

## Vendeur Conseil Omnicanal



### ✓ Objectifs :

- Contribuer à l'animation de la relation client omnicanale
- Collaborer à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de ventes
- Conseiller le client et réalise des ventes dans un contexte omnicanal

Ainsi, selon les environnements professionnels où il (elle) exerce ses fonctions il a un domaine d'activités commun et un second spécifique (au choix, selon le projet professionnel).

*Domaine d'activités commun* : la promotion de produits et/ou services, le conseil et la vente client.

*Domaines d'activités spécifiques* à l'environnement professionnel :

- Vendeur(euse) Conseiller(ère) Commercial(e) exerçant en magasin : l'aménagement et le fonctionnement de l'espace de vente.
- Vendeur(euse) Conseiller(ère) Commercial(e) exerçant sur plateforme téléphonique : la conduite d'entretiens téléphoniques. Vendeur(euse)
- Conseiller(ère) Commercial(e) exerçant comme commercial itinérant : la réalisation d'actions de prospection

### 👤 Public visé :

- En apprentissage : jeunes de 16 ans à moins de 30 ans
- Tout public éligible à une entrée en contrat de professionnalisation, en Pro-A ou autres conventions

### 📋 Prérequis :

Toute personne justifiant :

- d'un CAP ou BEP (certification ou diplôme de niveau 3 validé) ou une année de seconde menée à son terme et satisfaisant aux épreuves de sélection de l'établissement ou
- d'une année d'expérience professionnelle hors alternance dans le secteur d'activité commerce-distribution et satisfaisant aux épreuves de sélection de l'établissement

### 👉 Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible via le :

- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- Contrat de Pro- A
- Le CPF de transition
- Le plan de formation ou le CPF

Pour les salariés ayant une expérience significative dans ce domaine, le diplôme peut être obtenu par la VAE

#### Etapas d'inscription :

- 1) Dépôt de candidature sur Parcoursup
- 2) Assister à une réunion d'information pour valider l'accès au portail de préinscription du CFA Skillfor
- 3) Admission sur dossier et entretien

Code diplôme : 46C3120C

Code RNCP : 36865

# SKILLFOR

CENTRE DE FORMATION  
DES APPRENTIS



#### Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Alternance et formation continue



#### Filière de formation :

Commerce-distribution & Logistique/  
Marketing & Relation client



#### Niveau de sortie de la formation :

Niveau 4 (Bac)



#### Durée de la formation :

1 année / 448 heures



#### Coût de la formation :

Alternance et Pro-A : 6 156 €  
Autres dispositifs : 5 540 €  
Formation gratuite et rémunérée pour l'alternant (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation)  
Prise en charge en alternance et Pro-A par OPCO



#### Prochaines sessions de formation :

Du 16/10/2024 au 31/07/2025



#### Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain  
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



#### SKILLFOR Campus

Pôle Consulaire de Formation  
Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire  
97233 SCHOELCHER  
HOTLINE 0596 42 79 05  
[www.skillforcampus.com](http://www.skillforcampus.com)



#### Gestionnaire de formation :

Martine MONCOQ  
[accueil\\_skillfor@martinique.cci.fr](mailto:accueil_skillfor@martinique.cci.fr)  
05 96 61 78 73

- 4) Inscription définitive à compter de la signature du contrat en alternance ou de toute autre convention

#### En contrat d'apprentissage :

**Date limite d'entrée en formation :** le 30/10/2024

**Date limite de signature d'un contrat :** le 15/01/2025

Les délais d'accès sont compris entre 1 et 6 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé

## Modalités pédagogiques :

Formation entièrement en présentiel  
Alternance d'apports théoriques et méthodologiques (exercices d'applications et simulations, études de cas pratiques d'entreprises, travaux de groupes soutenus à l'oral) et d'applications pratiques en entreprise  
Accompagnement individualisé et coaching

Le salarié est dispensé de temps en entreprise, il peut substituer l'évaluation par un dossier de validation des compétences en entreprises

