

Savoirs et limites associés

Certificat d'aptitude professionnelle Spécialité Equipier polyvalent du commerce

NB. - Certains des savoirs et des limites de savoirs évoqués dans le document ci-après ainsi que dans le référentiel de certification figurent en italique. Cette mise en forme a pour objectif d'identifier les savoirs mobilisés dans le cadre d'un groupe de compétences mais abordés au préalable dans le cadre d'un autre groupe de compétences.

Bloc de compétences 1

Recevoir et suivre les commandes	
Savoirs associés	Limites de savoirs
Participer à la passation des commandes fournisseur	- Les principaux agents économiques (ménages, entreprises, institutions financières et administratives) et leur rôle
Le circuit économique simplifié et ses agents	- Les spécificités du rôle économique, social, sociétal de l'entreprise
L'entreprise	- Le marché de l'entreprise : l'offre, la demande, l'environnement
Les circuits de distribution et les canaux de vente	- L'organisation interne de l'entreprise
Le cadencier	- Les circuits de distribution
Les niveaux de stocks	- Les canaux de vente
L'inventaire	- L'interaction des canaux de vente physiques et virtuels
La communication professionnelle	- Les différents modes de transport des marchandises
Les documents relatifs à la commande	- Les différentes formes de cadencier
	- Les notions de stock, la cadence des ventes, la saisonnalité
	- La définition et les conséquences d'une rupture de stock
	- L'évaluation des quantités à commander
	- Les objectifs de l'inventaire
	- Les différents types d'inventaire

Savoirs et limites associés

	<ul style="list-style-type: none"> - Les procédures utilisées - La nature des informations à noter sur les documents - Les formes de la communication - Les supports de communication - Les informations nécessaires à la passation de commande - Les étapes d'une commande
<p>Réceptionner</p> <p>Les documents relatifs à la livraison</p> <p>Les procédures de l'entreprise</p> <p>Les règles d'hygiène et de sécurité</p> <p>Le règlement intérieur</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les informations nécessaires à la livraison - Les étapes de la réception - Les règles d'organisation de la zone de réception - Les contrôles qualitatifs et quantitatifs - Les informations à transmettre en cas d'anomalies - Les procédures à réaliser en cas de livraison non conforme - L'enregistrement de la réception - Les outils dédiés aux procédures de réception - Les principales règles d'hygiène et sécurité qui concourent à la qualité en matière de livraison / réception - La chaîne du froid - La traçabilité - Les sanctions encourues par l'entreprise et le salarié en cas de non-respect des règles - La sécurité du personnel : tenue de travail, équipements de protection individuels, gestes et postures - Le rôle et le contenu du règlement intérieur

Savoirs et limites associés

<p>Stocker</p> <p>Les équipements et les installations</p> <p>Le rangement des produits</p> <p>Le tri sélectif</p> <p>Les systèmes antivols sur les produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le mobilier de stockage - L'organisation de l'espace de stockage - Les principales règles de circulation en réserve - Le matériel de manutention - Les règles d'hygiène et de sécurité des espaces de stockage et des matériels - Les règles de stockage des marchandises - La prévention des risques professionnels - Les principaux critères de rangement des produits - La rotation des produits - La chaîne du froid - Les dates de consommation des produits - L'adressage des produits - Les principes et les obligations du tri sélectif - Les différents antivols et leur mise en place
<p>Préparer les commandes destinées aux clients</p> <p>Les différents modes de préparation des commandes omnicanales</p> <p>Le conditionnement et l'emballage</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le click and collect, le picking, le ship from store... - Les fonctions et la nature du conditionnement, de l'emballage - Les règles d'hygiène et de sécurité

Savoirs et limites associés

Bloc de compétences 2

Mettre en valeur et approvisionner	
Savoirs associés	Limites de savoirs
Approvisionner, mettre en rayon et ranger selon la nature des produits	
<p>Les biens et services</p> <p>Les familles de produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La distinction entre biens et services - La production marchande et non-marchande - La classification des produits - Les différents types de marques - Les principaux labels (d'origine, de qualité, bio et équitables) - Le rôle des normes
L'organisation de l'espace commercial	<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation de l'espace commercial physique et virtuel - Les principales règles d'implantation des linéaires au sein des unités commerciales physiques et virtuelles
Les principes de mise en rayon	<ul style="list-style-type: none"> - La rotation des produits - Les dates de consommation des produits - La chaîne du froid et les températures de conservation - La capacité de stockage d'un linéaire
Les niveaux de stock	<ul style="list-style-type: none"> - Les notions de stock, la cadence des ventes, la saisonnalité - La définition et les conséquences d'une rupture de stock - L'évaluation des quantités à commander
Les mobiliers	<ul style="list-style-type: none"> - Les principaux mobiliers de rangement, de vente et de présentation utilisés

