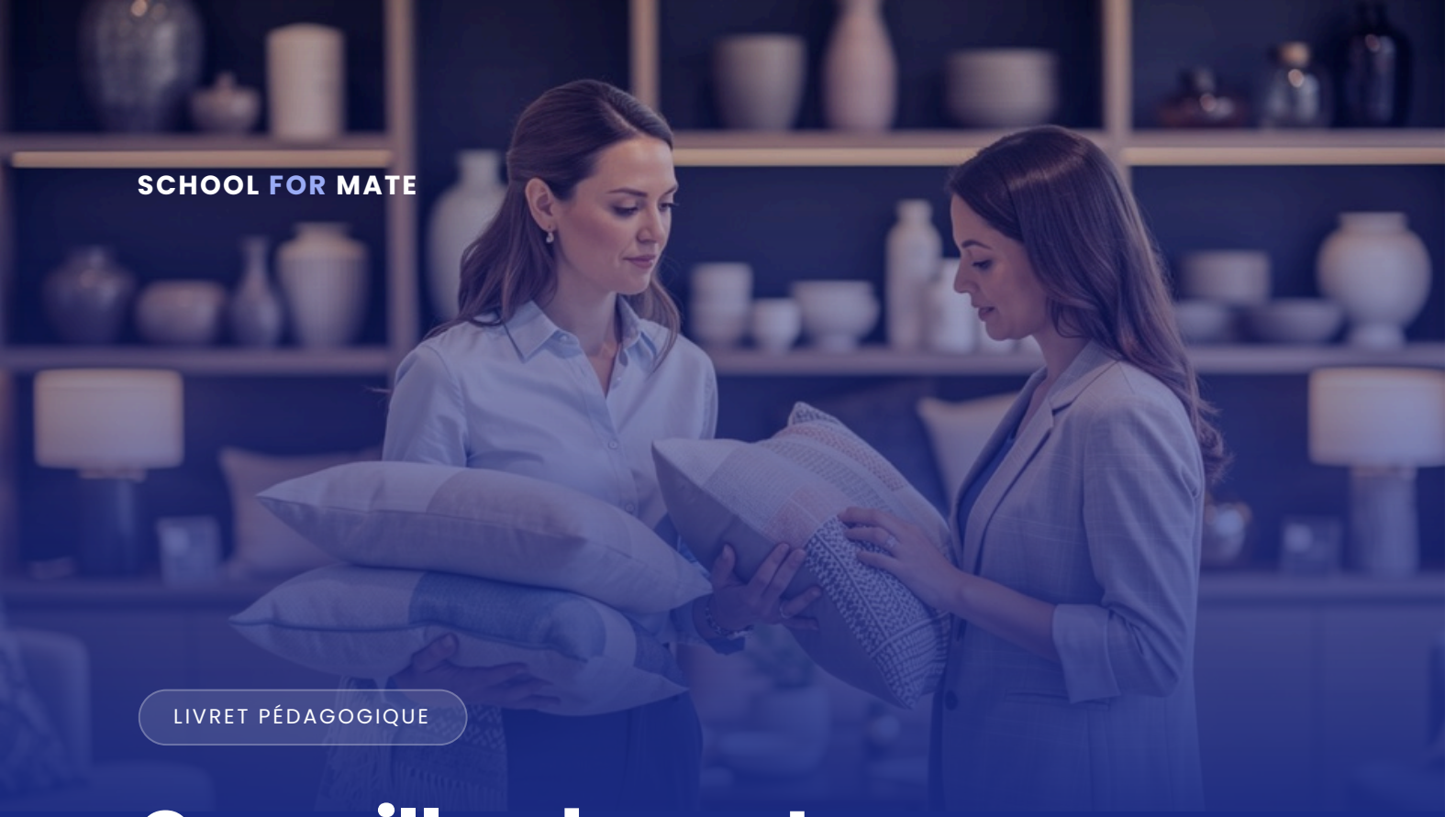


SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

Conseiller de vente

RNCP37098 · Titre professionnel · Niveau 4

Ce parcours de 440 heures prépare au titre professionnel Conseiller de vente (RNCP37098, niveau 4) en couvrant les deux blocs de compétences du référentiel, de la réception des marchandises à la fidélisation du client en environnement omnicanal. Il suit une conseillère de vente dans une enseigne fictive d'équipement de la maison, avec des mises en situation transposables aux univers alimentation et équipement de la personne retenus à l'examen.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
440 h	20	2

