

	A	B	C	D	
1	REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
2			MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION	
3	<b>Bloc 1 - Accueillir, orienter et gérer la relation client</b>				
4	<b>Activité 1.1 - Accueil et orientation du client</b>	C1.1.1 Assurer un accueil client en le personnalisant, en adoptant une posture et une communication appropriées et en respectant le protocole d'accueil propre au magasin de bricolage quelle que soit l'affluence en magasin, afin d'établir un climat de confiance et d'accompagner le client dans son parcours.	<p><b>Epreuve n°1 –</b> <b>Mise en situation professionnelle orale reconstituée + entretien avec le jury</b> Situation d'accueil d'un client par un conseiller en point de vente. La mise en situation sera suivie d'un entretien individuel avec le candidat afin que ce dernier puisse justifier des choix opérés et que le jury puisse apprécier le niveau de maîtrise des compétences non mises en oeuvre.</p> <p>Evaluation orale individuelle. Un cas client est tiré au sort au préalable pour qu'un membre du jury s'approprie le rôle du client.</p> <p>Temps de mise en situation 15 mn devant un jury composé d'un professionnel et d'un formateur suivent 10 min d'entretien Temps total de l'épreuve 25 min</p>	Les règles et procédures d'accueil de l'entreprise sont correctement appliquées; elles suivent le protocole d'accueil du magasin. L'attitude et la posture d'accueil sont conformes aux standards de l'enseigne (disponibilité, contact visuel, sourire, politesse, écoute, emploi d'un langage professionnel...) L'accueil client est personnalisé, les phrases d'accroche sont appropriées Le candidat adapte sa communication à son interlocuteur, des techniques de communication adaptées sont mises en place pour comprendre ou se faire comprendre, notamment d'un client présentant un handicap Les appels entrants sont pris en charge en respectant les procédures internes (rappel des clients ayant pris contact via différents canaux de communication, transfert des appels au bon interlocuteur...).	
5		C1.1.2 Appréhender les attentes du client au regard de son parcours omnicanal, de façon multimodale, en s'adaptant aux caractéristiques et spécificités de son interlocuteur notamment en situation de handicap afin de comprendre ses attentes et d'apporter une réponse adaptée		Les priorités de gestion entre les appels entrants et le flux clients en magasin sont déterminées avec discernement Le candidat adapte sa communication à son interlocuteur, des techniques de communication adaptées sont mises en place pour comprendre ou se faire comprendre, d'un client présentant un handicap Les appels entrants sont pris en charge en respectant les procédures internes (rappel des clients ayant pris contact via différents canaux de communication, transfert des appels au bon interlocuteur...).	
6		C1.1.3 Orienter le client dans la surface de vente, en prenant en compte ses besoins, afin d'établir un climat de confiance et de l'accompagner dans son parcours d'achat.		La gestion des appels et de l'affluence en magasin est maîtrisée	
7		<b>Activité 1.2 - Gestion de la relation client et valorisation de l'image de marque de l'entreprise</b>		C1.2.1 Valoriser son image et celle de l'enseigne en portant une tenue adaptée au domaine du bricolage et aux standards de l'enseigne, en utilisant une communication verbale et non verbale appropriée au domaine d'activité afin de s'affirmer en tant que professionnel.	L'utilisation des outils numériques du magasin (site marchand, CRM : logiciel de la relation client, ...) est maîtrisée La stratégie de communication phytgital de l'enseigne est prise en compte Le parcours omnicanal du client est pris en compte. Le décryptage des informations permet la compréhension des attentes explicites et implicites ainsi que la détection des spécificités clients et ses éventuels handicaps
8				C1.2.2 Appliquer les règles de l'entreprise en participant aux démarches et actions éco-responsables, afin de contribuer à l'effort environnemental tout en valorisant l'image de l'entreprise.	Les informations et renseignements apportés répondent aux attentes du client, en devance certaines et permettent son accompagnement dans son parcours d'achat ou la récupération des marchandises de ses commandes.
