

TITRE DE NIV.4

Vendeur conseil omnicanal



Le secteur du commerce et de la distribution offre de nombreuses opportunités d'emploi. Le Vendeur Conseil Omnicanal accompagne les clients sur l'ensemble des canaux de vente physiques et digitaux, conseille, promeut les produits et contribue au développement commercial grâce à des outils numériques et des actions de prospection ciblées.

SECTEURS D'ACTIVITES :

Le vendeur conseil omnicanal sera employé dans des entreprises de moins de 50 salariés pour les 2/3 d'entre eux. Cela s'explique par l'adéquation entre les profils des certifiés et les besoins en compétences des entreprises avec des candidats rapidement opérationnels dans des entreprises du secteur du commerce.

Les métiers visés

À la suite de l'obtention du titre vous pourrez travailler comme :

Vendeur conseil, conseiller de vente, vendeur spécialisé, commercial auprès des particuliers, commercial sédentaire, assistant de vente, chargé de prospection, vendeur comptoir et à la marge téléprospecteur, télévendeur .



RYTHME D'ALTERNANCE

3 semaines en entreprise ;
1 semaine en formation



GROUPE

De 5 à 12 personnes



DURÉE

12 mois

Mois d'entrée :
Selon planning



LIEU

Sup'Alternance Provence

55 avenue du 1^{er} Mai
04100 Manosque

PREREQUIS

L'accès à la formation est ouvert aux candidats répondant à l'une des conditions suivantes :

- Être titulaire d'un diplôme de niveau 3 ou avoir validé une année complète de classe de seconde, **et** réussir les épreuves de sélection de l'établissement.
- Justifier d'au moins une année d'expérience professionnelle dans le secteur du commerce et de la distribution, **et** réussir les épreuves de sélection de l'établissement.

PREREQUIS RELATIONNEL

Le candidat doit faire preuve d'aisance relationnelle, de sens du service, de capacité à communiquer clairement avec des publics variés, à gérer les situations conflictuelles avec calme et diplomatie, et à travailler en équipe tout en incarnant une posture professionnelle adaptée.

PUBLIC VISÉ

Personnes éligibles aux contrats d'alternance :

- Contrat d'apprentissage (max 29 ans ou RQTH, autres cas selon réglementation)
- Contrat de Professionnalisation (inscrits Pole Emploi)
- Salariés en Pro-A
- Personnes en reconversion (nous consulter)

DÉLAIS D'ACCÈS

- A partir de 90 jours avant le début de formation
- Entrée possible de septembre à décembre.
- Nous consulter pour les prochaines dates de session.
- Variables selon le planning voir Net YPAREO

MODALITÉ D'ACCÈS

- Entretien de recrutement
- Test de positionnement
- Étude personnalisée du dossier candidat – CV, lettre de motivation, expériences professionnelles et personnelles.

VAE

La Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) est un dispositif légal qui permet à toute personne, sans condition d'âge, de statut ou de niveau de formation, de faire

reconnaître officiellement les compétences acquises au cours de son expérience professionnelle, bénévole ou personnelle.

La certification "Manager en Ingénierie d'Affaires" est accessible par la VAE.

Elle est obtenue en totalité après validation des 4 blocs de compétences qui la composent.

Toutes les infos sur www.francevae.fr

TARIFS

Formation gratuite en apprentissage avec rémunération de l'apprenant en contrat d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation

Prise en charge possible suivant les modalités d'accès à la formation et le profil de l'apprenant/ apprenante

Une prise en charge partielle des frais annexes de type repas, nuitée, premier équipement peut être sollicitée auprès de l'OPCO dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ;
Nous consulter.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES

La formation mobilise plusieurs méthodes pédagogiques, dont la pédagogie active. Celle-ci favorise l'acquisition des compétences par l'implication des participants dans un apprentissage coopératif et collectif. Elle inscrit l'apprenant dans une démarche d'action et d'expérimentation, lui permettant de tester ses initiatives en temps réel et de confronter ses hypothèses, seul ou avec les autres. Pour soutenir cette approche, différents dispositifs sont utilisés : études de cas, simulations, jeux de rôle et projets collaboratifs.