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	Conseiller de vente
Code	RNCP37098
Type	Titre professionnel
Niveau	Niveau 4
Certificateur	MINISTERE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L' INSERTION
Durée	440 h, 20 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026
Fin d'enregistrement de la certification	25/01/2028

Le métier et les compétences visées

Le conseiller de vente exerce dans un point de vente physique relié aux canaux numériques de son enseigne. Il réceptionne et prépare les marchandises, met en rayon dans le respect des règles de sécurité et d'optimisation de l'effort, applique les préconisations de merchandising et valorise les promotions et les nouveautés. Il actualise sa connaissance des produits et de la concurrence, analyse ses résultats au regard des objectifs fixés et propose des actions d'amélioration à sa hiérarchie. Face au client, il adopte une posture d'expert-conseil : il accueille, découvre les besoins, argumente, traite les objections, négocie dans la limite de sa délégation et conclut la vente. Il assure le suivi des ventes, traite les réclamations, veille à l'e-réputation de l'enseigne et contribue à la fidélisation de la clientèle.

Public visé

- Demandeurs d'emploi souhaitant accéder à un métier de la vente en magasin
- Salariés du commerce (employés de libre-service, hôtes de caisse, vendeurs) visant une certification de niveau 4
- Alternants en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dans une unité marchande
- Personnes en reconversion professionnelle attirées par le conseil client et le commerce omnicanal
- Candidats à la validation des acquis de l'expérience souhaitant consolider leurs pratiques

Prérequis

- Aucun prérequis n'est fixé par le référentiel ; les conditions d'accès sont définies par l'organisme de formation
- Maîtrise du français oral et écrit permettant d'échanger avec un client et de lire des documents commerciaux
- Aisance avec les calculs de base (pourcentages, quantités, prix) et les outils numériques courants
- Aptitude physique compatible avec la station debout et les tâches de manutention en magasin

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Organiser une veille sur les produits, les services et la concurrence de l'unité marchande et en exploiter les résultats
- Réceptionner les marchandises, contrôler les documents de réception et traiter les anomalies
- Préparer et mettre en rayon les produits en appliquant les règles de rangement, de sécurité et de prévention des risques
- Appliquer les préconisations de merchandising et mettre en valeur les promotions et les nouveautés
- Analyser un tableau de bord commercial, identifier les causes d'écarts et proposer un plan d'actions
- Accueillir le client en tenant compte de ses caractéristiques, y compris d'une éventuelle situation de handicap, et représenter l'image de l'enseigne
- Conduire un entretien de vente complet en posture d'expert-conseil, de la découverte des besoins à la prise de congé
- Assurer le suivi des ventes et traiter une réclamation ou un litige en préservant la satisfaction du client
- Contribuer à la fidélisation du client en magasin, à distance et sur les réseaux sociaux, en veillant à l'e-réputation de l'enseigne
- Intégrer la politique RSE de l'enseigne et le renouvellement durable dans ses pratiques et son argumentation

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Comptoir Belvène

IG

Inès Garnier

Conseillère de vente en alternance, univers cuisine et art de la table

Distribution spécialisée en décoration et équipement de la maison, réseau de magasins et site marchand

