

REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

CHAMP D'ACTIVITÉ

1.1. DÉFINITION

Employé polyvalent, le titulaire du BEP “ vente – action marchande” peut intervenir dans toutes les phases de la commercialisation à la vente : il accueille, informe et conseille le client sur des produits de consommation courante. Il finalise les ventes. Il participe à l’approvisionnement, à la gestion des produits et à leur présentation marchande. Il doit prendre en compte la concurrence, suivre l’évolution de l’offre et de la demande et participer à l’exploitation de l’entreprise commerciale.

1.2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

1.2.1. Emplois concernés :

- ✓ Vendeur en magasin, en boutique
- ✓ Employé de commerce dans des entreprises de distribution, petites, moyennes ou grandes surfaces spécialisées
- ✓ Employé de commerce de gros ou demi-gros
- ✓ Employé commercial en relation avec la force de vente.

1.2.2. Types d’entreprises

Son activité s’exerce en magasin et petites, moyennes ou grandes surfaces (îlots de vente) là où le **contact client-vendeur est dominant** :

- ✓ commerces de détail, spécialisés ou polyvalents
- ✓ entreprises de nature et de taille variées (petits commerces, rayons de la grande distribution)
- ✓ services de vente d’entreprise de production
- ✓ commerces sédentaires ou non sédentaires
- ✓ groupements ou sociétés de détaillants ou consommateurs

1.2.3. Place dans l’organisation de l’entreprise

Le titulaire du BEP “ vente – action marchande” est placé sous l’autorité du responsable du point de vente, du commerçant, du responsable de rayon.

1.2.4. Environnement technique et économique de l'emploi

Le champ professionnel du BEP “ vente-action marchande ” se caractérise par :

- l'évolution des modes d'achats et des goûts des consommateurs, les exigences croissantes des clients qui se traduisent par des choix de produits de meilleure qualité, si possible moins chers,
- l'évolution du commerce qui s'adapte aux demandes des clients, qui les anticipe, la concurrence accrue entre les différentes formes de commerce, la variété et le développement de nouvelles formes de vente (magasins d'usines, télé-achat, vente par internet, vente par catalogue électronique, vente à domicile, vente à distance...), la centralisation des achats pour permettre une meilleure gestion, la recherche d'une organisation souple et efficace centrée sur le client, et le développement des différents moyens de fidélisation de la clientèle,
- l'utilisation d'outils informatiques et de communication performants,
- les règles communautaires en matière d'hygiène et de sécurité (méthode HACCP- hazard Analysis Critical Control Point : Analyse des dangers et des Points Critiques pour leur Maîtrise).

1.2.5. Conditions générales d'exercice :

L'activité du vendeur ou de l'employé de commerce sédentaire s'exerce généralement debout et nécessite des déplacements dans le magasin, en réserve et/ou locaux de fabrication. Il peut être amené à effectuer des livraisons.

Sa tenue et sa présentation sont adaptées au style de l'entreprise et répondent à la réglementation en matière d'hygiène.

En outre, il doit s'adapter au rythme commercial et aux contraintes saisonnières, et respecter les contraintes réglementaires des commerces alimentaires ou des commerces situés en station touristique (ouverture le dimanche et certains jours fériés).

Enfin, il doit être apte à communiquer pour mener un entretien de vente auprès des différentes catégories de consommateurs, à s'adapter aux différentes formes et situations de vente.

1.3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS

Le titulaire du BEP “ vente – action marchande ” intervient dans les fonctions suivantes :

- Approvisionnement du point de vente (participation)
- Gestion des produits et présentation marchande
- Communication-vente
- Exploitation commerciale du point de vente (participation).

Les fonctions ci-dessus sont communes à l'ensemble des univers marchands. Leur mise en œuvre peut être différente selon la spécificité et/ou la taille de l'entreprise.

Fonction : PARTICIPATION À L'APPROVISIONNEMENT

TÂCHES

- Opérations liées à la réception des produits et à leur rangement
- Suivi de l'état des stocks, informatisé ou non
- Consultation et mise à jour des fichiers " fournisseurs " et " produits ", informatisés ou non
- Participation au réassortiment
- Suivi des commandes et des livraisons (dans le temps...)
- Opérations liées à l'inventaire physique en magasin et ou en réserve

CONDITIONS D'EXERCICE

1- Moyens et ressources

Données-informations :

- documentations " fournisseurs ", tarifs, catalogues
- fichiers " fournisseurs " et " produits "
- documents commerciaux (devis, commandes, documents de livraison...)
- documents de saisie d'inventaire
- consignes de travail et procédures
- état des stocks, des livraisons en attente
- plan des réserves

Équipements :

- matériels d'aide à la manutention (transpalette manuel...)⁽¹⁾
- matériel de saisie et de contrôle, manuel ou informatisé
- moyens de communication (téléphone, télécopieur)

Liaisons-relations :

Relations avec le responsable de l'entreprise ou du rayon, avec les fournisseurs, les livreurs.