9				C1.2.3 Présenter les services de réparation, de location d'outils, de reprise de produits en mettant en avant l'économie circulaire et les démarches RSE de l'entreprise pour prolonger la durée de vie des produits et favoriser leur réutilisation ou réparation.	Le candidat est représentatif de son domaine d'activité : sa posture, son vocabulaire, son comportement et sa tenue (tenue conforme au règlement de l'entreprise avec port des équipements de protection individuelle) sont conformes et adaptés. Sa tenue et son apparence sont soignées Impliqué dans la relation client le candidat pratique l'écoute active. Les actions éco-responsables sont menées selon les règles de l'entreprise Les actions de l'entreprise sont mises en valeur auprès des clients Les informations transmises sont claires et compréhensibles
10	C1.2.4 Traiter les réclamations, les litiges et les conflits en respectant les procédures et en adaptant sa communication au profil client et à la situation afin d'apporter une solution adaptée		Les offres de services sont présentées et expliquées au client en mettant en avant les démarches RSE de l'entreprise L'usage des points de collecte du magasin est expliqué au client en mettant en avant le recyclage et le réemploi des produits usagés. Les informations sont claires compréhensibles et respectent le protocole du magasin.		
11	<b>Bloc 2 - Vendre un produit et/ou un service dans le domaine du bricolage</b>				
12	<b>Activité 2.1 - Conseil personnalisé et vente de produits et/ou de services</b>	C2.1.1 Réaliser une découverte des besoins du client, en utilisant l'échange, les outils de CRM et de données collectées, en recueillant les renseignements liés à l'usage et/ou à la finalité de(s) produit(s) et ou service(s) recherché(s) et en évaluant son niveau d'information afin de déterminer la typologie de client (particulier débutant, confirmé, expert ou professionnel), ses besoins, ses attentes.	<p><b>Epreuve n°2 – Mise en situation professionnelle orale reconstituée+ entretien avec le jury</b> Entretien de vente entre client et conseiller en point de vente, avec l'utilisation d'outils digitaux.</p> <p>La mise en situation sera suivie d'un entretien individuel avec le candidat afin que ce dernier puisse justifier des choix opérés et que le jury puisse apprécier le niveau de maîtrise des compétences non mises en oeuvre.</p> <p>Evaluation orale individuelle. Un cas client est tiré au sort au préalable pour qu'un membre du jury s'approprie le rôle du client.</p> <p>Temps de mise en situation 20 mn devant un jury composé d'un professionnel et d'un formateur suivent 10 min d'entretien Temps total de l'épreuve 30min</p>	Le questionnement conduit permet d'identifier les informations clés: les besoins spécifiques du client, ses attentes, son budget, la motivation principale, la typologie du client (particulier ou professionnel) Le candidat utilise les différents types de questionnements (questions ouvertes, fermées, alternatives...) et les outils numériques mis à sa disposition type CRM pour collecter les informations	
13		C2.1.2 S'adapter au niveau d'expertise du client en employant un vocabulaire approprié, en choisissant les solutions adéquates afin de faciliter les échanges et d'apporter un service sur mesure		Le vocabulaire choisi correspond au niveau d'expertise du client. Le client comprend les termes employés par le candidat	
14		C2.1.3 Reformuler le besoin client en utilisant les données utiles collectées en adaptant sa communication au profil du client et à ses éventuels handicaps afin de vérifier la bonne compréhension de ses besoins, d'adapter et personnaliser le conseil.		Le candidat utilise les bonnes informations pour reformuler le besoin client. En cas de compréhension partielle du besoin client, le candidat en affine sa compréhension. Les besoins explicites et implicites sont décelés. Il obtient validation du besoin La communication est adaptée au profil du client en prenant en compte ses éventuels handicaps, le cas échéant, les outils numériques dotés d'intelligence artificielle facilitant les échanges sont correctement utilisés	
15		C2.1.4 Proposer des produits neufs, de seconde main et/ou les prestations adaptés en expliquant les fonctionnalités, les spécificités techniques de mise en oeuvre et les règles de sécurité, en utilisant les échantillons, les nuanciers et outils d'aides à la vente spécifiques au bricolage, en valorisant la démarche éco-responsable pour éclairer le client dans son acte d'achat		Les propositions de produits et services (financement, livraison, installation à domicile...) tiennent compte de la recherche des besoins précédemment effectuée et du budget du client, les explications relatives aux fonctionnalités, spécificités techniques de mise en oeuvre et règles de sécurité sont faites au client en utilisant les outils d'aide à la vente spécifiques au bricolage (échantillons, nuanciers, ...) Les solutions et produits proposés tiennent compte de l'expertise client	