Comptoir Belvène est une enseigne régionale de décoration et d'équipement du foyer qui compte une quinzaine de magasins et un site marchand proposant le retrait en magasin et la livraison à domicile. Inès Garnier vient d'intégrer le magasin d'Angers comme conseillère de vente en alternance, au rayon cuisine et art de la table. Elle travaille sous la responsabilité de Marc Delorme, responsable de rayon, aux côtés d'une équipe de quatre vendeurs et d'un réceptionnaire. L'enseigne engage une démarche RSE affirmée : produits durables, réparabilité, reprise des anciens équipements. Le magasin doit atteindre de nouveaux objectifs de chiffre d'affaires et améliorer sa note d'avis clients en ligne. Au fil du parcours, Inès apprend à gérer les flux, à animer son rayon, à analyser ses résultats puis à conseiller et fidéliser une clientèle de plus en plus exigeante.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Inès dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc 1 : Inès découvre le magasin et son rayon, organise sa veille produits et concurrence, prend en charge la réception des livraisons, participe à l'implantation d'une opération promotionnelle de rentrée puis présente à Marc Delorme l'analyse de ses résultats mensuels et un plan d'actions.
2. Bloc 2 : Inès conduit ses propres entretiens de vente face à des clients variés, assure le suivi des commandes passées en magasin et en ligne, traite une réclamation délicate, répond aux avis publiés sur les réseaux sociaux et construit une action de fidélisation pour le lancement de la gamme durable de l'enseigne.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les blocs de compétences du référentiel officiel : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
RNCP37098BC01 · Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal		**220 h**
1	Le métier de conseiller de vente dans une unité marchande omnicanale	22 h
2	Assurer une veille professionnelle et commerciale	22 h
3	Connaître ses produits et concevoir des fiches produit	22 h
4	Réceptionner les marchandises	22 h
5	Participer à la gestion des flux marchands et des stocks	22 h
6	Préparer et mettre en rayon en sécurité	22 h
7	Contribuer au merchandising de l'unité marchande	22 h
8	Mettre en valeur les promotions et les nouveautés	22 h
9	Lire et exploiter les indicateurs commerciaux	22 h
10	Analyser ses performances, en rendre compte et préparer l'épreuve du bloc 1	22 h
RNCP37098BC02 · Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal		**220 h**
11	Accueillir le client et représenter l'image de l'unité marchande	22 h
12	Valoriser l'image de l'enseigne sur les canaux numériques	22 h
13	Découvrir les besoins du client en posture d'expert-conseil	22 h
14	Argumenter et démontrer de façon individualisée	22 h
15	Traiter les objections, négocier et conclure la vente	22 h
16	Conduire la vente dans un parcours omnicanal	22 h
17	Assurer le suivi de ses ventes	22 h
18	Traiter les réclamations, les litiges et les incivilités	22 h
19	Consolider l'expérience client et fidéliser	22 h
20	Préparer l'épreuve du bloc 2	22 h
Total du parcours		**440 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 132 h
- Cours texte et infographies : 138 h 30
- Études de cas et mises en situation : 108 h
- QCM et évaluations : 61 h 30

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

RNCP37098BC01 · 220 h

Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal

Cours 1 · Le métier de conseiller de vente dans une unité marchande omnicanale — 22 h

OBJECTIFS

- Situer le rôle du conseiller de vente dans l'organisation d'une unité marchande et ses relations de travail
- Identifier les canaux de commercialisation d'une enseigne et leurs interactions
- Repérer les engagements RSE de l'enseigne applicables à son poste

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de connaissances et schéma commenté de l'organisation d'une unité marchande

CONTENUS

- Les formats de commerce : grandes surfaces, boutiques, proximité, négoce interentreprises
- Organisation d'une unité marchande : hiérarchie, équipe, services support
- Le parcours client omnicanal : magasin, site marchand, retrait et livraison
- Missions, limites de responsabilité et délégation du conseiller de vente
- Cadre de travail : horaires, rémunération fixe et variable, opérations commerciales
- La politique RSE de l'enseigne et ses traductions concrètes en magasin

Fil rouge · Lors de sa première semaine chez Comptoir Belvène, Inès cartographie l'organisation du magasin d'Angers et les points de contact du parcours client entre le site marchand et le rayon cuisine.

Cours 2 · Assurer une veille professionnelle et commerciale — 22 h

OBJECTIFS

- Mettre en place une démarche de veille sur les produits, les services et les tendances du marché
- Réaliser un relevé de prix et une analyse comparative de la concurrence physique et en ligne
- Transmettre à sa hiérarchie des informations de veille exploitables

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : relevé de prix et fiche de synthèse de veille corrigée

CONTENUS

- Les finalités et les types de veille : produits, concurrence, réglementation, tendances
- Sources d'information : fournisseurs, salons, presse professionnelle, sites et réseaux sociaux
- Organiser et outiller sa veille au quotidien
- Le relevé de prix et l'analyse concurrentielle d'un rayon
- Observer la concurrence en ligne et les avis clients
- Restituer une synthèse de veille à son responsable

Fil rouge · Marc Delorme demande à Inès de comparer l'offre de cocottes et d'ustensiles durables de deux concurrents locaux et de leurs sites marchands, puis de lui remettre une synthèse d'une page.

