

RÉFÉRENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS METIER
EMPLOYE(E) DE VENTE POLYVALENT(E) EN MAGASIN– NIVEAU 4 – ORGANISME CERTIFICATEUR : CAFA FORMATIONS

Candidat en situation de handicap : 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 le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté. En fonction du handicap et des besoins spécifiques du candidat, le référent handicap pourra également s'appuyer sur une expertise externe.

Ces possibilités d'aménagement seront fixées dès l'entrée en formation et communiquées au futur candidat, afin que celui-ci puisse être informé des solutions de compensation.

Le titre s'articule autour des 3 blocs de compétences suivants :

Bloc 1 : Aménager des rayons et des linéaires au sein d'un magasin

Bloc 2 : Gérer des stocks de marchandises au sein d'un magasin

Bloc 3 : Contribuer à la performance commerciale et à l'expérience client dans un contexte omnicanal

Prérequis à l'entrée en formation : L'accès à la formation est ouvert aux candidats titulaires d'une certification de niveau 3 ou d'un niveau équivalent. À défaut, l'admission peut être accordée sur la base d'un entretien individuel permettant d'évaluer la motivation du candidat, la cohérence de son projet professionnel ainsi que sa capacité à suivre la formation.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES METIER	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Aménagement des rayons et des linéaires au sein d'un magasin			
A1.1 Installation des produits dans les rayons, les linéaires et les espaces de vente	A1.1.C1. Identifier les emplacements des produits, à partir de schémas ou planogrammes dématérialisés ou non ainsi que des consignes commerciales, afin de disposer les produits sur les étalages et les rayons en cohérence avec le parcours client et les objectifs de performance du rayon/du magasin.	E1 – Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle donnant lieu à une soutenance orale À l'appui d'un support écrit projeté (de type Powerpoint), il est demandé au candidat de présenter à l'oral son expérience/ses réalisations en matière d'aménagement de rayons et de linéaires en magasin :	Pour A1.1.C1 Cr1. L'implantation réalisée correspond strictement aux emplacements indiqués dans le planogramme ou les consignes transmises. Aucune inversion de famille ou d'emplacement n'est constatée.

A.1.2. Gestion de la disponibilité, de la présentation, de la rentabilité et de l’affichage des produits en rayon	A1.1.C2. Ranger les produits sur les étagères et les rayons, en appliquant les consignes d’implantation, les règles d’hygiène et de sécurité et les standards de présentation du magasin, afin d’offrir au client un accès logique et pratique aux produits A1.1.C3 Aménager les rayons, les linéaires et les têtes de gondoles en fonction des actualités commerciales et/ou des opérations promotionnelles, en appliquant les techniques de merchandising et en adaptant selon les contraintes de circulation, des règles d’accessibilité et de sécurité, afin de mettre en valeur les produits tout en facilitant l’accès à tous. A1.1.C4. Appliquer les règles de prévention des risques professionnels lors des opérations de mise en rayon et de manutention (gestes et postures, utilisation sécurisée du matériel, respect des zones de circulation...), afin de prévenir les troubles musculosquelettiques (TMS) et garantir sa sécurité ainsi que celle des clients et des autres collaborateurs. A1.2.C1. Effectuer un réassort des produits en rayon, après contrôle de la disponibilité et de l’état des produits, en tenant compte de la rotation des stocks, de la législation en vigueur et des procédures internes, en appliquant la règle des 3P (rayon Plein -rayon Propre- rayon avec des Prix attractifs) afin d’optimiser le linéaire, de maintenir l’attractivité du rayon, de limiter les pertes/le gaspillage et de conserver un confort d’achat optimal pour le client. A1.2.C2. Réaliser les opérations d’affichage (opérations promotionnelles, retraits produits...) et d’étiquetage (prix, origine...), en créant ou éditant les affiches et étiquettes, selon les consignes transmises et en procédant à un contrôle avant disposition en rayon, afin de respecter la législation en vigueur et permettre une information claire du client.	• La manière dont il a identifié les emplacements des produits et organisé leur disposition en cohérence avec le parcours client et les objectifs commerciaux du magasin (<i>en lien avec A1.1.C1</i>), • Une opération de mise en rayon réalisée (<i>en lien avec A1.1.C2</i>), • Une opération d’aménagement spécifique réalisée (<i>par exemple promotion, tête de gondole, opération saisonnière...</i>) en expliquant les techniques de merchandising mobilisées et les adaptations réalisées pour garantir l’accessibilité et la sécurité des clients (<i>en lien avec A1.1.C3</i>), • Une situation de réassort effectuée, en expliquant les contrôles réalisés, les règles prises en compte (<i>en lien avec A1.2.C1</i>), • Une opération d’affichage et d’étiquetage réalisée (<i>en lien avec A1.2.C2</i>), À l’issue de sa présentation, le candidat échange avec le jury et	Cr2. Les produits sont regroupés de manière cohérente par catégorie ou usage, sans dispersion incohérente sur le linéaire. Cr3. La disposition favorise la lisibilité du rayon (produits visibles, alignement homogène, continuité visuelle). Cr4. Les choix d’implantation démontrent une prise en compte explicite du parcours client (positionnement des produits d’appel, des promotions ou des produits complémentaires). Pour A1.1.C2 Cr1. Les produits sont rangés de manière ordonnée et stable, sans risque de chute ou d’obstacle. Cr2. Les règles d’hygiène et de sécurité applicables à la situation sont effectivement respectées (absence de cartons au sol, produits fragiles sécurisés). Cr3. L’accès aux produits est rendu possible sans difficulté (physique ou visuelle) manifeste.
---	--	---	---