16		C2.1.5 Argumenter la proposition en valorisant les produits et les solutions proposées et leurs performances environnementales, en effectuant le cas échéant une démonstration pour favoriser l'acte d'achat		L'argumentaire de vente est pertinent. Il tient compte des caractéristiques techniques des produits proposés, des propriétés des matériaux utilisés, du profil client et de ses éventuels handicaps, il comprend des considérations environnementales et/ou écologiques (origine des produits, recyclabilité, durabilité...). Le vocabulaire technique utilisé et spécifique à la vente de produits de bricolage est maîtrisé et adapté au profil du client. Les modes de communication (verbal et non verbal) sont adaptés au positionnement de l'enseigne, au contexte de la vente et aux spécificités du client. Une démonstration d'utilisation du produit dans le respect des règles de sécurité relative à la manipulation de matériel de bricolage est effectuée. Le prix des solutions et produits proposés est justifié et argumenté, la proposition faite au client est valorisée.	
17		C2.1.6 Traiter les objections en utilisant les méthodes spécifiques adéquates, en adaptant sa communication à la situation afin de lever les freins à l'achat		Les objections du client sont traitées de façon méthodique (SONCASE, AIDA, CAP, ...), les réponses apportées sont pertinentes et convaincantes. Le candidat accueille les objections et les traite en restant positif.	
18	C2.1.7 Présenter aux clients des produits et/ou services complémentaires (petit outillage, accessoires, EPI, service d'installation, découpe, cours de bricolage, location de matériel...), en utilisant les informations de la recherche des besoins afin de faire une proposition adaptée, attractive et d'augmenter le chiffre d'affaires du magasin	Le candidat propose des produits et/ou services complémentaires au regard des besoins et attentes du client au moment adéquat dans le processus d'achat. Les outils numériques sont utilisés à bon escient, les recommandations pertinentes sont proposées au client.			
19	<b>Activité 2.2 - Conclusion de la vente et encaissement</b>	C2.2.1 Evaluer la pertinence de la poursuite de l'entretien de vente, en tenant compte des signaux verbaux et non verbaux pour conclure la vente au moment opportun	Le candidat repère et exploite les signaux verbaux et non verbaux de décisions d'achat		
20		C2.2.2 Conclure la vente en confirmant avec le client la liste des produits et services souhaités, en vérifiant si d'autres besoins n'auraient pas été exprimés, en proposant les promotions, les offres de fidélisation et les solutions de financements possibles, en vue d'établir un devis et de valider le panier d'achat	Les différentes offres promotionnelles et financières de l'enseigne les plus pertinentes à la situation de ventes sont proposées. La politique de fidélisation de l'enseigne est correctement appliquée. Le devis est correctement réalisé en respectant la réglementation et en utilisant les outils numériques adaptés		
21		C2.2.3 Conforter le client dans son acte d'achat en valorisant ses décisions en vue de garantir la satisfaction client et le fidéliser	La décision prise par le client est valorisée. Des conseils et astuces supplémentaires sont apportés au client. Les bénéfices du produit ou service sélectionné sont mis en avant.		
22		C2.2.4 Procéder à l'encaissement selon les procédures et règlements en vigueur en la matière en utilisant les logiciels adaptés afin de s'assurer de l'aboutissement de la transaction.	Les modalités et moyens de paiements sont précisés Selon les consignes de l'entreprise, le candidat réalise l'encaissement ou redirige le client vers une personne en charge de la gestion des encaissements Les procédures de l'entreprise sont respectées		
23		C2.2.5 Procéder, le cas échéant, à l'établissement d'un bon d'achat, d'un bon de livraison ou à l'émission d'une facture, en l'expliquant au client pour attester des opérations effectuées.	Les documents administratifs (bon d'achat, bon de livraison, bon de commande, facture, ...) relatifs à la conclusion de la vente sont préparés, selon la réglementation en vigueur, après vérifications des données présentes, le candidat est en mesure de les expliquer. La prise de congés est personnalisée en fonction de la situation de vente et du profil client.		