Cours 3 · Connaître ses produits et concevoir des fiches produit

22 h

OBJECTIFS

- Analyser les caractéristiques techniques et les avantages d'un produit et de ses services associés
- Concevoir des fiches produit structurées et exploitables en vente et à l'examen
- Intégrer les critères de durabilité et de réparabilité dans la connaissance produit

ÉVALUATION FORMATIVE

Production de trois fiches produit évaluées par grille critériée

CONTENUS

- Lire une documentation fournisseur et un étiquetage produit
- Caractéristiques, avantages, preuves : construire une base argumentaire
- Services associés : livraison, installation, garanties, extension, reprise
- Labels, indices de réparabilité et informations environnementales
- Structure d'une fiche produit efficace
- Constituer son portefeuille de fiches produit pour les épreuves (cinq et douze fiches)

Fil rouge · Inès rédige les fiches produit d'une nouvelle gamme de robots de cuisine pour que toute l'équipe dispose d'un argumentaire commun lors du lancement.

Cours 4 · Réceptionner les marchandises

22 h

OBJECTIFS

- Préparer et réaliser la réception d'une livraison en respectant les procédures
- Contrôler les documents de réception et détecter les anomalies
- Rédiger des réserves et traiter un litige de livraison

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice sur maquettes de documents de réception à compléter et commenter

CONTENUS

- Le circuit de la marchandise, du fournisseur au rayon
- Les documents : bon de commande, bon de livraison, facture, lettre de voiture
- Contrôle quantitatif et qualitatif à la réception
- Émettre des réserves et gérer un litige avec le transporteur ou le fournisseur
- Enregistrement informatique des réceptions
- Règles d'hygiène et de chaîne du froid pour l'univers alimentaire

Fil rouge · Une livraison de vaisselle arrive incomplète et avec des cartons endommagés : Inès contrôle les documents, rédige les réserves et informe Marc Delorme.

Cours 5 · Participer à la gestion des flux marchands et des stocks

22 h

OBJECTIFS

- Suivre l'état des stocks et participer aux réapprovisionnements
- Préparer les commandes clients issues des différents canaux
- Contribuer à la lutte contre la démarque

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas chiffrée sur un état de stock et QCM

CONTENUS

- Notions de stock : stock minimum, stock d'alerte, rotation
- Réapprovisionnement et propositions de commandes
- Inventaire tournant et inventaire annuel
- Préparation des commandes clients : retrait en magasin, livraison, réservation
- La démarque connue et inconnue : causes et prévention
- Coordination avec l'équipe et les services pour l'organisation des livraisons

Fil rouge · Le service de retrait en magasin enregistre des retards : Inès analyse le circuit de préparation des commandes en ligne et propose une organisation plus fiable au réceptionnaire.

Cours 6 · Préparer et mettre en rayon en sécurité

22 h

OBJECTIFS

- Préparer les produits et les disposer en rayon selon les règles de rangement
- Appliquer les principes de sécurité, d'optimisation de l'effort et de prévention des risques
- Maintenir le rayon dans un état marchand, accessible et circulable

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation commentée à partir de photos de rayon et QCM prévention

CONTENUS

- Règles de rangement : rotation des produits, facing, frontale
- Préparation des produits avant mise en rayon : déballage, étiquetage, antivol
- Gestes et postures, manutention manuelle et aides à la manutention
- Équipements de protection individuelle et cas nécessitant le CACES
- Risques professionnels en magasin et mesures de prévention
- Tenue du rayon : propreté, accessibilité des produits, circulation dans les allées

Fil rouge · Avant l'ouverture, Inès doit remettre en état le rayon cuisine après un réassort volumineux en respectant les consignes de sécurité et sans encombrer les allées.

