LA RELATION CLIENT</b>	Accueil d'un client au sein du magasin ou du drive
	Prise en charge des clients au sein du magasin ou du drive
<b>METTRE EN RAYON LIBRE-SERVICE</b>	Approvisionnement des produits dans le rayon libre-service
	Maintien du bon état marchand du rayon libre-service
<b>GERER LES STOCKS EN RESERVE</b>	Contrôle des niveaux de stock en réserve et en rayon
	Maintien du bon état de la réserve
<b>VENDRE DES PRODUITS NON ALIMENTAIRES ET DES SERVICES</b>	Conduite d'un entretien de vente d'un produit non alimentaire ou d'un service
	Accompagnement à la vente d'un produit non alimentaire ou d'un service

## Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation :

### **CQP Conseiller - Conseillère de vente de produits non alimentaires et services**

REFERENTIEL D'ACTIVITES (A)	REFERENTIEL DE COMPETENCES (C)	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<b>BLOC GERER LA RELATION CLIENT</b>			
<b>A1- Accueil d'un client au sein du magasin ou du drive</b>	<b>C1 – Recevoir le client</b> en appliquant les consignes de l'établissement afin de maintenir la qualité d'accueil, quel que soit le flux de clients.	Evaluation en situation professionnelle réelle : L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tenue et la présentation du candidat sont conformes aux consignes de l'établissement (tenue vestimentaire, tenue de travail, posture, présentation générale, vocabulaire utilisé...).</li> <li>- Le candidat applique les techniques d'accueil de l'établissement et adapte sa communication au client. Les règles de politesse et de courtoisie sont appliquées de l'accueil à la prise de congé du client.</li> <li>- L'accueil est personnalisé pour s'adapter aux besoins des clients.</li> </ul>
	<b>C2 – Informer le client</b> sur les principales familles de produits et de services de l'établissement afin de lui proposer ceux susceptibles de répondre à ses besoins et attentes.	Cette évaluation s'appuie sur : -une observation en situation de travail ; -des questionnements avec l'apport d'éléments de preuve par le candidat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les informations délivrées sur les produits et les services de l'établissement sont claires et justes.</li> <li>- L'attention du client est attirée vers les produits nouveaux ou en promotion ainsi que vers des produits complémentaires en ayant connaissance des opérations commerciales de l'enseigne.</li> <li>- Le contexte et l'environnement du site de travail de l'établissement sont identifiés et bien appréhendés (fonction des différents espaces de l'établissement, place de ce dernier dans son environnement, etc.).</li> <li>- Les stratégies et les politiques commerciales de l'établissement sont identifiées, peuvent être expliquées et mises en valeur auprès des clients.</li> </ul>
<b>A2 - Prise en charge des clients au sein du magasin ou du drive</b>	<b>C3 – Traiter les demandes clients</b> jusqu'à la prise de congé du client en apportant une réponse adaptée au besoin exprimé afin de préserver la qualité de la relation client.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les demandes des clients sont reçues, analysées et traitées avec bienveillance et attention.</li> <li>- Les questions posées au client permettent d'obtenir les informations nécessaires à l'identification de son besoin et de ses attentes (origine du problème reporté, raisons de la demande...).</li> <li>- Les différentes possibilités d'intervention sont identifiées (orientation vers l'interlocuteur compétent, proposition d'un produit de remplacement...) et proposées en prenant en compte l'attitude du client (mécontentement) et les enjeux de fidélisation du client.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si l'objet de la demande est en dehors du champ d'action du candidat, l'interlocuteur adapté à la situation (un responsable ou supérieur hiérarchique par exemple) est contacté et informé rapidement.</li> <li>- L'attitude adoptée et les arguments apportés face à un client exprimant un mécontentement permettent de traiter efficacement la situation : écoute, empathie, ton calme, voix posée, mise à l'écart du client mécontent, dans la mesure du possible.</li> <li>- En cas de conflit, l'image de l'établissement et la relation de confiance avec le client sont préservées.</li> <li>- Les solutions proposées sont adaptées à la situation rencontrée et conformes aux procédures en vigueur.</li> <li>- Les réponses données sont complètes, apportent satisfaction au client et permettent de clôturer la relation.</li> </ul>
	<p><b>C4 – Conseiller le client</b> de façon personnalisée sur les gammes de produits et de services disponibles dans l'établissement afin de l'accompagner et d'anticiper ses besoins.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une phase d'écoute du client permet d'identifier son besoin.</li> <li>- Les produits proposés au client tiennent compte de ses besoins et attentes, même en cas de substitution de produits.</li> <li>- Les arguments utilisés lors de la présentation des produits tiennent compte des remarques du client.</li> <li>- L'attention du client est attirée vers les produits nouveaux ou en promotion ainsi que vers des produits complémentaires (à l'exception du drive).</li> <li>- Les clients qui en ont besoin sont identifiés puis accompagnés dans l'utilisation des services et technologies de l'établissement (prise en main des scannettes, utilisation des comptes de fidélité...) (à l'exception du drive).</li> </ul>