24		C2.2.6 Enrichir le profil client avec les informations relatives à ses futurs projets de bricolages en utilisant les outils numériques propres au magasin afin de permettre au client de recevoir des promotions personnalisées et de le fidéliser	Le cas échéant et avec l'accord du client, le candidat enrichi le CRM avec les informations relatives aux futurs projets du client. Les données factuelles sont saisies dans les bons champs.		

A		B	C	D
1	REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités		REFERENTIEL D'EVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis
2			MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
25	<b>Bloc 3 – Gérer la surface de vente et sa valorisation en tenant compte des spécificités des magasins de bricolage</b>			
26	<b>Activité 3.1 - Gestion des stocks et mise en rayon</b>	C3.1.1 Réceptionner les marchandises neuves et de seconde main, en utilisant les outils numériques, en procédant aux contrôles en vigueur tout en respectant les règles de sécurité afin d'assurer la disponibilité des produits.	<b>Epreuve n°3 – Réalisation d'un dossier de gestion d'un projet + entretien avec un jury</b>  En amont de la session d'examen le candidat réalise un dossier professionnel portant sur la gestion des stocks, la mise en rayon et l'aménagement de l'espace de vente. Le candidat rend compte de son action, comme il le ferait auprès de son référent hiérarchique.  La présentation orale sera suivie d'un entretien individuel avec le candidat afin que ce dernier puisse justifier des choix opérés et que le jury puisse apprécier le niveau de maîtrise des compétences non mises en oeuvre.  Evaluation écrite et orale individuelle.  <i>Temps de présentation du dossier 25 mn devant un jury composé d'un professionnel et d'un formateur suivent 10 min d'entretien Temps total de l'épreuve 35min</i>	Les produits et marchandises sont comptés avec fiabilité. L'adéquation entre le document de livraison, le nombre de colis reçu et les marchandises reçues est vérifiée. L'état des produits et marchandises est vérifié. Les données sont enregistrées via les outils mis à disposition. Les anomalies et ruptures sont transmises au bon interlocuteur pour traitement.  Les règles et procédures de sécurité et d'hygiène relatives au domaine du bricolage sont bien appréhendées et respectées (produits dangereux, espaces de circulation et sortie de secours, gestes et postures, port des EPI). Les produits et marchandises sont rangés dans les espaces réservés à chacun, la zone de stockage est optimisée et sécurisée.  Les outils (nacelle, transpalette, diable, chariot manuel...) choisis pour déplacer les marchandises sont appropriés et correctement utilisés tout en respectant les règles de sécurité. Les gestes et postures sont adaptés aux charges manipulées Les produits et marchandises attendus sont positionnés à l'emplacement prévu.  Les outils de gestion de stocks sont correctement utilisés Les règles de rangement sont respectées (emplacement des produits, rotation des stocks, nombre d'article minimum par produit ) Les ruptures sont anticipées. Le réassort est conforme aux attendus. Le cas échéant, la vérification de la présence des anti-vols et étiquetages est faiteLe cas échéant, la vérification la présence des anti-vols et étiquetages est faite  Le candidat comptabilise et vérifie les produits et marchandises de la zone qui lui est confiée avec précision. Les outils mis à sa disposition sont utilisés, il respecte les procédures de l'entreprise. Le candidat trie les matières recyclables ou non provenant du point de vente. Il suit les règles relatives au recyclage et au tri-sélectif. Il respecte les procédures de l'entreprise. Les machines et outils mis à disposition sont utilisés dans le respect des normes d'hygiène et de sécurité.
27		C3.1.2 Stocker les marchandises dans le respect des normes d'hygiène et de sécurité notamment pour les produits classifiés comme dangereux (produits inflammables, corrosifs...) afin d'éviter les risques d'incidents et garantir la sécurité des biens et des personnes.		