## Rythme d'alternance :

2 jours de formation en centre  
3 jours en entreprise

## Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

### **RNCP36865BC01** Contribution à l'animation de la relation clients multicanale – 145 heures

*En adoptant une posture conforme aux standards de son entreprise et adaptée aux caractéristiques de sa clientèle – notamment celle en situation de handicap, contribuer à l'animation de la relation clients sur les différents canaux jalonnant le parcours d'achat proposé par son enseigne, en opérant les actions de prospection, d'accueil et de fidélisation selon les instructions de son responsable, afin de participer à la qualité et la personnalisation d'une expérience clients renforçant l'attractivité et contribuant au développement de son enseigne.*

- **C.1.1.1 Préparer la réalisation d'actions de prospection numériques et téléphoniques** prescrites par son supérieur hiérarchique, en recueillant les renseignements sur les prospects à contacter au moyen de la base de données informatique de l'entreprise et en prenant connaissance des outils fournis en interne (script d'entretien, éléments rédactionnels...), afin de décliner scrupuleusement les instructions de son responsable.
- **C.1.1.2 Procéder à la diffusion massive ou ciblée via les canaux numériques (emailing, sms, réseaux sociaux...) de messages à caractère informatif sur l'offre produits/services de son entreprise**, en veillant à la qualité formelle des éléments transmis, afin de susciter l'intérêt des clients potentiels en vue d'une prise de rendez-vous.
- **C.1.1.3 Conduire des entretiens de prospection téléphonique**, en appliquant le protocole de prise de contact et en déroulant le script préétabli ou en adaptant son argumentation au niveau de maturité du prospect, afin de susciter l'intérêt des clients potentiels en vue d'une prise de rendez-vous.
- **C.1.2.1 Prendre en charge le client sur les différents canaux jalonnant le parcours d'achat (physique, téléphonique, numérique)** proposé par son enseigne, en appliquant le protocole d'accueil de l'entreprise selon ses standards de qualité et en s'adaptant aux caractéristiques et spécificités de son interlocuteur - notamment en situation de handicap, afin d'établir un climat de confiance et de l'orienter dans son parcours.
- **C.1.3.1 Contribuer à la qualité de l'expérience client sur les différents canaux de distribution de l'entreprise**, en participant à l'animation d'opérations extra-commerciales en ou hors espace de vente et en guidant le client dans l'utilisation des différents outils et services innovants proposés par son enseigne, afin de garantir aux clients une expérience différenciante et renforçant leur fidélité.
- **C.1.3.2 Participer à l'entretien de la relation avec les clients via les canaux numériques (email, sms, application mobile...) en aval de leur acte d'achat**, en leur adressant des suggestions de produits/services personnalisés selon leur historique d'achat et l'évolution de l'offre de son entreprise, afin de favoriser les ventes sur les tous les canaux de distribution de son enseigne.
- **C.1.3.3 Traiter les réclamations formulées après-vente par les clients**, en solutionnant les situations simples par l'application des CGV de son enseigne et des dispositions élémentaires du droit de la consommation ou en les transmettant à son référent hiérarchique ou à un service interne dédié dans les cas plus complexes, afin de résoudre la situation et de conserver la satisfaction des clients tout en veillant à préserver l'intérêt de son entreprise.
- **C.1.4.1 Mettre à jour les fichiers clients dématérialisés**, en actualisant les informations les concernant dans l'outil de gestion informatisé de son entreprise conformément aux directives de son responsable au regard des obligations liées au RGPD, afin de garantir la mise à disposition de données fiables et permettant la mise en œuvre d'actions de fidélisation.
- **C.1.4.2 Rendre compte régulièrement à son responsable du résultat des actions menées**, en lui faisant remonter les informations sur les points d'irritation ou de satisfaction constatés au niveau de la clientèle, afin de contribuer à l'amélioration continue de l'offre produits/services de son entreprise et de ses modalités de délivrance aux consommateurs.