	A1.2.C3. Mesurer la rentabilité d'une implantation de produits, en tenant compte de la composition/décomposition des prix de vente, afin d'apporter les actions correctives nécessaires au regard des indicateurs de performance.	répond à ses questions. Il sera notamment interrogé sur les arbitrages réalisés, les contraintes rencontrées, les règles d'hygiène, de sécurité, de prévention des risques appliquées et la prise en compte des enjeux sociétaux lors des actions/opérations mises en œuvre. E2 – Type d'évaluation : Évaluation écrite à partir de situations pratiques présentées en lien avec la mesure de la rentabilité d'implantations de produits/de linéaires Il est demandé au candidat de répondre aux questions posées (calculs de rentabilité, actions correctives au regard des indicateurs de performance...), dans le temps imparti, à partir des données et situations présentées (en lien avec A1.2.C3).	Pour A1.1.C3 Cr1. L'aménagement présenté met en évidence un dispositif spécifique de mise en valeur (rupture visuelle, regroupement thématique, tête de gondole identifiée). Cr2. Les éléments promotionnels installés correspondent précisément à l'opération décrite (cohérence entre visuel et produit exposé). Cr3. L'aménagement respecte les contraintes de circulation (largeur de passage suffisante, absence d'encombrement). Cr4. L'installation permet l'accès aux produits pour différents publics (hauteur accessible, absence d'obstacle physique manifeste). Pour A1.1.C4 Cr1. Les risques professionnels liés aux situations sont correctement identifiés (au moins 3 risques distincts). Cr2. Les mesures proposées permettent effectivement de réduire ou supprimer les risques identifiés.
--	---	---	---

			Cr3. Les réponses démontrent une cohérence entre risque repéré et solution retenue. Pour A1.2.C1 Cr1. Les produits remis en rayon correspondent aux besoins constatés (absence de rupture persistante après action). Cr2. Les dates et/ou l'état des produits sont vérifiés avant mise en rayon (contrôle réel). Cr3. Les produits à rotation prioritaire sont positionnés en façade ou en zone accessible. Cr4. L'action décrite contribue effectivement au maintien de l'attractivité du linéaire (linéaire plein, facing rétabli). Cr5. Le rayon présenté ne comporte ni emballage vide ni produit détérioré visible. Pour A1.2.C2 Cr1. Les mentions obligatoires applicables aux produits sont présentes sur l'étiquette produite. Cr2. Le prix affiché correspond exactement au produit concerné et à l'unité de vente.
--	--	--	--

			Cr3. Les informations promotionnelles sont conformes à la consigne (dates, conditions, réduction...). Cr4. Aucune incohérence entre affichage et produit réellement présenté n'est constatée. Cr5. La présentation de l'étiquette permet une lecture claire et immédiate par le client. Pour A1.2.C3 Cr1. Les calculs de capacité de stockage sont corrects. Cr2. Les calculs des indicateurs de rentabilité sont exacts et les ajustements proposés sont cohérents. Cr3. Les différents taux de TVA et la composition/décomposition des prix de vente sont pris en compte.
2. Gestion des stocks de marchandises au sein d'un magasin			
A2.1 Réception et entreposage des produits au sein d'un magasin	A2.1.C1. Réceptionner une livraison de marchandises/produits, en s'appuyant sur les documents spécifiques liés (bon de commande et bon de livraison) et les outils numériques du magasin (logiciel de gestion, scan...) et en procédant à un contrôle qualitatif et quantitatif, afin de sécuriser leur entrée en stock.	Type d'évaluation : Evaluation écrite à partir de situations pratiques relatives à la gestion des stocks de marchandises au sein d'un magasin fictif ou réel	Pour A2.1.C1 Cr1. Les quantités réceptionnées correspondent aux documents fournis. Les éventuelles discordances sont signalées/traitées.