Cours 7 · Contribuer au merchandising de l'unité marchande

22 h

OBJECTIFS

- Appliquer les préconisations d'implantation d'un rayon
- Analyser l'efficacité d'une implantation à partir de critères commerciaux
- Formuler des propositions d'amélioration à sa hiérarchie

ÉVALUATION FORMATIVE

Analyse d'un planogramme et proposition d'implantation argumentée

CONTENUS

- Les finalités du merchandising : de l'offre, de séduction, de gestion
- Assortiment : largeur, profondeur, cohérence
- Lecture et application d'un planogramme
- Zones chaudes, zones froides, niveaux de présentation
- Création d'une ambiance et mise en scène des produits
- Relations avec les merchandisers et les fournisseurs par délégation

Fil rouge · Inès réimplante le rayon art de la table à partir du planogramme reçu du siège et propose à Marc Delorme un ajustement adapté à la clientèle angevine.

Cours 8 · Mettre en valeur les promotions et les nouveautés — 22 h

OBJECTIFS

- Préparer et mettre en place une opération promotionnelle
- Réaliser le balisage informatif et promotionnel conformément aux règles
- Valoriser une nouveauté en magasin et sur les canaux numériques de l'enseigne

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas sur un dossier d'opération promotionnelle avec échange oral simulé

CONTENUS

- Les types d'opérations commerciales et leurs objectifs
- Lire et exploiter un dossier d'opération promotionnelle
- Balisage, étiquetage des prix et information du consommateur
- Têtes de gondole, îlots, PLV : choix et mise en place
- Cohérence de l'opération entre magasin et site marchand
- Démontage de l'opération et retour à l'implantation permanente

Fil rouge · Pour l'opération de rentrée de Comptoir Belvène, Inès prépare la tête de gondole des ustensiles durables, vérifie le balisage et contrôle la cohérence des prix avec le site marchand.

Cours 9 · Lire et exploiter les indicateurs commerciaux — 22 h

OBJECTIFS

- Calculer et interpréter les principaux indicateurs de performance commerciale
- Lire un tableau de bord de rayon ou de point de vente
- Relier les indicateurs aux actions menées en rayon

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercices de calculs commerciaux et lecture guidée de tableau de bord

CONTENUS

- Chiffre d'affaires, panier moyen, taux de transformation, indice de vente
- Marge, coefficient multiplicateur, taux de marque
- Indicateurs de stock et de démarque
- Indicateurs omnicanaux : commandes en ligne retirées, satisfaction, avis
- Structure et lecture d'un tableau de bord
- Calculs commerciaux appliqués avec un tableur

Fil rouge · Marc Delorme confie à Inès le tableau de bord mensuel du rayon cuisine : elle doit en extraire les indicateurs clés et expliquer leur évolution.

Cours 10 · Analyser ses performances, en rendre compte et préparer l'épreuve du bloc 1 — 22 h

OBJECTIFS

- Identifier les causes d'écarts entre objectifs et résultats
- Construire et présenter un plan d'actions à sa hiérarchie
- Se préparer aux trois épreuves de certification du bloc 1

ÉVALUATION FORMATIVE

Épreuve blanche du bloc 1 : mise en situation, entretien technique et présentation du diaporama

CONTENUS

- Analyse des écarts : méthode et recherche des causes
- Construire un plan d'actions réaliste et mesurable
- Rendre compte à l'oral et à l'écrit à son responsable
- Concevoir un diaporama professionnel de présentation
- Méthodologie de la mise en situation professionnelle (réception et opération promotionnelle)
- Méthodologie de l'entretien technique sur tableau de bord
- Préparer le questionnement sur le diaporama et les fiches produit

Fil rouge · Le rayon cuisine affiche un retard sur l'objectif trimestriel : Inès analyse les écarts, élabore un plan d'actions et le présente en diaporama à Marc Delorme.

RNCP37098BC02 · 220 h

Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

Cours 11 · Accueillir le client et représenter l'image de l'unité marchande

22 h

OBJECTIFS

- Adopter une présentation et une posture conformes à l'image de l'enseigne
- Accueillir chaque client en tenant compte de ses caractéristiques
- Adapter l'accueil à une situation de handicap

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle filmé et auto-évaluation à partir d'une grille d'observation

CONTENUS

- Image de marque et identité de l'enseigne
- Présentation, tenue et communication non verbale
- Les étapes et les règles de l'accueil en magasin
- Typologies de clients et adaptation du comportement
- Accueil des personnes en situation de handicap : besoins, attitudes, accessibilité
- Accueil des clients issus du canal numérique : retrait, rendez-vous, échange

Fil rouge · Un samedi de forte affluence, Inès doit accueillir simultanément un client malvoyant, un couple venu retirer une commande en ligne et un professionnel de la restauration.