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Alternance pédagogique : rythme alterné entre périodes en centre de formation et en entreprise, favorisant la mise en pratique des acquis.
- Positionnement initial : évaluation des compétences à l'entrée en formation et restitution auprès du maître d'apprentissage.
- Suivi individualisé : livret d'apprentissage et de suivi en entreprise, complété par des visites régulières et des séances de tutorat.
- Rencontres tripartites : échanges entre le maître d'apprentissage, le formateur référent et le

représentant légal pour assurer la cohérence du parcours.

- Formation en présentiel : animée par une équipe pédagogique pluridisciplinaire disposant d'une expertise métier et d'une solide expérience en formation professionnelle.
- Approche pédagogique active : capitalisation sur les périodes en entreprise, compléments en centre de formation, pédagogie par objectifs.
- Méthodes variées : travaux de groupe, exposés, mises en situation, études de cas, vidéos, visites d'entreprises.
- Suivi et traçabilité : émargement par demi-journée, questionnaires de satisfaction, évaluations en entreprise.
- Évaluation finale : mémoire et soutenance devant jury.

OUTILS PEDAGOGIQUES

- **Supports interactifs** : tableau blanc, tableau numérique interactif
- **Équipements audiovisuels** : vidéoprojecteur, diffusion de vidéos pédagogiques
- **Espaces adaptés** : salles de formation équipées pour favoriser l'apprentissage collaboratif

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, l'apprenant sera en capacité de :

1. Contribuer à l'animation de la relation clients multicanale

Ses principales activités sont centrées sur :

- La préparation et la mise en œuvre d'actions de prospection multicanale de nouveaux clients.
- L'accueil et l'orientation du client dans son parcours d'achat multicanal.
- L'animation de l'expérience clients sur les différents canaux de distribution.
- Le *reporting* de ses actions auprès de son responsable et la mise à jour des fichiers clients dématérialisés.

2. Collaborer à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

Ses principales activités sont centrées sur :

- La réception et la préparation des marchandises destinées à la vente.
- La participation à l'aménagement des espaces de vente, à l'assortiment et à la valorisation des produits et services.
- L'entretien et le maintien du bon ordonnancement de l'espace de vente.
- La participation à la réalisation des inventaires des produits distribués dans l'espace de vente.

3. Conseiller client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

Ses principales activités sont centrées sur :

- L'actualisation de ses connaissances sur les produits/services commercialisés par son enseigne sur ses différents canaux de distribution et, le cas échéant, par la concurrence.
- La prise de contact avec le client et l'analyse de son besoin et de son profil.
- Le conseil et le développement d'un argumentaire personnalisés en vue de la vente de produits/services distribués sur les différents canaux de son enseigne.
- La conclusion de la vente et la proposition d'offres additionnelles.

Compétences attestées :

1/ Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

- Préparer la réalisation d'actions de prospection numériques et téléphoniques
- Procéder à la diffusion massive ou ciblée via les canaux numériques de messages à caractère informatif sur l'offre produits/services de son entreprise
- Conduire des entretiens de prospection téléphonique
- Prendre en charge le client sur les différents canaux proposés par son enseigne
- Contribuer à la qualité de l'expérience client sur les différents canaux de distribution de l'entreprise
- Participer à l'entretien de la relation avec les clients via les canaux numériques
- Traiter les réclamations formulées par les clients
- Mettre à jour les fichiers clients dématérialisés

- Rendre compte régulièrement à son responsable du résultat des actions menées

2/ Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

- Opérer la réception des marchandises destinées à la vente
- Préparer la mise à disposition des produits en rayon
- Disposer les produits dans les linéaires et différents supports d'exposition
- Positionner les différents supports de communication commerciale physiques et numériques
- Réaliser le réassort des rayons
- Entretenir le bon ordonnancement et la propreté des rayons
- Participer à la réalisation des inventaires des produits en rayons et en stocks

3/ Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

- Intégrer les objectifs de vente de son unité commerciale au niveau individuel et collectif
- Actualiser ses connaissances sur les produits et services commercialisés par son entreprise ainsi que par la concurrence
- Adapter sa communication lors de la prise de contact avec le client
- Questionner le client sur son intention d'achat et son contexte
- Approfondir l'exploration de la connaissance du client
- Rechercher les produits/services correspondant aux attentes du client et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution
- Présenter au client les produits/services correspondant à ses attentes et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution
- Développer un argumentaire personnalisé et adapté au client
- Evaluer la pertinence de la poursuite de l'entretien de vente
- Conclure la vente avec le client
- Réaliser l'encaissement du règlement du client

CONTENU DE LA FORMATION

RNCP36865BC01 - Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

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

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 Entretien 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

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.