28		C3.1.3 Déplacer des marchandises en utilisant les outils de manutention adaptés (nacelle, transpalette, diable, chariot manuel...), en respectant les règles de sécurité relatives à leur manipulation afin d'organiser les espaces dans le respect des normes de sécurité en vigueur dans les magasins de bricolage.		
29		C3.1.4 Procéder au réassort des marchandises en utilisant les outils de gestion des stocks, en respectant les règles de mise en rayon afin d'assurer la disponibilité des produits sur la surface de vente et de limiter les ruptures de stock		
30		C3.1.5 Procéder aux contrôles des stocks prévus par l'entreprise en utilisant les outils mis à disposition pour garantir la fiabilité des stocks et limiter les démarques.		
31		C3.1.6 Contribuer au tri des matières recyclables ou non provenant du point de vente en respectant les règles du magasin, en utilisant les machines mises à disposition afin de participer à la diminution de l'impact des activités de l'entreprise sur l'environnement.		
32	<b>Activité 3.2 - Aménagement et mise en valeur de l'espace de vente</b>	C3.2.1 Planter les produits en rayons en respectant le plan merchandising et les normes de sécurité en vigueur dans un magasin de bricolage afin de valoriser l'espace de vente et de garantir la sécurité des personnes y compris en situation de handicap	Le plan merchandising est bien appréhendé, le vocabulaire spécifique au merchandising est compris, le plan et les normes sont respectés. La mise en scène des produits et marchandises permet la compréhension des usages de ceux-ci tout en respectant les normes de sécurité en vigueur dans les magasins de bricolage. La manutention des produits et marchandises est assurée en respectant la sécurité des personnes et des biens y compris en situation de handicap  Les stocks sont vérifiés, les préconisations de commandes sont transmises à la hiérarchie. L'affichage des prix, l'étiquetage des produits et la signalisation des produits et marchandises sont conformes aux consignes et à la réglementation en vigueur. Les outils de promotion et d'incitation à la vente sont installés conformément aux consignes. Les mesures pour faire face aux démarques sont correctement appliquées.  L'espace réservé à l'animation commerciale est organisé; les produits et marchandises concernés sont présents en stock suffisant selon le plan merchandising défini. La PLV prévue pour l'évènement est correctement mise en place. Le candidat respecte la politique tarifaire. Il veille à la libre circulation dans l'espace de vente pour tous les clients, y compris ceux en situation de handicap.  Le candidat explique les offres commerciales relatives à l'évènement. Les propositions faites aux clients sont en adéquation avec ses besoins et l'offre du moment. Le discours est clair, professionnel et convaincant. Il déclenche des ventes.  Le candidat développe son argumentation tout en effectuant les manipulations nécessaires. Il fait preuve de pédagogie. Le résultat est de qualité et valorisé  Les objectifs de vente individuels et collectifs sont pris en compte dans l'activité. Les indicateurs de performance commerciale sont bien appréhendés. Le vocabulaire relatif aux indicateurs de performance et leurs formules de calculs sont utilisés à bon escient. Le candidat repère les éventuels écarts entre les objectifs commerciaux et le réalisé. Les causes sont repérées, des solutions pour améliorer ses résultats sont recherchées et testées.	
33		C3.2.2 Assurer le bon état marchand et la bonne tenue de la surface de vente, en veillant à la propreté de l'espace, à l'état des stocks, au bon affichage des prix et leurs mises à jour, ainsi qu'à la signalisation en utilisant les outils mis à disposition par le point de vente, afin de rendre la surface de vente attractive, conforme et de lutter contre les démarques.		