### **RNCP36865BC02** Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente – 145 heures

*En opérant la réception et la mise à disposition des produits selon le plan d'implantation et les techniques de merchandising établis par son responsable, collaborer à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente, en veillant au maintien de son bon ordonnancement et des conditions d'hygiène et de sécurité, afin de faciliter et de favoriser l'acte d'achat de la clientèle.*

- **C.2.1.1 Opérer la réception des marchandises destinées à la vente**, en vérifiant le respect des quantité et qualité prévues au regard du bon de commande établi, afin de les stocker ou de les présenter en magasin.
- **C.2.1.2 Préparer la mise à disposition des produits en rayon**, en effectuant leur étiquetage au moyen d'un outil numérique et en procédant à la pose d'antivols, conformément aux consignes spécifiées par son responsable et à la réglementation concernant l'affichage des prix, afin d'assurer la bonne information du client et de contribuer à la lutte contre la démarque inconnue.
- **C.2.2.1 Disposer les produits dans les linéaires et différents supports d'exposition**, en appliquant le plan d'implantation établi par son responsable et en utilisant les techniques de valorisation des produits, afin de proposer un espace de vente attractif et favorisant l'acte d'achat des clients.
- **C.2.2.2 Positionner les différents supports de communication commerciale physiques et numériques**, en respectant les techniques de merchandising définies par son responsable, afin d'attirer l'attention des clients sur des gammes de produits ciblées.
- **C.2.3.1 Réaliser le réassort des rayons**, en s'assurant de la rotation des produits et en veillant à la qualité de leur présentation, afin d'adapter leurs quantités de produits aux flux clients et de garantir leur disponibilité.
- **C.2.3.2 Entretenir le bon ordonnancement et la propreté des rayons**, en veillant au maintien de la qualité de présentation des produits et à l'application des règles d'hygiène et de sécurité, afin d'offrir aux clients un espace conforme au positionnement de son enseigne et à ses standards de qualité.
- **C.2.4.1 Participer à la réalisation des inventaires des produits en rayons et en stocks**, en opérant le recensement des marchandises au moyen d'un outil numérique et en application des procédures de son enseigne, afin de permettre une gestion optimale des produits et approvisionnements de son unité.

### **RNCP36865BC03** Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal – 158 heures

*En instaurant une relation de confiance et en mobilisant un questionnement et des outils numériques permettant l'approfondissement de la connaissance du profil et des besoins du client, réaliser un entretien de vente, en adoptant une posture d'expert-conseil et en développant un argumentaire adapté et personnalisé, afin de proposer une expérience d'achat réussie et éclairée pour le client tout en contribuant à l'atteinte des objectifs commerciaux de l'enseigne.*