Cours 12 · Valoriser l'image de l'enseigne sur les canaux numériques

22 h

OBJECTIFS

- Identifier les enjeux de l'e-réputation pour une unité marchande
- Répondre de façon professionnelle aux avis et commentaires en ligne
- Respecter la charte de communication de l'enseigne sur les réseaux sociaux

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercices de rédaction de réponses à des avis clients corrigés par grille

CONTENUS

- E-réputation : définition, enjeux et risques
- Les réseaux sociaux et professionnels utilisés par les enseignes
- Charte de communication et règles de prise de parole
- Répondre à un avis positif, neutre ou négatif
- Signaler une situation sensible à sa hiérarchie
- Valoriser les produits et les actions RSE de l'enseigne en ligne

Fil rouge · Un avis négatif sur la fiche du magasin d'Angers met en cause l'attente au service de retrait : Inès propose une réponse validée par Marc Delorme.

Cours 13 · Découvrir les besoins du client en posture d'expert-conseil

22 h

OBJECTIFS

- Conduire la phase de découverte de l'entretien de vente
- Identifier les besoins, les motivations et les freins du client
- Adopter une posture d'expert-conseil crédible

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle sur la phase de découverte avec grille d'observation

CONTENUS

- Les étapes de l'entretien de vente
- La posture d'expert-conseil : légitimité, écoute, neutralité
- Techniques de questionnement : questions ouvertes, fermées, de contrôle
- Écoute active et reformulation
- Motivations d'achat et freins
- Prise en compte des attentes liées à la durabilité

Fil rouge · Une cliente hésite entre plusieurs batteries de cuisine : Inès mène la découverte pour comprendre ses usages, son budget et ses attentes environnementales.

Cours 14 · Argumenter et démontrer de façon individualisée

22 h

OBJECTIFS

- Construire une argumentation individualisée à partir des besoins identifiés
- Réaliser une démonstration convaincante d'un produit et de ses services associés
- Intégrer le renouvellement durable dans l'argumentation

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle d'argumentation à partir d'une fiche produit du portefeuille

CONTENUS

- De la caractéristique au bénéfice client
- Personnaliser l'argumentation selon le profil du client
- Préparer et conduire une démonstration produit
- Présenter les services associés
- Argumenter sur la durabilité, la réparabilité et la reprise
- Exploiter les outils numériques en vente : tablette, catalogue en ligne

Fil rouge · Inès démontre un robot de cuisine à un client attentif à la durée de vie de ses équipements et valorise le service de reprise de son ancien appareil.

Cours 15 · Traiter les objections, négocier et conclure la vente

22 h

OBJECTIFS

- Traiter les objections avec des techniques adaptées
- Négocier dans le respect de sa délégation et solliciter sa hiérarchie si nécessaire
- Conclure la vente, proposer des ventes complémentaires et prendre congé

ÉVALUATION FORMATIVE

Entretien de vente complet en jeu de rôle évalué par grille

CONTENUS

- Typologie des objections et méthodes de traitement
- Présenter et défendre le prix
- Négociation : marges de manœuvre et limites de responsabilité
- Signaux d'achat et techniques de conclusion
- Ventes complémentaires et additionnelles
- Prise de congé et image laissée au client

Fil rouge · Un professionnel de la restauration demande une remise importante sur une commande de vaisselle : Inès négocie dans sa délégation puis fait valider la proposition par Marc Delorme.

Cours 16 · Conduire la vente dans un parcours omnicanal

22 h

OBJECTIFS

- Articuler la vente en magasin avec les canaux numériques de l'enseigne
- Enregistrer une commande et ses informations client sans erreur
- Mener un échange de vente ou de conseil à distance

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas omnicanale et QCM sur les données personnelles

CONTENUS

- Vente en magasin, vente assistée sur le site, commande en rayon
- Enregistrement de la commande et des informations client
- Conseil à distance : téléphone, messagerie, visioconférence
- Gestion du retrait en magasin et de la livraison
- Protection des données personnelles des clients
- Relations avec l'administration des ventes et le service marketing

Fil rouge · Une cliente a repéré un produit en rupture en magasin : Inès lui commande l'article depuis la tablette du rayon, organise la livraison et enregistre ses préférences dans la fiche client.