A2.4. Gestion des sorties de stock spécifiques	A2.3.C2. Interpréter les résultats d'un inventaire, en s'appuyant sur les informations communiquées, afin de comprendre les écarts constatés, identifier leurs causes probables (erreur d'enregistrement, vol ...) et suivre les consignes de sa hiérarchie, dans une démarche de prévention de la démarque et de sécurisation des flux de marchandises. A2.4.C1. Gérer la sortie du stock liée aux produits défectueux, détériorés ou invendus, en appliquant les procédures internes de tri, d'enregistrement et de traçabilité (logiciel de gestion, enregistrement de casse, retrait de la vente...), dans le respect de la réglementation applicable, afin de garantir la conformité des pratiques du magasin et la fiabilité des données de stock. A2.4.C2. Mettre en œuvre les dispositifs de réduction du gaspillage prévus par le magasin (écoulement prioritaire des produits à date courte, paniers dédiés, dons associatifs...), en respectant les procédures internes, afin de limiter les pertes économiques, réduire l'impact environnemental des invendus et ainsi contribuer aux engagements RSE du magasin.	• À la réalisation d'un inventaire (<i>en lien avec A2.3.C1</i>), • À l'interprétation des résultats d'un inventaire (<i>en lien avec A2.3.C2</i>). • Aux modalités de gestion d'une sortie de stock liée à un produit défectueux ou invendu (<i>en lien avec A2.4.C1</i>), • Aux actions contribuant à la réduction du gaspillage (<i>en lien avec A2.4.C2</i>). L'évaluation permettra notamment de vérifier la prise en compte par le candidat des enjeux réglementaires, sécuritaires, environnementaux et d'accessibilité liés aux différentes situations présentées.	Cr5. Les conditions de conservation (température, séparation des produits incompatibles...) sont prises en compte lorsque la situation l'exige. Pour A2.2.C1 Cr1. Les écarts entre stock théorique et stock réel sont correctement calculés, sans erreur. Cr2. Les produits présentant un risque de rupture ou de surstock sont identifiés avec exactitude. Cr3. Les réponses démontrent une lecture correcte des données issues du logiciel de gestion. Pour A2.2.C2 Cr1. Les informations transmises comportent des données précises relatives au niveau de stock observé (quantités/surstock/ruptures, références, produits concernés...). Cr2. Le mode de transmission décrit respecte la procédure interne du magasin (outil numérique, mail professionnel, reporting hiérarchique formalisé...). Pour A2.2.C3
--	---	--	---

			Cr1. Les quantités commandées correspondent aux besoins établis à partir des données fournies Cr2. Les références sélectionnées pour la commande correspondent strictement aux produits identifiés comme nécessitant un réapprovisionnement. Cr3. Les seuils d’alerte et délais fournisseurs fournis sont correctement pris en compte. Pour A2.3.C1 Cr1. Les données de comptage renseignées correspondent exactement aux quantités observées dans la situation proposée (absence d’erreur de transcription). Cr2. L’enregistrement des données est complet (aucune référence omise parmi celles présentées). Cr3. Les anomalies constatées sont communiquées à la hiérarchie suivant la procédure interne de l’entreprise (mail...). Pour A2.3.C2 Cr1. Les écarts identifiés sont correctement calculés et explicitement chiffrés.
--	--	--	--

			Cr2. Les causes proposées sont plausibles au regard des éléments fournis dans la situation. Cr3. Les actions suggérées sont directement liées aux causes identifiées (cohérence cause/action). Cr4. Les réponses démontrent la prise en compte de la sécurisation des flux (prévention de la démarque, contrôle renforcé, ajustement de procédure). Pour A2.4.C1 Cr1. La décision de retrait ou de sortie correspond précisément à la situation présentée (produit défectueux, invendu, détérioré). Cr2. L'enregistrement de la sortie est mentionné dans le système de gestion avec indication de la nature du motif (casse, retrait, don...). Cr3. Les étapes de tri ou de traitement du produit sont pertinentes. Cr4. La procédure appliquée garantit la fiabilité des données de stock et la conformité aux règles du magasin.
--	--	--	--