MODALITÉ D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

L'évaluation des compétences s'appuie sur des mises en situation professionnelles reconstituées, des études de cas et des productions écrites et orales, réalisées à titre individuel.

1. Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

Les candidats réalisent et présentent différentes actions d'animation de la relation client à partir d'études de cas d'entreprise et de mises en situation professionnelles reconstituées.

- ✓ Travail individuel
- ✓ Productions écrites et orales

2. Collaboration à l'aménagement, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

Les candidats produisent une étude portant sur la réception des produits, leur mise à disposition et leur implantation au sein d'un espace de vente.

- ✓ Étude de cas
- ✓ Travail individuel
- ✓ Production écrite

3. Conseil client et réalisation de ventes dans un contexte omnicanal

L'évaluation comprend :

- La réalisation d'un dossier de préparation à la vente à partir d'une étude de cas d'entreprise (travail individuel – production écrite)
- La conduite d'un entretien de vente, fondé sur le dossier préparé, lors d'une mise en situation professionnelle reconstituée (travail individuel – production orale)

Modalités spécifiques selon le profil des candidats

- Pour les primo-apprenants : une évaluation professionnelle complémentaire est intégrée au dispositif d'évaluation.
- Pour les salariés : il est possible de présenter un portefeuille de preuves en lien avec le bloc de compétences, dans un délai de 3 à 6 mois après le parcours de formation, accompagné d'une immersion professionnelle de même durée, en substitution des évaluations de bloc.

RNCP36865BC01 - Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Réalisation de différentes actions d'animation de la relation clients :

- une action de prospection numérique,
- une action de prospection téléphonique,
- un accueil physique avec prise en charge d'un client sans acte de vente,
- un traitement d'une réclamation client simple,
- une mise à jour de fichier clients.

La réalisation de ces actions est accomplie soit sous la forme d'étude de cas (production écrite), soit sous la forme de mises en situation professionnelles reconstituées

(production orale). A l'occasion de ces dernières, chaque candidat rend compte de son action, comme il le ferait auprès de son référent hiérarchique.

Etudes de cas d'entreprise et mises en situation professionnelles reconstituées

Travail individuel

Productions écrites et orales

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de blo

RNCP36865BC02 - Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Une étude portant sur la réception, la mise à disposition et la présentation de l'implantation des produits dans un espace de vente

Etude de cas

Travail individuel

Production écrite

RNCP36865BC03 - Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

Les candidats doivent présenter les productions suivantes

1/ Un dossier de préparation à la vente contenant les présentations suivantes :

- l'entreprise,
- le produit,
- le script/argumentaire,
- le book/catalogue produit.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/ Un entretien de vente, réalisé sur la base du dossier préparé

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

Suivi en entreprise par le/la référent(e) accompagnant, évalue les compétences acquises par l'apprenant(e) en entreprise, un élément clé du suivi individualisé.

Les visites en entreprise sont un levier essentiel pour la qualité et le suivi pédagogique

Les visites en entreprise constituent un outil fondamental dans le cadre des formations en alternance et des parcours professionnalisants. Elles répondent à plusieurs objectifs :

- **Assurer le suivi pédagogique** : elles permettent de vérifier la cohérence entre les activités réalisées en entreprise et les objectifs de formation définis dans le référentiel.
- **Renforcer le lien entre les acteurs** : ces rencontres favorisent la communication entre l'apprenant, le maître d'apprentissage et le formateur référent, garantissant une coordination efficace.
- **Adapter le parcours** : elles offrent l'opportunité d'identifier les besoins spécifiques de l'apprenant et de mettre en place des actions correctives ou des compléments de formation si nécessaire.
- **Garantir la conformité qualité** : les visites sont un indicateur fort de la démarche Qualiopi, car elles attestent du suivi individualisé et de la traçabilité des apprentissages.
- **Valoriser l'expérience professionnelle** : elles permettent de capitaliser sur les situations vécues en entreprise pour enrichir les apprentissages en centre de formation.