Cours 17 · Assurer le suivi de ses ventes

22 h

OBJECTIFS

- Suivre les commandes et les livraisons jusqu'à la satisfaction du client
- Mettre à jour et exploiter la fiche client
- Organiser une relance ou un contact de suivi après la vente

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice de mise à jour de fiches clients et simulation d'appel de suivi

CONTENUS

- Le suivi de commande : délais, statuts, information du client
- Le service après-vente : garanties, retours, échanges
- La fiche client : contenu, mise à jour, exploitation
- Contacts de suivi après achat
- Coordination avec les services internes
- Suivi de ses propres résultats de vente

Fil rouge · Plusieurs commandes de fours encastrables prennent du retard : Inès informe chaque client, propose des solutions et met à jour les fiches clients.

Cours 18 · Traiter les réclamations, les litiges et les incivilités

22 h

OBJECTIFS

- Conduire un entretien de traitement de réclamation
- Adopter un comportement adapté face à un litige ou une incivilité
- Identifier les situations nécessitant l'appui de la hiérarchie

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle d'entretien de réclamation avec remise de la fiche client complétée

CONTENUS

- Les causes et les formes de réclamations
- Méthode de traitement d'une réclamation
- Gestion des émotions et communication en situation tendue
- Incivilités : prévention, conduite à tenir, sécurité
- Solutions commerciales et limites de délégation
- Compléter la fiche client à l'issue d'une réclamation

Fil rouge · Un client revient en colère avec une poêle dont le revêtement s'est dégradé : Inès conduit l'entretien, propose une solution conforme aux procédures et renseigne la fiche client.

Cours 19 · Consolider l'expérience client et fidéliser

22 h

OBJECTIFS

- Identifier les leviers de fidélisation d'une enseigne
- Contribuer à une action de fidélisation en magasin et à distance
- Mesurer la satisfaction et l'exploiter

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : conception d'une action de fidélisation évaluée par grille

CONTENUS

- Expérience client et parcours client : notions clés
- Programmes de fidélité et parcours personnalisé
- Outils de gestion de la relation client
- Fidélisation via les réseaux sociaux et professionnels
- Mesure de la satisfaction : enquêtes, avis, retours terrain
- Événements et animations clients en magasin

Fil rouge · Pour le lancement de la gamme durable de Comptoir Belvène, Inès conçoit un atelier en magasin réservé aux clients fidèles et son relais sur les réseaux sociaux de l'enseigne.

Cours 20 · Préparer l'épreuve du bloc 2

22 h

OBJECTIFS

- Maîtriser le déroulement et les attendus de la mise en situation professionnelle du bloc 2
- Finaliser son portefeuille de douze fiches produit
- Concevoir et présenter le diaporama demandé

ÉVALUATION FORMATIVE

Épreuve blanche du bloc 2 : mise en situation professionnelle et questionnement sur diaporama

CONTENUS

- Déroulement de l'épreuve et grilles d'attendus
- Préparer une action de relation client en temps limité
- Entraînement à l'entretien de vente sur les douze fiches produit
- Entraînement à l'entretien de suivi dans le cadre d'une réclamation
- Conception du diaporama et préparation au questionnement
- Transposition aux univers alimentation et équipement de la personne

Fil rouge · En fin d'alternance, Inès présente à Marc Delorme le bilan de son action de fidélisation et s'entraîne à des entretiens de vente sur l'ensemble de la gamme du rayon.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences du référentiel France Compétences et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
Assurer une veille professionnelle et commerciale	RNCP37098BC01	1, 2, 3
Participer à la gestion des flux marchands	RNCP37098BC01	4, 5, 6
Contribuer au merchandising	RNCP37098BC01	6, 7, 8
Analyser ses performances commerciales et en rendre compte	RNCP37098BC01	9, 10
Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image	RNCP37098BC02	11, 12
Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente	RNCP37098BC02	13, 14, 15, 16, 20
Assurer le suivi de ses ventes	RNCP37098BC02	16, 17, 18
Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client	RNCP37098BC02	12, 18, 19, 20