34		C3.2.3 Contribuer à la mise en place des animations et opérations commerciales en respectant les directives de l'entreprise (plan merchandising, politique tarifaire, signalisation, support de communication...) afin de favoriser le déclenchement de l'acte d'achat		
35		C3.2.4 Contribuer à la mise en œuvre d'opérations commerciales et d'actions promotionnelles en cohérence avec les objectifs du magasin et à la saisonnalité des produits de bricolage, en présentant l'offre afin d'améliorer la performance commerciale du magasin		
36		C3.2.5 Réaliser des démonstrations produits et/ou outils en prodiguant des conseils pratiques afin d'aider le client dans sa prise de décision		
37		C3.2.6 Concourir à l'atteinte des objectifs fixés à l'équipe en suivant les indicateurs de performance (taux de transformation, panier moyen, ...) en prenant connaissance des messages de la direction afin de contribuer au développement commercial de l'entreprise et participer activement aux rencontres d'équipe		
38	<b>Bloc 4 - Conseiller techniquement le client dans la mise en œuvre de ses projets de bricolage</b>			
39	<b>Activité 4.1 - Veille et suivi des tendances dans le domaine du bricolage</b>	C4.1.1 Appréhender les évolutions techniques, environnementales, les innovations, les tendances du marché, les attentes et les pratiques de la clientèle en matière de bricolage en collectant des informations afin de les partager avec ses collègues et sa hiérarchie et d'apporter un conseil client optimal.	<b>Epreuve n°4 – Mise en situation professionnelle orale reconstituée + entretien avec le jury</b> Entretien de vente entre client et conseiller en point de vente avec l'utilisation d'outils digitaux Dans un cas d'accompagnement d'un client dans la mise en œuvre de ses projets de bricolage.  La mise en situation sera suivie d'un entretien individuel avec le candidat afin que ce dernier puisse justifier des choix opérés et que le jury puisse apprécier le niveau de maîtrise des compétences non mises en œuvre.  Evaluation orale individuelle. Au préalable, afin qu'un membre du jury s'approprie le rôle du client, un cas client (permettant de conseiller techniquement le client dans la mise en œuvre de ses projets de bricolage) est tiré au sort  <i>Temps de mise en situation 30 min devant un jury composé d'un professionnel et d'un formateur suivent 10 min d'entretien Temps total de l'épreuve 40 min</i>	Les sources d'information internes et externes à l'entreprise, disponibles pour se renseigner sur les produits, les évolutions techniques, environnementales, les innovations, les tendances du marché, les attentes et les pratiques de la clientèle en matière de bricolage sont identifiées ; la veille est réalisée. Ces informations sont utilisées dans le cadre de conseils au client et d'argumentaires de vente adaptés aux besoins de ce dernier.  Les sources d'information liées à son secteur d'activité sont identifiées (sites internet, catalogues, magasins...) Les concurrents sont identifiés Des données sur les pratiques commerciales sont collectées (prix, promotions, services, positionnement) Le candidat repère des éléments simples de différenciation entre l'offre de l'entreprise et celle des concurrents  Le candidat présente à ses clients les nouvelles techniques d'application, d'utilisation, les caractéristiques, les avantages et bénéfices des produits et marchandises collectées auprès des fournisseurs et professionnels de la formation, les informations sont bien appréhendées et réutilisées à bon escient.  Le candidat partage ses expériences réussies avec ses collègues, il repère ce qui a bien fonctionné et décrit ce qui peut être reproduit.  L'espace d'intervention est bien appréhendé, les freins et les contraintes tel que celle du handicap sont identifiés, les éventuels points de blocage à la réalisation du projet sont déterminés. Les éventuelles difficultés sont clairement exposées au client.  Les solutions sont cohérentes, elles prennent en compte l'ensemble des paramètres (besoins clients, contraintes, ...) Les services proposés pour la mise en œuvre du projet sont pertinents  Les quantités et volumes de produits nécessaires à la mise en œuvre du projet sont correctement calculés. L'ensemble des matériaux et fournitures est déterminé. Les risques et les actions supplémentaires liés à la mise œuvre du projet sont exposés.  Le candidat identifie les limites de son intervention et la personne ressource dont il a besoin pour conseiller le client sur l'ensemble de sa demande. Le client est accompagné et présenté à un vendeur ou au service spécialisé, le candidat précise les raisons de sa sollicitation au client et à son collègue, les besoins du client sont clairement exposés. Le candidat se met à disposition du client pour la suite de la vente.  Le candidat présente son offre de façon claire et argumentée. La politique commerciale de l'entreprise est respectée.  L'ensemble des produits, marchandises et services est correctement enregistré dans l'outil mis à disposition par le magasin. Le devis est transmis, présenté et expliqué au client; il est compréhensible et correctement établi. Les relances clients sont effectuées si nécessaire. L'ensemble des références sont listées, les quantités sont respectées et communiqués au bon interlocuteur. L'outil informatique de gestion des commandes est correctement utilisé.  Le candidat vérifie ou s'assure de la réception et de la conformité des produits et marchandises constituant la commande dont celles du click & collect. Les éventuels écarts sont détectés et les relances sont effectuées. Le client est prévenu des éventuels retards et de la réception de commande dans les plus brefs délais. Des solutions sont envisagées.