## BLOC METTRE EN RAYON LIBRE-SERVICE

REFERENTIEL D'ACTIVITES (A)	REFERENTIEL DE COMPETENCES (C)	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
<b>A3 – Approvisionnement des produits dans le rayon libre-service</b>	<b>C5 – Mettre en rayon les produits</b> dans le rayon libre-service en tenant compte de l'affluence client afin d'éviter la rupture de stock ou le surstock.	<p>Evaluation en situation professionnelle réelle : L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles.</p> <p>Cette évaluation s'appuie sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-une observation en situation de travail ;</li> <li>-des questionnements avec l'apport d'éléments de preuve par le candidat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits sont positionnés dans le rayon au niveau des balisages dédiés en tenant compte du niveau de fragilité du produit (précaution dans la manipulation pour certains produits) selon le plan d'implantation du magasin.</li> <li>- Le choix du matériel utilisé est adapté aux produits à implanter et à la zone d'implantation. La zone d'implantation est balisée.</li> <li>- Les règles permettant d'assurer la sécurité physique des personnes sont respectées.</li> <li>- Les produits sont mis en valeur de manière attractive et originale en fonction de leur nature. Les actions promotionnelles sont aussi mises en avant en utilisant les outils de communication à disposition.</li> <li>- Des propositions de mise en valeur des produits sont formulées et partagées avec l'équipe.</li> </ul>
	<b>C6 - Contrôler le balisage et l'étiquetage</b> des produits en rayon libre-service afin que les informations de prix à disposition des clients soient à jour.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits sont étiquetés et balisés de façon claire et informative selon la réglementation (prix, promotion, origine, qualité, produit bio, etc.).</li> <li>- La concordance entre le balisage, les prix étiquetés et l'appel-prix caisse est contrôlée selon les procédures du magasin.</li> <li>- Les anomalies sont identifiées et un responsable ou supérieur hiérarchique est alerté.</li> <li>- Les promotions ponctuelles sont mises en avant de manière claire et lisible selon la stratégie commerciale du magasin.</li> <li>- Les outils d'étiquetage (numériques ou manuels) sont utilisés conformément aux procédures du magasin.</li> </ul>	

<p><b>A4 – Maintien du bon état marchand du rayon libre-service</b></p>	<p><b>C7 - Veiller à l'état marchand du rayon libre-service</b> tout au long de la journée afin de faciliter la circulation des clients dans les rayons et l'accessibilité aux produits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le niveau de remplissage des rayons et leur rangement sont contrôlés tout au long de la journée et permettent d'émettre des propositions d'implantation au responsable ou supérieur hiérarchique.</li> <li>- La fréquence des contrôles est adaptée aux procédures du magasin et au flux de clients constaté et attendu.</li> <li>- Les produits non conformes à la vente (détériorés, périmés...) ou mal rangés sont identifiés et les mesures correctives sont appliquées selon les procédures définies (retrait du rayon...). Si besoin, un responsable hiérarchique est alerté.</li> <li>- Les anomalies (rupture de stock, un problème de propreté ou de sécurité...) sont signalées à un responsable ou supérieur hiérarchique.</li> <li>- Les emballages, équipements et matériels (cartons, palettes...) sont rangés selon les procédures du magasin.</li> </ul>
	<p><b>C8 - Agir contre la démarque</b> dans le respect des procédures de l'établissement afin de limiter les pertes de marchandises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les mesures identifiées dans le cadre des stratégies de lutte contre la démarque sont appliquées (tenue du cahier de démarque, enregistrement de la casse, des écarts prix, pesage et enregistrement des produits ne pouvant être vendus...).</li> <li>- Les règles du magasin relatives à la diminution des déchets (recyclage, dons, revalorisation...) sont appliquées.</li> <li>- Les responsables ou supérieurs hiérarchiques sont alertés en cas de dysfonctionnement constaté ou de points sensibles liés à la démarque inconnue.</li> <li>- La démarque et ses différentes sources sont enregistrées selon les procédures du magasin (outils informatique, cahier de démarques, etc.).</li> <li>- Des propositions visant à limiter la démarque peuvent être proposées au responsable ou au supérieur hiérarchique le cas échéant.</li> </ul>