			Pour A2.4.C2 Cr1. Le dispositif est conforme aux règles internes du magasin, sans omission d'étape obligatoire Cr2. Les produits concernés par l'action correspondent aux critères d'éligibilité du dispositif (date courte réellement proche, produit invendu identifié comme tel...). Cr3. L'impact de l'action est identifié.
3. Contribution à la performance commerciale et à l'expérience client dans un contexte omnicanal			
A3.1 Accompagnement personnalisé du parcours client	A3.1.C1. Accueillir le client au sein du magasin, en adoptant une posture professionnelle en cohérence avec l'identité, la culture et les engagements RSE du magasin, afin de développer l'expérience d'achat du client dans une démarche inclusive. A3.1.C2. Orienter le client dans les rayons ou les différentes surfaces de vente du magasin, en le questionnant sur son besoin et sa recherche, afin de faciliter et fluidifier son parcours d'achat. A3.1.C3. Accompagner de façon personnalisée un client en situation de handicap, senior ou en difficulté, en lui proposant une aide spécifique et adaptée (déplacement dans le magasin, saisie des produits ...), afin de lui permettre d'évoluer de façon sécurisée dans son parcours d'achat.	E1- Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle donnant lieu à deux jeux de rôles Le candidat est placé en situation professionnelle simulée face à un client (joué par un membre du jury). Il devra adopter une posture professionnelle cohérente avec l'identité, la culture et les engagements RSE du magasin. Dans le cadre de deux jeux de rôles, le candidat devra : <u>Pour le premier :</u>	Pour A3.1.C1 Cr1. Une posture professionnelle adaptée est observable dès l'entrée en interaction (regard dirigé vers le client, attitude ouverte, absence de distraction...). Cr2. La formule d'accueil utilisée est claire, audible et adaptée au contexte du magasin (absence de familiarité inappropriée ou de langage relâché). Cr3. Le discours et l'attitude sont cohérents avec l'identité du magasin

A3.2 Contribution directe à la performance commerciale	A3.2.C1. Conseiller le client, en recherchant un produit ou un service, en lui en présentant et expliquant les caractéristiques et les conditions d'utilisation et en lui proposant une alternative si nécessaire, en s'appuyant sur les supports internes et sa connaissance de l'offre, afin de guider son choix de manière éclairée et ainsi contribuer à sa satisfaction et à sa fidélisation. A3.2.C2. Proposer les produits et services complémentaires du magasin à un client, en tenant compte de son profil et de ses attentes et besoins spécifiques, afin de développer le chiffre d'affaires du magasin. A3.2.C3. Faire face à une situation de tension ou de conflit avec un client, en tenant compte des risques spécifiques liés à la situation (sécurité, image du magasin...), en s'appuyant sur les procédures internes (appel d'un responsable, de la sécurité...) et des techniques de communication adaptées (communication non violente (CNV), reformulation, adaptation de sa posture...), afin de préserver la relation commerciale et l'image du magasin.	• Accueillir un client et l'orienter dans son parcours <i>(en lien avec A3.1.C1 et A3.1.C2)</i>. Une situation spécifique impliquant un client en difficulté ou en situation de handicap sera introduite afin d'évaluer l'adaptation de l'accompagnement personnalisé réalisé par le candidat <i>(en lien avec A3.1.C3)</i>, • Conseiller un client sur un produit ou un service, lui proposer des produits ou services complémentaires adaptés <i>(en lien avec A3.2.C1 et A3.2.C2)</i> et réaliser l'encaissement <i>(en lien avec A3.3.C1)</i>, <u>Pour le second :</u> • Traiter un retour, un échange ou une réclamation d'un client donnant lieu à une situation de tension ou de conflit <i>(en lien avec A3.2.C3 et A3.3.C3)</i>.	Cr4. Le client est pris en charge sans délai excessif ni interruption injustifiée. Cr5. L'attitude et/ou le discours prennent en compte les engagements du magasin en matière d'inclusion, de respect du client ou de consommation responsable lorsque la situation le permet. Pour A3.1.C2 Cr1. Au moins 2 questions ouvertes permettant d'identifier précisément le besoin du client sont posées. Cr2. Les produits proposés sont cohérents avec la demande formulée. Cr3. Les indications données permettent au client de localiser le produit sans ambiguïté.
A3.3. Gestion opérationnelle des transactions et commandes clients	A3.3.C1. Réaliser les opérations d'encaissement et de remboursement, en utilisant le logiciel de caisse et les différents moyens de paiement (espèces, carte bancaire/sans contact, titres ou cartes spécifiques), en contrôlant la validité des transactions et l'application des dispositifs de fidélité, afin de garantir la fiabilité des flux financiers et de limiter les erreurs comptables ou fraudes. A3.3.C2. Gérer la commande d'un client (sur le point de vente, en click-and-collect, en drive, en ligne...), en la réceptionnant ou en l'enregistrant via les outils numériques du magasin, puis en assurant sa préparation complète (sélection des produits, contrôle	E2 – Type d'évaluation : Évaluation écrite à partir de situations pratiques présentées	Pour A3.1.C3 Cr1. L'adaptation proposée correspond à la difficulté exprimée (par exemple accompagnement physique si mobilité réduite) Cr2. Le rythme et le mode de communication sont adaptés à la situation (voix adaptée, reformulation si nécessaire...).