2- Autonomie

Exécution des tâches, selon les directives du responsable, dans le respect des règles du point de vente et de la réglementation.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Adéquation livraison/réception
- Suivi correct des stocks et exactitude des propositions de réassortiment
- Fiabilité des mises à jour des fichiers
- Procédure d'inventaire respectée
- Respect des règles de rangement et d'implantation des produits, des règles de sécurité
- Transmission fiable de toute information

(1) Ne nécessitant pas la possession d'un titre ou certificat de conduite d'engins automoteurs à conducteur porté

Fonction : GESTION DES PRODUITS ET PRÉSENTATION MARCHANDE

TÂCHES

- Établissement des dossiers “ produits ”
- Utilisation des plans d’implantation des rayons et décodage des informations pour la présentation des produits
- Opérations liées à la signalétique
- Maintien du rayon ou du magasin en état attractif et vendeur

CONDITIONS D’EXERCICE

1- Moyens et ressources

Données-informations :

- fichier “ produits ”
- fiches techniques
- plans du magasin et des réserves
- consignes d’installation des mobiliers,
- d’harmonisation des couleurs, des volumes
- facteurs d’ambiance (éclairage, musique)

Équipements :

- outils d’information, d’affichage, de pancartage et d’étiquetage
- matériels de saisie et de contrôle, manuel ou informatisé
- matériels de marquage et antivols

Liaisons-relations :

Relations avec le responsable du magasin ou du rayon, l’étalagiste, le merchandiseur.

2- Autonomie

Autonomie dans l’exécution des tâches, selon les directives du responsable, dans le respect des règles du point de vente et de la réglementation en matière d’hygiène, de sécurité et d’information du consommateur.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Adéquation de la présentation des produits avec les objectifs de vente et les règles établies
- Respect des règles d’hygiène et de sécurité
- Surveillance pertinente de l’état du rayon (produits, signalisation...)
- Maintien de l’attractivité du rayon ou de l’espace de vente

Fonction : COMMUNICATION – VENTE

TÂCHES

Pour des produits de consommation courante

- Information du client à partir d'outils d'aide à la décision d'achat
- Participation à l'information du client (publipostage, PLV, affichettes, distribution de prospectus, d'échantillons...)
- Relevé des réactions de la clientèle ; établissement de notes
- Transmission d'informations à tout membre de l'équipe de vente

Ventes en " face à face ", médiatisées/à distance

- Réalisation de tout ou partie des ventes de contact
- Participation à tout ou partie des ventes médiatisées/à distance (par téléphone ou minitel, ou internet, ou par correspondance)

Opérations post-vente

- Mise à jour du fichier " clients "
- Réception des réclamations courantes des clients (retour de marchandises, erreur de taille, de dimension, de coloris...) et recherche de la suite à donner
- Traitement des messages " clients " (tout média)

CONDITIONS D'EXERCICE

1- Moyens et ressources

Données-informations :

- Documentations, catalogues (informatisés ou non), tarifs, fiches techniques
- fichier " clients " (informatisé ou non) et documents liés au service après vente (garantie, retouche...); état " retour de marchandises "
- messages à traiter
- plan publi-promotionnel

Équipements :

- environnement téléphonique et informatique, outil multimédia, bornes
- matériels d'encaissement, d'emballage
- logiciels et/ou matériels de démonstration

Liaisons-relations :

Relation avec le client, avec le responsable du magasin ou du rayon, du service après vente, de l'équipe de vente.

2- Autonomie

Autonomie dans l'exécution des tâches, dans le déroulement de l'entretien, dans le respect de l'information du consommateur et des directives.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Réalisation de ventes et pertinence de l'auto-analyse du comportement de vendeur
- Qualité d'écoute des clients et pertinence des informations apportées
- Information du responsable sur les réactions de la clientèle, des activités réalisées
- Bien-fondé des suites à donner aux réclamations des clients et traitement correct des messages

**Fonction : PARTICIPATION À L'EXPLOITATION COMMERCIALE DU
POINT DE VENTE**

TÂCHES

- Positionnement du point de vente dans l'organisation commerciale et/ou dans l'appareil commercial et repérage de ses caractéristiques (assortiment, moyens informatiques...)
- Identification des postes de travail (la force de vente notamment) et des fonctions commerciales
- Repérage de la clientèle actuelle et/ou potentielle, et des concurrents (directs, indirects) : relevé d'observations de leurs prix (affiches prospectus, vitrines...) et de leurs méthodes de vente
- Préparation et suivi des ventes
- Comparaison résultats/objectifs qualitatifs et quantitatifs
- Participation à l'évolution du choix de l'assortiment
- Calcul des prix, des marges
- Utilisation d'informations commerciales et comptables liées aux ventes

CONDITIONS D'EXERCICE

1- Moyens et ressources

Données-informations :

- plan de la ville, de l'agglomération
- fichiers " clients ", " produits "
- résultats d'inventaires
- consignes de travail
- données chiffrées et documents comptables
- organigramme

Équipements :

- équipement bureautique et informatique
- outils de communication

Liaisons-relations :

Relation avec les clients et le responsable du point de vente ou du rayon.