Évaluations formatives

Chaque cours intègre des évaluations formatives régulières : QCM à la fin de chaque sous-chapitre pour vérifier l'acquisition des notions, études de cas et exercices sur documents professionnels (bons de livraison, planogrammes, tableaux de bord, fiches clients), jeux de rôle accompagnés de grilles d'observation et d'auto-évaluation. Les mises en situation du fil rouge Comptoir Belvène permettent à l'apprenant d'appliquer progressivement les compétences dans un contexte réaliste. Les cours 10 et 20 proposent une épreuve blanche par bloc, construite sur le format officiel, afin de mesurer le niveau atteint avant la session de certification. Les résultats sont exploitables par le formateur de l'organisme pour individualiser l'accompagnement.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RNCP37098BC01	Épreuve d'une durée totale de 2 h 35. Le candidat choisit en amont un univers (alimentation, équipement de la personne ou équipement de la maison) et tire au sort un sujet. Mise en situation professionnelle de 1 h 15 : 45 min de prise de connaissance du dossier et de complétion des maquettes relatives à la réception des marchandises, 15 min de commentaire des documents de réception et d'échange avec le jury, 15 min de commentaire des documents de l'opération promotionnelle et d'échange sur la préparation et la présentation des produits. Entretien technique de 30 min : 15 min d'analyse d'un tableau de bord et de préparation d'un plan d'actions, 15 min de questionnement par le jury. Questionnement à partir de productions de 50 min : présentation d'un diaporama conçu en amont (20 min), questionnement sur cette présentation (20 min), puis questionnement sur l'une des cinq fiches produit préparées en amont (10 min).
RNCP37098BC02	Épreuve d'une durée totale de 1 h 15. Le candidat choisit en amont un univers (alimentation, équipement de la personne ou équipement de la maison) et tire au sort un sujet. Mise en situation professionnelle de 45 min : 15 min de prise de connaissance des informations pour réaliser une action de relation client, 15 min d'entretien de vente sur un produit choisi par un membre du jury parmi les douze fiches produit conçues en amont par le candidat, le jury jouant

	le rôle du client, puis 15 min d'entretien de suivi clientèle dans le cadre d'une réclamation, avec remise de la fiche client complétée. Questionnement à partir de productions de 30 min : présentation d'un diaporama conçu en amont (15 min) puis questionnement par le jury (15 min).

Le parcours reproduit les situations évaluées à la certification. Les cours 4, 5 et 8 entraînent au traitement des documents de réception et des dossiers d'opération promotionnelle sur maquettes ; les cours 9 et 10 préparent à l'analyse d'un tableau de bord et à la construction d'un plan d'actions ; le cours 3 accompagne la conception des cinq et douze fiches produit exigées. Pour le bloc 2, les cours 13 à 15 entraînent à l'entretien de vente complet, le cours 18 à l'entretien de réclamation avec fiche client, et les cours 10 et 20 à la conception et à la présentation des diaporamas. Les cas sont déclinés dans les trois univers de l'examen. La certification relève de l'organisme de formation habilité, SFM fournissant le contenu pédagogique.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning en marque blanche accessible sur ordinateur, tablette et smartphone, avec suivi de progression et traçabilité des connexions
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire de chaque cours
- Cours texte enrichi, infographies et fiches synthèse téléchargeables représentant 70 % du volume horaire avec les activités
- Études de cas et mises en situation fondées sur le fil rouge Comptoir Belvène, déclinées dans les univers alimentation, équipement de la personne et équipement de la maison
- Maquettes de documents professionnels : bons de livraison, planogrammes, dossiers promotionnels, tableaux de bord, fiches clients
- QCM de fin de sous-chapitre et épreuves blanches au format de la certification, avec grilles d'évaluation exploitables par le formateur
- Modèles de fiches produit et de diaporama pour préparer les productions attendues à l'examen

Débouchés et évolutions

- Conseiller clientèle
- Vendeur expert ou vendeur conseil
- Vendeur technique
- Vendeur en magasin ou en atelier de découpe
- Magasinier vendeur
- Évolution possible, avec l'expérience, vers des fonctions d'adjoint ou de responsable de rayon

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate

On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.

contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

Référentiel RNCP37098 consulté sur francecompetences.fr (export officiel du 4 novembre 2026). La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.