## BLOC GERER LES STOCKS EN RESERVE

REFERENTIEL D'ACTIVITES (A)	REFERENTIEL DE COMPETENCES (C)	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<b>A5 – Contrôle des niveaux de stock en réserve et en rayon</b>	<b>C9 - Réaliser des opérations de comptage</b> dans le respect des procédures en vigueur afin de connaître précisément les quantités de chaque produit en rayon et en stock.	Evaluation en situation professionnelle réelle : L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles. Cette évaluation s'appuie sur : -une observation en situation de travail ; -des questionnements avec l'apport d'éléments de preuve par le candidat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les procédures et consignes en vigueur dans l'établissement pour la réalisation des opérations de comptage sont respectées.</li> <li>- Les logiciels et/ou outils de comptage de l'établissement (numériques ou papiers) sont utilisés et permettent de renseigner l'état des stocks.</li> <li>- Les écarts de comptage et anomalies sont identifiés et consignés. Un responsable ou un supérieur hiérarchique est alerté.</li> </ul>
	<b>C10 - Suivre les entrées et sorties de stock</b> en utilisant les outils de gestion de l'établissement afin d'alerter pour éviter les ruptures de stock ou les surstocks.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les stocks sont mobilisés et consultés en fonction des consignes de l'établissement et en utilisant les outils mis à disposition.</li> <li>- Les entrées et sorties de stock de la réserve vers les rayons sont ordonnancées selon les procédures de l'établissement (automatiquement ou manuellement).</li> <li>- Les outils de suivi et de gestion des flux (numériques ou papiers) sont utilisés en respectant leurs modes de fonctionnement. Le manager ou le responsable hiérarchique est alerté en cas de dysfonctionnement.</li> <li>- Les risques de rupture et de surstocks sont identifiés et un responsable ou un supérieur hiérarchique est alerté.</li> <li>- Les produits, notamment alimentaires, sont tracés selon les procédures de l'établissement. Leur rotation permet de garantir la fraîcheur et la sécurité alimentaire.</li> </ul>
<b>A6 – Maintien du bon état de la réserve</b>	<b>C11 - Ranger les stocks et la réserve</b> en respectant les consignes de conditionnement et de tri afin de faciliter et de sécuriser l'accès aux stocks.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits en stock sont triés et rangés dans les espaces disponibles et réservés selon les protocoles de l'établissement.</li> <li>- Le rangement des produits permet leur identification et leur accès.</li> <li>- Les caractéristiques des produits (produits dangereux, fragiles, sensibles, frais...) sont prises en compte pour identifier les modalités et conditions de stockage à respecter.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les consignes de rangement et les règles d'hygiène et de sécurité (alimentaire, physique, gestes et postures) de l'établissement sont respectées.</li> <li>- La qualité et la fraîcheur des produits en réserve sont évaluées et les produits non conformes aux normes de l'établissement sont signalés.</li> <li>- La circulation dans la réserve est préservée.</li> <li>- Les conditions problématiques de stockage sont identifiées et des mesures correctives sont appliquées. Si nécessaire, un interlocuteur compétent (technicien, responsable, supérieur hiérarchique...) est alerté.</li> <li>- Les emballages sont triés et jetés selon les consignes de l'établissement.</li> </ul>
	<p><b>C12 - Entretenir le matériel</b> de rangement et de manutention des stocks selon les consignes de l'établissement afin de maintenir en état la réserve.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La réserve et le matériel sont nettoyés en utilisant les produits appropriés et en respectant les protocoles de nettoyage de l'établissement.</li> <li>- Les premiers niveaux d'entretien du matériel sont réalisés selon les procédures de l'établissement.</li> <li>- Les règles d'utilisation et de rangement du matériel sont respectées.</li> <li>- Tout dysfonctionnement de matériel est identifié. Un responsable ou un interlocuteur compétent (technicien, responsable, supérieur hiérarchique...) est alerté.</li> </ul>