Savoirs et limites associés

Les règles de sécurité	- Les risques liés à l'activité physique (PSE)
La responsabilité civile professionnelle	- Les gestes et postures à adopter (PSE) - La sécurité du consommateur : les mesures de prévention - Le matériel de manutention - ... - Les enjeux - Les dommages et les préjudices
Mettre en valeur les produits et l'espace commercial	
Les facteurs d'ambiance	- Les différents types de facteurs d'ambiance et leurs principales caractéristiques
L'implantation des produits	- Les règles d'implantation et de présentation des produits - La théâtralisation de l'offre
Les actions d'animation et de promotion	- Les principales techniques de promotion et d'animation - La réglementation applicable aux promotions et aux animations
Participer aux opérations de conditionnement des produits	- Les techniques de mise en valeur des produits conditionnés
L'emballage et le conditionnement	- Les fonctions et la nature du conditionnement et de l'emballage
Le calcul du prix	- Le matériel et les fournitures nécessaires au conditionnement
La TVA	- Le PAHT, le PVHT, le PVTTC en fonction du taux de TVA appliqué, la marge, la réduction commerciale
Les règles d'hygiène et de sécurité	- Le rôle de la TVA
Les organismes de contrôle	- Les principaux taux - Les règles appliquées aux matériels,

Savoirs et limites associés

	<p>emballages et produits d'entretien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles de conservation - Les règles appliquées à l'utilisation et au nettoyage du matériel - Les principaux organismes de contrôle et leur rôle
Installer et mettre à jour la signalétique	
<p>L'information et la publicité sur le lieu de vente</p> <p>L'étiquetage et la traçabilité</p> <p>La protection du consommateur</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les informations obligatoires, la réglementation en matière de prix - Les rôles respectifs de l'ILV et de la PLV - Les supports de l'ILV et de la PLV - Les principes de la codification - Les règles d'étiquetage et de marquage des produits selon la législation en vigueur et la typologie des produits - La traçabilité des produits : principes, règles et techniques - Les risques encourus en cas de non-respect des règles - Les principales obligations de l'entreprise - Les organismes de protection des consommateurs
Lutter contre la démarque et participer aux opérations d'inventaire	
<p>Les systèmes antivols sur les produits</p> <p>Les principes de mise en rayon</p> <p>La démarque</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les différends antivols et leur mise en place - La rotation des produits - La chaîne du froid et les températures de conservation - Les dates de consommation des produits - La démarque connue, inconnue, les principales causes

Savoirs et limites associés

	<ul style="list-style-type: none">- Les moyens de lutte contre la démarque- Les moyens de lutte contre le gaspillage et la réglementation applicable- Les informations à porter sur les documents de démarque
L'inventaire	<ul style="list-style-type: none">- Les objectifs de l'inventaire- Les différents types d'inventaire- Les procédures utilisées- La nature des informations à noter sur les documents

Savoirs et limites associés

Bloc de compétences 3

Conseiller et accompagner le client dans son parcours d'achat	
Savoirs associés	Limites de savoirs
Préparer son environnement de travail Le poste de travail L'image de l'entreprise L'entreprise et ses performances Le contrat de travail	<ul style="list-style-type: none"> - Les équipements, le matériel, la balance, la caisse, les outils d'aide à la vente - L'ergonomie du poste de travail - La définition et les enjeux de l'image de l'entreprise - Les éléments qui concourent à l'image de l'entreprise - Les performances économiques, sociales et sociétales - Les caractéristiques des principaux contrats de travail - Les droits et les obligations des salariés et des employeurs - Les principaux cas de rupture
Prendre contact avec le client La communication professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Son rôle et ses enjeux - Les formes de la communication - Le verbal et le non-verbal - L'utilisation des outils de communication
Accompagner le parcours client dans un cadre omnicanal Les produits Les services Les circuits de distribution et les canaux de vente La communication commerciale La demande du client	<ul style="list-style-type: none"> - Les caractéristiques techniques et commerciales des produits - L'assortiment - La gamme - Les services associés aux produits - Les services complémentaires à l'offre de produits - Les circuits de distribution

Savoirs et limites associés

<p>Les outils d'aide à la vente</p> <p>Les procédures de prise en charge des commandes et des colis</p> <p>Le contrat de vente</p> <p>La responsabilité civile contractuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les canaux de vente - L'interaction des canaux de vente physiques et virtuels - Les objectifs - Les outils - Les nouveaux modes de consommation - Les attentes - Les profils - Les motivations - Le parcours d'achat dans un contexte omnicanal - Les différents outils d'aide à la vente et leur rôle - Les différentes étapes des procédures et leur réglementation - L'objet - Les conditions de validité - Les parties au contrat - Les obligations et les droits - Ses conditions de mise en œuvre - Les conséquences et sanctions lors de l'existence d'un dommage, d'une inexécution contractuelle
<p>Finaliser la prise en charge du client</p> <p>Le règlement</p> <p>La fidélisation</p> <p>Les documents de gestion commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'encaissement - Les modes de paiement et leur évolution - La réglementation en vigueur - Les enjeux et les principaux moyens - Le traitement et l'utilisation des données personnelles collectées sur le client

Savoirs et limites associés

	<ul style="list-style-type: none">- La protection des données (RGPD)- La loi en vigueur- L'état récapitulatif de fin de journée, les statistiques- La facture- Le bon de garantie- Le bon de retour
Recevoir les réclamations courantes Le traitement des réclamations La gestion du stress	<ul style="list-style-type: none">- Les types de réclamations- Les modalités de traitement des réclamations liées aux produits, au personnel, à l'unité commerciale- Les causes et les manifestations du stress- Les techniques de gestion du stress