- **C.3.1.1 Intégrer les objectifs de vente de son unité commerciale au niveau individuel et collectif**, en se tenant informé des évolutions des ventes effectuées par sa structure et des résultats escomptés par son responsable, afin de guider – dans la mesure du possible et dans le respect de leurs intérêts – le choix des clients vers les ventes à réaliser et de contribuer à la réussite de la stratégie commerciale de l'enseigne.
- **C.3.1.2 Actualiser ses connaissances sur les produits et services commercialisés par son entreprise ainsi que par la concurrence**, en suivant l'évolution de leurs caractéristiques et l'apparition de toute nouveauté au moyen des outils numériques et en consultant les fiches techniques les concernant, afin d'apporter un niveau de conseil satisfaisant à des consommateurs connectés et très informés et de répondre de façon adaptée et personnalisée aux questions et besoins des clients.
- **C.3.2.1 Adapter sa communication lors de la prise de contact avec le client**, en fonction de son contexte professionnel, en respectant le protocole de l'entreprise, afin de contribuer à l'instauration d'un climat contribuant à la qualité de l'expérience client et la réalisation de l'acte d'achat.
- **C.3.2.2 Questionner le client sur son intention d'achat et son contexte**, en recueillant les renseignements liés à l'usage et/ou à la finalité de(s) produit(s)/service(s) recherché(s) et en évaluant son niveau d'information préalable, afin de préciser son besoin, ses attentes et le budget dédié à l'achat.
- **C.3.2.3 Approfondir l'exploration de la connaissance du client**, en consultant au moyen d'un appareil connecté les données relatives à son comportement d'achat disponibles dans l'outil CRM de son entreprise, afin de déchiffrer précisément le profil du client, ses caractéristiques et de personnaliser l'interaction commerciale.
- **C.3.3.1 Rechercher les produits/services correspondant aux attentes du client et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution** (physique, numérique, partenaires...), en identifiant les plus appropriés présents en magasin et/ou en explorant et analysant les fiches techniques de ceux figurant dans la market place, afin de les proposer au client.
- **C.3.3.2 Présenter au client les produits/services correspondant à ses attentes et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution** (physique, numérique, partenaires...), en s'appuyant sur son expertise, en traduisant les éléments ressortant des fiches techniques produits/services et en recourant à des outils numériques enrichissant la vente (borne tactile, tablette ou *smartphone*), afin de l'orienter dans son choix.
- **C.3.3.3 Développer un argumentaire personnalisé et adapté au client**, en approfondissant l'examen des différents produits/services et de leurs caractéristiques et en comparant leurs avantages respectifs au moyen d'informations factuelles et collectées en temps réel ou différé avec des outils numériques, afin de lever ses réticences et de favoriser un acte d'achat éclairé.
- **C.3.4.1 Evaluer la pertinence de la poursuite de l'entretien de vente**, en tenant compte des signaux verbaux et non verbaux émis par le client et des raisons motivant son hésitation ou son indécision, afin de déterminer les modalités de conclusion à réserver.
- **C.3.4.2 Conclure la vente avec le client**, en lui proposant une solution complète intégrant des services/produits additionnels constituant une offre existante (ou préétablie) et en organisant les modalités de mise à disposition du produit/service acquis.
- **C.3.4.3 Réaliser l'encaissement du règlement du client au moyen d'un terminal de paiement informatisé mobile**, en effectuant le récapitulatif des décisions prises et des achats effectués et en procédant, le cas échéant, à l'établissement d'un bon d'achat, d'un bon de livraison ou à l'émission d'une facture.

### ★★★ Modalités d'évaluation :

Chaque unité d'enseignement donne lieu à un contrôle par examen final.

Titre RNCP capitalisable par validation des blocs (initiale et apprentissage)

- épreuves écrites : dossier de préparation, études de cas, support de communication,
  - épreuves orales : mise en situation, jeux de rôles, entretien de vente, entretien téléphonique, prise de rendez-vous
- ou
- Réalisation de portefeuilles de preuves (formation continue et CPF)

#### Validation des blocs de compétences :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certains blocs de compétences, lesquels sont acquis à vie

### Suites de parcours et débouchés :

#### Suites de parcours :

L'apprenant peut poursuivre ses études en préparant un diplôme ou titre de niveau 5 (BAC+2) dans les univers du commerce, gestion (Titres professionnels : Gestionnaire d'unité commerciale - Attaché commercial ou BTS ; Management commercial opérationnel - Négociation de la relation client)

Equivalences/Passerelles : Aucune

Emplois visés : Vendeur, Vendeur spécialisé, Téléconseiller / Télévendeur, Commercial auprès des particuliers, Assistant de vente, Conseiller commercial.

### Les points forts de la formation :

- Cette formation permet d'appréhender l'ensemble des techniques et informations nécessaires à la vente
- Elle est adaptée aux nouveaux usages métier. La fonction du *Vendeur Conseil Omnicanal* a notamment évolué ces dix dernières années avec la généralisation de la digitalisation des unités de vente, qui proposent dorénavant à leurs clients, différents canaux pour accéder à leur offre produits/services (point de vente physique, site internet vitrine, plateforme de e-commerce, service client téléphonique...) et dotent leurs équipes de vente d'outils numériques (ordinateur, tablette, borne tactile, *smartphone*...).
- Cursus professionnalisant dispensé en alternance pour allier repères méthodologiques et expérience de terrain

### Chiffres clés 2022-2023 (Martinique) :

Taux d'obtention de la certification : 63%

Taux d'interruption en cours de formation : 38%

Taux de satisfaction : 100%

Taux de poursuite d'études : 17% des sortants 2022

Taux global d'insertion à 6 mois : 67% des sortants 2022

Valeur ajoutée : 100%