## BLOC VENDRE DES PRODUITS NON ALIMENTAIRES ET DES SERVICES

REFERENTIEL D'ACTIVITES (A)	REFERENTIEL DE COMPETENCES (C)	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
<b>A 7 - Conduite d'un entretien de vente d'un produit non alimentaire ou d'un service</b>	<b>C13 - Analyser la demande client</b> en échangeant avec lui afin d'identifier son besoin.	Evaluation en situation professionnelle réelle : L'évaluation des capacités professionnelles s'effectue dans le cadre d'activités professionnelles réelles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le questionnement utilisé permet au client de s'exprimer (questions ouvertes, attitude d'ouverture face au client, écoute active...).</li> <li>- Les échanges avec le client permettent de définir le profil de celui-ci.</li> <li>- La durée de l'échange est adaptée au flux de clients et aux besoins du client.</li> <li>- Les besoins ou la demande du client sont bien reformulés.</li> </ul>
	<b>C14 - Conseiller les clients</b> sur les caractéristiques des produits et services recherchés afin d'assurer l'acte d'achat.	Cette évaluation s'appuie sur : -une observation en situation de travail ; -des questionnements avec l'apport d'éléments de preuve par le candidat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits ou services du rayon sont appréhendés et permettent d'informer les clients. La véracité de l'affichage des produits et services (prix, promotions...) est contrôlée.</li> <li>- Le choix des produits ou services proposés tient compte de l'analyse du besoin, de sa connaissance du marché et de la concurrence ainsi que de la politique commerciale du magasin.</li> <li>- Les argumentaires de vente tiennent compte du besoin client et s'appuient sur les caractéristiques du produit ou du service.</li> <li>- Les remarques et observations du client sont prises en compte et permettent de personnaliser les argumentaires de vente. Des réponses sont apportées aux objections du client.</li> <li>- Les informations et conseils délivrés aux clients sont adaptés aux besoins et attentes du client (usages, profil du client...).</li> <li>- Des produits additionnels, complémentaires ou de substitution répondant aux besoins du client et aux opérations commerciales en cours sont proposés.</li> <li>- Les prix des produits, les promotions et les avantages des programmes fidélité sont présentés aux clients.</li> </ul>

<b>A 8 – Accompagnement à la vente d'un produit non alimentaire ou immatériel</b>	<b>C15 - Présenter le produit ou le service au client</b> en décrivant ses spécificités afin de l'accompagner dans son acte d'achat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les fiches techniques des produits et services sont revues et commentées avec le client. Des comparaisons entre produits et services sont proposées aux clients.</li> <li>- Les points de vente sont théâtralisés pour mettre en scène les produits.</li> <li>- Des démonstrations sur les produits disponibles en magasin sont réalisées.</li> <li>- Les outils de présentation des produits et services (tablettes numériques, catalogues, ordinateurs...) sont utilisés selon les consignes du magasin.</li> <li>- Des veilles techniques et de marché permettant de maintenir le niveau de connaissance sur les produits ou services proposés sont réalisées.</li> </ul>
	<b>C16 - Consolider l'acte de vente</b> en magasin ou en ligne afin de conclure l'acte d'achat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les commandes des clients réalisées en magasin sont enregistrées.</li> <li>- Les documents d'acte de vente (factures, bons de commande...) sont remis ou envoyés au client.</li> <li>- Les informations relatives à l'achat (garanties, délais de livraison...) sont communiquées au client.</li> <li>- Les commandes réalisées en ligne sont remises au client en vérifiant la conformité entre la preuve d'achat et le produit délivré. Les outils mis à disposition sont utilisés dans le respect des consignes du magasin.</li> <li>- L'avancement dans le traitement des commandes clients est suivi sur les outils du magasin.</li> </ul>