40		C4.1.2 S'informer sur l'environnement concurrentiel, commercial, en utilisant les moyens physiques et/ou numériques de recherche d'informations, afin de se positionner par rapport aux concurrents.		
41		C4.1.3 S'approprier les nouvelles techniques d'application ou d'utilisation des produits et marchandises en échangeant avec les fournisseurs, en participant aux formations afin de répondre aux questions des clients en la matière.		
42		C4.1.4 Partager les bonnes pratiques avec l'équipe, en prenant part aux échanges d'expériences lors des réunions de service afin de permettre une montée en compétence collective et un meilleur accompagnement client.		
43	<b>Activité 4.2 - Aide à la mise en œuvre des projets</b>	C4.2.1 Evaluer la faisabilité des projets de bricolage à partir des informations et documents (photos, dessin, schéma...) transmis par le client, en identifiant les freins et les contraintes, afin de prévenir le client des éventuelles difficultés et de l'orienter vers des solutions adaptées		
44		C4.2.2 Proposer les solutions envisageables en prenant en compte l'ensemble des informations collectées notamment celles relatives au handicap, en identifiant et présentant les services facilitant la mise en œuvre des projets (cours de bricolage, location de matériel, service de découpe, d'installation, de pose, ...) afin d'apporter un service complet au client		
45		C4.2.3 Déterminer les quantités et volumes de produits nécessaires à la mise en œuvre des projets en utilisant les prises de mesure du client en tenant compte des contraintes techniques (ouvertures de portes, de fenêtre...) afin de guider le client dans ses achats.		
46		C4.2.4 Gérer l'accompagnement client en passant le relais à d'autres vendeurs spécialisés afin d'apporter une expertise dans un domaine particulier et une réponse précise et complète à ses besoins		
47	<b>Activité 4.3 - Gestion de la commande client</b>	C4.3.1 Présenter les conditions de vente (prix, mode et délai de règlement, remises, ...) en veillant au respect de la politique commerciale de l'entreprise afin de conclure l'acte d'achat	Le candidat présente son offre de façon claire et argumentée. La politique commerciale de l'entreprise est respectée.  L'ensemble des produits, marchandises et services est correctement enregistré dans l'outil mis à disposition par le magasin. Le devis est transmis, présenté et expliqué au client; il est compréhensible et correctement établi. Les relances clients sont effectuées si nécessaire. L'ensemble des références sont listées, les quantités sont respectées et communiqués au bon interlocuteur. L'outil informatique de gestion des commandes est correctement utilisé.  Le candidat vérifie ou s'assure de la réception et de la conformité des produits et marchandises constituant la commande dont celles du click & collect. Les éventuels écarts sont détectés et les relances sont effectuées. Le client est prévenu des éventuels retards et de la réception de commande dans les plus brefs délais. Des solutions sont envisagées.	
48		C4.3.2 Etablir un devis en répertoriant l'ensemble des produits et/ou services à l'aide des outils numériques mis à disposition dans le magasin afin de présenter au client le coût global		
49		C4.3.3 Assurer la préparation de la commande du client en vérifiant les stocks et les quantités nécessaires à la réalisation des projets afin de répondre aux normes d'hygiène et de sécurité et de satisfaire le client		
50		C4.3.4 Veiller au bon déroulement de toutes les étapes de la commande du client en assurant son suivi jusqu'à sa mise à disposition, en anticipant la gestion des différentes problématiques afin de permettre la mise en œuvre des projets, dans un but de satisfaction client et de fidélisation		