A3.4. Contribution au suivi de la performance du magasin	de conformité et des dates de péremption le cas échéant, emballage et étiquetage...), dans le respect des procédures internes et des règles d'hygiène, de sécurité et environnementales applicables, afin de garantir une livraison conforme et une expérience client qualitative. A3.3.C3. Traiter les retours, échanges ou réclamations des clients, en vérifiant la conformité des demandes au regard de la législation en vigueur, de la politique commerciale du magasin et des procédures internes, et en enregistrant les opérations dans le système de gestion, afin d'assurer une résolution conforme et sécurisée. A3.4.C1. Exploiter les informations issues des retours clients et de la veille sur les produits et tendances, en recueillant et transmettant les observations selon les processus internes, afin de contribuer à l'adaptation de l'offre, à l'amélioration de l'expérience client et au développement des ventes. A3.4.C2. Interpréter des indicateurs commerciaux (chiffre d'affaires, panier moyen ...), en les reliant aux observations réalisées en surface de vente, afin d'adapter ses actions et ainsi contribuer à son échelle à la performance commerciale.	Il est demandé au candidat de répondre aux questions posées, dans le temps imparti, à partir des données et situations présentées relatives à : - La gestion de la commande d'un client (en lien avec A3.3.C2), - L'exploitation des informations issues des retours clients et de la veille sur les produits et tendances (en lien avec A3.4.C1) - L'interprétation d'indicateurs commerciaux (en lien avec A3.4.C2)	Cr3. L'accompagnement garantit la sécurité du déplacement ou de la manipulation du produit. Cr4. L'attitude adoptée est respectueuse et non stigmatisante. Pour A3.2.C1 Cr1. Les caractéristiques du produit présentées sont exactes Cr2. Les conditions d'utilisation sont expliquées sans erreur technique manifeste. Cr3. Le discours est structuré et compréhensible pour le client. Le client manifeste une compréhension claire du produit à l'issue de l'explication (absence de confusion persistante). Pour A3.2.C2 Cr1. Le produit ou service complémentaire proposé présente un lien réel avec le produit principal. Cr2. L'argumentaire met en évidence l'utilité concrète du complément pour le client. Cr3. Aucune forme de pression n'est communiquée au client.
--	--	--	---

			Pour A3.2.C3 Cr1. La demande ou le problème exprimé par le client sont reformulés avant d’y répondre. Cr2. Le ton employé reste maîtrisé et adapté malgré la tension. Le candidat garde son calme tout au long de l’échange avec le client. Cr3. La solution proposée respecte les règles internes du magasin. Cr4. La situation se conclut par une désescalade observable (client apaisé ou conflit stabilisé). A défaut, le candidat identifie le moment où la situation nécessite l’intervention d’un tiers (responsable et/ou agent de sécurité). Pour A3.3.C1 Cr1. Le montant total encaissé correspond exactement aux produits présentés (absence d’erreur de saisie). Cr2. Le moyen de paiement est traité conformément à sa procédure spécifique (carte, espèces, titre...). Cr3. Le dispositif de fidélité est appliqué correctement. Pour A3.3.C2
--	--	--	--

			Cr1. Les étapes de traitement de la commande sont présentées dans l'ordre chronologique exact. Cr2. Les contrôles de conformité des produits sont correctement intégrés (quantité, état, date si applicable). Cr3. Les règles d'hygiène ou de sécurité applicables à la préparation sont correctement prises en compte. Pour A3.3.C3 Cr1. Les éléments nécessaires à la validation de la demande sont vérifiés (preuve d'achat, délai, état du produit...). Cr2. La décision prise est conforme à la politique commerciale du magasin. Cr3. L'opération est correctement enregistrée dans le système simulé ou décrite avec précision. Pour A3.4.C1 Cr1. Les informations pertinentes issues des retours sont identifiées Cr2. Les observations retenues sont reliées à au moins une adaptation concrète de l'offre ou du service.
--	--	--	--

			Cr3. La transmission proposée respecte le canal interne prévu dans la situation. Pour A3.4.C2 Cr1. Les liens établis entre indicateurs et situation terrain sont cohérents. Cr2. Les actions proposées répondent aux problématiques identifiées et contribuent à l'amélioration de la performance commerciale du magasin.
--	--	--	--