Modalités pratiques :

- Planification dès le début du parcours.
- Rencontre tripartite (apprenant, maître d'apprentissage, formateur référent).
- Utilisation du livret d'apprentissage comme support de suivi.
- Compte rendu formalisé pour assurer la traçabilité.

PASSERELLES et ÉQUIVALENCES

Liens avec d'autres certifications professionnelles

Certaines compétences issues d'anciennes certifications professionnelles sont reconnues en correspondance partielle avec la certification actuelle, selon les blocs de compétences concernés.

Bloc RNCP36865BC01 – Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

Correspondance partielle avec la certification **RNCP23932 – Vendeur conseiller commercial**, bloc **RNCP23932BC04 – Réaliser des actions de prospection**.

Bloc RNCP36865BC02 – Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

Correspondance partielle avec la certification **RNCP23932 – Vendeur conseiller commercial**, bloc **RNCP23932BC02 – Collaborer à l'aménagement et au bon fonctionnement de l'espace de vente**.

Bloc RNCP36865BC03 – Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

Correspondance partielle avec la certification **RNCP23932 – Vendeur conseiller commercial**, bloc **RNCP23932BC01 – Promouvoir, conseiller et vendre**.

VALIDATION PAR BLOCS

La certification professionnelle peut être obtenue par la capitalisation progressive des blocs de compétences.

Chaque bloc est acquis de manière définitive et peut être conservé pendant une durée de cinq ans en vue de la validation complète de la certification, y compris dans le cadre de correspondances avec d'autres certifications reconnues.

POURSUITE D'ÉTUDES

Après cette formation, vous serez directement opérationnel pour exercer le métier pour lequel vous avez été formé ou poursuivre en BTS MCO.

INTERVENANTS

L'école intègre une équipe pédagogique issue du monde professionnel qui fait le lien indispensable entre les exigences des entreprises et les méthodes et objectifs pédagogiques imposés par cette formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Notre structure s'est engagée dans la mise en œuvre d'une politique d'accueil et d'inclusion des personnes en situation de handicap en formation.

Vous êtes en situation de handicap merci de contacter notre référent handicap : referenthandicap@digne.cci.fr

MIXITÉ

Toutes nos formations sont accessibles à tous et toutes, sans discrimination de sexe ou d'origine.

LIEU DE FORMATION



Sup'Alternance Provence

55 Av. du 1er Mai
04100 Manosque

Google Map : <https://g.page/sup-alternance-provence>

LIBELLÉ EXACTE DE LA CERTIFICATION

Vendeur conseil omnicanal

CODE RNCP

RNCP36865

NOM DU CERTIFICATEUR

CCI France

DATE D'ENREGISTREMENT DE LA CERTIFICATION

Date de décision 29-09-2022

Durée de l'enregistrement en années 5

Date d'échéance de l'enregistrement 29-09-2027

INDICATEURS DE RESULTATS DE CETTE FORMATION

Nouvelle formation

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36865>

DESRIPTIF DE LA CERTIFICATION

<https://www.negoventis.cci.fr/formation/vendeur-conseil-omnicanal>

TAUX DE REUSSITE :

Aucun taux de réussite n'est disponible pour cette formation, car il s'agit d'une nouvelle action de formation qui n'a pas encore donné lieu à une première session certifiante.

TAUX D'INSERTION :

Aucun taux d'insertion n'est disponible pour cette formation, car il s'agit d'une nouvelle action de formation qui n'a pas encore donné lieu à une première session certifiante.

NATIONAL

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2020	318	1	74	65	73
2019	329	2	72	62	66

PERSONNE À CONTACTER

Cyrille DAVENET - Chargé des relations entreprises

c.davenet@digne.cci.fr

06 89 34 76 52