

**Description des compétences du Bloc 1 : Développer la relation client et assurer la vente conseil**

Compétences	Contenus des domaines de compétences
<b>1. Assurer la veille informationnelle</b>	
<b>Rechercher et mettre à jour l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Définir les thèmes de recherche et les types d'information adaptés</li><li>- Identifier les sources d'information</li><li>- Sélectionner les sources pertinentes</li><li>- Actualiser le système d'information</li></ul>
<b>Mobiliser les ressources numériques</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identifier les ressources</li><li>- Maîtriser les outils de recherche, d'exploitation et de diffusion des informations</li></ul>
<b>Sélectionner l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analyser l'information pertinente</li><li>- Sélectionner l'information pertinente et utile</li></ul>
<b>Hiérarchiser l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Contrôler la disponibilité et la fiabilité de l'information</li><li>- Définir les critères de classification de l'information</li><li>- Structurer l'information</li></ul>
<b>Analyser l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Traiter l'information</li><li>- Commenter l'information</li><li>- Mettre en lien les informations</li></ul>
<b>Exploiter l'information pour la prise de décision</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Enrichir le système d'information</li><li>- Exploiter le système d'information</li><li>- Etablir des préconisations</li><li>- Mettre à disposition, diffuser et communiquer l'information</li></ul>
<b>2. Réaliser et exploiter des études commerciales</b>	
<b>Construire une méthodologie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Définir l'objet et les objectifs de l'étude</li><li>- Constituer une cible d'étude</li><li>- Choisir une méthode de recueil de l'information</li><li>- Elaborer des outils de collecte de l'information</li><li>- Tester les outils de collecte</li></ul>
<b>Recueillir les données</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mettre en œuvre une collecte de données</li></ul>
<b>Exploiter les résultats</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Traiter et analyser l'information</li><li>- Mettre en forme les résultats</li><li>- Etablir des préconisations</li><li>- Communiquer les résultats et les préconisations</li></ul>

<b>3. Vendre dans un contexte omnicanal</b>	
<b>Préparer la vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se former sur les produits, leur implantation (en magasin, en stocks, en ligne, dans le réseau), les conditions générales de vente, les opérations promotionnelles et les outils digitaux</li> <li>- Se former aux techniques de communication interpersonnelles et commerciales.</li> <li>- Identifier les types de contacts commerciaux de l'unité commerciale et leurs spécificités.</li> <li>- Concevoir et actualiser les Outils d'aide à la vente (OAV)</li> <li>- S'assurer de la disponibilité des produits</li> <li>- Prendre connaissance des objectifs à atteindre</li> <li>- Identifier les profils des clients de l'unité commerciale</li> <li>- Identifier les forces et faiblesses de la concurrence</li> </ul>
<b>Accueillir le client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre les techniques d'accueil</li> <li>- Adopter une posture commerciale</li> <li>- Créer un climat favorable</li> <li>- Orienter le client dans l'unité commerciale</li> <li>- Accompagner le client dans son parcours avec les outils digitaux</li> </ul>
<b>Conseiller</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier le profil du client</li> <li>- Repérer les besoins et les attentes, les motivations et les freins</li> <li>- Proposer une solution adaptée</li> <li>- Pratiquer une écoute active</li> <li>- Exploiter les outils digitaux</li> </ul>
<b>Argumenter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre les techniques de valorisation des produits</li> <li>- Sélectionner les arguments adaptés</li> <li>- Traiter les objections</li> </ul>
<b>Conclure la vente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les signaux d'achat</li> <li>- Développer les ventes additionnelles</li> <li>- Renseigner la base de données client (faire adhérer le client au programme de fidélisation, l'inviter à bénéficier des avantages, mettre à jour la base de données)</li> <li>- S'assurer de la satisfaction client et pérenniser la relation</li> <li>- Améliorer l'expérience client</li> <li>- Analyser ses performances individuelles au regard des objectifs</li> </ul>

<b>4. Entretenir la relation client</b>	
<b>Suivre les évolutions des attentes du client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place des techniques de collecte de l'information post-achat</li> <li>- Maîtriser les outils digitaux de collecte et de traitement</li> </ul>
<b>Evaluer l'expérience client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesurer la satisfaction client</li> <li>- Repérer les insatisfactions</li> <li>- Proposer des remédiations</li> </ul>
<b>Accompagner le client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre des techniques de marketing relationnel</li> <li>- S'assurer du suivi après-vente (suivi des commandes, livraison, crédit, installation...)</li> <li>- Gérer les réclamations</li> <li>- Elaborer en continu une offre adaptée</li> </ul>
<b>Fidéliser la clientèle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place des outils de fidélisation</li> <li>- Evaluer la performance des outils de fidélisation</li> <li>- Elaborer des actions correctrices</li> </ul>
<b>Accroître la « valeur client »</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre des techniques d'accroissement du panier moyen, du taux de transformation et de la fréquence d'achat</li> </ul>