2- Autonomie

Exécution des tâches, sous contrôle du responsable, dans le respect des consignes et des réglementations en vigueur.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Identification de l'environnement du point de vente, de son organisation et de ses caractéristiques
- Fiabilité de la tenue des documents commerciaux usuels liés à la vente
- Observations pertinentes sur le suivi des ventes

MISE EN RELATION DES REFERENTIELS DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES ET DE CERTIFICATION

**Référentiel
des activités professionnelles**

Champ d'intervention
Il participe, dans un point de vente (de produits de consommation courante) au processus d'approvisionnement. Il intervient également dans :

- la gestion des produits et leur présentation marchande
- la communication-vente

Enfin, il aide à l'exploitation commerciale du point de vente.

**Référentiel de certification
du domaine professionnel**

Compétence globale
Le titulaire du BEP Vente - action marchande participe aux opérations d'approvisionnement et d'exploitation commerciale du point de vente.

Il coopère à la réalisation des ventes : de la gestion à la présentation marchande des produits, de l'information du client à la vente, à l'après-vente.

Activités principales

Compétences générales

Compétences terminales

**1. PARTICIPER À
L'APPROVISIONNEMENT
DU POINT DE VENTE**

Approvisionnement

- Réception et vérification des produits ; rangement
- Suivi des commandes (achats répétitifs)
- Inventaire

- 1.1. Réaliser tout ou partie des opérations liées à la réception des produits
- 1.2. Participer au rangement des produits
- 1.3. Suivre les mouvements du stock
- 1.4. Participer à la gestion des fichiers " fournisseurs " et " produits "
- 1.5. Participer au réassortiment des produits courants
- 1.6. Suivre une commande en instance de livraison
- 1.7. Participer à tout ou partie de l'inventaire physique

**2. INTERVENIR DANS
LA GESTION ET
LA PRÉSENTATION
MARCHANDE
DES PRODUITS**

Gestion et présentation marchande des produits

- Mise en rayon, mise en avant des produits
- Suivi des produits

- 2.1. Réaliser des dossiers " produit "
- 2.2. Présenter les produits à la vente
- 2.3. Participer à la signalétique
- 2.4. Maintenir l'attractivité de la surface de vente

3. COMMUNIQUER - VENDRE

Vente- conseil

(de produits de consommation courante)

- Communication avec l'équipe de vente et les différents acteurs en relation avec le point de vente
- Réalisation de ventes
- Suivi des ventes et fidélisation de la clientèle

3.1. Communiquer dans un point de vente

- 3.1.1. Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer
- 3.1.2. Appréhender la situation orale d'achat-vente
- 3.1.3. Rédiger des messages commerciaux écrits et/ou médiatisés

3.2. Vendre

- 3.2.1. Préparer l'information avant la vente
- 3.2.2. Prendre en charge le client
- 3.2.3. Mener le dialogue de vente
- 3.2.4. Finaliser la vente
- 3.2.5. Participer à la fidélisation du client

3.3. Communiquer à distance pour vendre

- 3.3.1. Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle
- 3.3.2. Participer au développement de la clientèle

4. PARTICIPER À L'EXPLOITATION COMMERCIALE DU POINT DE VENTE

Aide à l'exploitation commerciale du point de vente

- Identification de la situation du point de vente
- Suivi de l'offre et de la demande (au niveau d'un produit du point de vente)
- Repérage des documents de base de la gestion du point de vente

4.1. Appréhender un point de vente et se situer

- 4.1.1. Situer le point de vente dans l'appareil commercial
- 4.1.2. Positionner le point de vente sur le marché : en matière de prix, produits, services
- 4.1.3. Se situer dans l'organisation humaine
- 4.1.4. Caractériser la situation juridique du point de vente

4.2. Participer à la démarche mercatique du point de vente

- 4.2.1. S'informer sur la clientèle
- 4.2.2. Participer au suivi de l'évolution des ventes et des marges
- 4.2.3. Participer au choix d'assortiment

4.3. Participer aux opérations de gestion commerciale courante, liées à la vente

- 4.3.1. Utiliser des documents commerciaux
- 4.3.2. Participer à la valorisation des stocks
- 4.3.3. Calculer une marge, un prix de vente
- 4.3.4. Utiliser des informations de gestion (les plus courantes)