

## CCPQ

Bd Pachéco - 19 - boîte 0  
1010 Bruxelles

Tél. : 02 210 50 65

Fax : 02 210 55 33

Email : [ccpq@profor.be](mailto:ccpq@profor.be)  
[www.enseignement.be](http://www.enseignement.be)

7. ECONOMIE

7.3. COMMERCE

### 7.3.5. VENDEUR QUALIFIE / VENDEUSE QUALIFIEE (EN MAGASIN DE DETAIL, EN SURFACE SPECIALISEE)

## PROFIL DE QUALIFICATION

Validation par la C.C.P.Q.

Le 15 mai 1997

## LE METIER

Le vendeur/la vendeuse exerce ses fonctions en magasin de détail, en boutique ou dans une surface spécialisée. Les domaines d'activité sont vastes : équipement domestique (électroménager, luminaires, meubles, Tv hi-fi, vaisselle, verrerie, revêtements de sols et murs, etc.) ; produits utilitaires (outillage, bricolage, droguerie, etc.) ; alimentation générale ; équipement des personnes (confection, hygiène, chaussures, lingerie, maroquinerie, bijoux, etc.) ; produits culturels et ludiques ; articles de luxe ; services divers, etc.

Sa fonction centrale est évidemment de vendre, c'est-à-dire :

- d'accueillir la clientèle,
- de l'informer,
- de déceler ses besoins et ses motivations d'achat,
- d'argumenter une vente à partir d'une approche produit ou d'une approche client,
- de conclure la vente et d'en assurer le suivi.

Par ailleurs, il/elle doit également :

- recevoir les paiements conformément aux procédures fixées par le magasin,
- approvisionner les zones de présentation des marchandises afin de réaliser la stratégie de vente et les plans promotionnels du magasin,
- réceptionner et entreposer les marchandises,
- assurer la qualité constante du service,
- appliquer, le cas échéant, des techniques de vente à distance,
- respecter les normes légales et les directives spécifiques en matière d'hygiène et de sécurité,
- contribuer au bon fonctionnement du magasin.

FONCTIONS	ACTIVITES	COMPETENCES
<b>1. ACCUEILLIR, ALLER AU DEVANT DE LA CLIENTELE</b>	<p>1.1. saluer le client, décliner clairement l'identité du magasin (au téléphone), organiser le stand d'accueil là où il existe, proposer ses services</p> <p>1.2. assurer un service rapide au stand d'accueil (cartes de fidélité, retour des marchandises défectueuses, modifications à apporter au fichier « client »)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• adapter sa présentation au style du magasin et à sa clientèle habituelle</li> <li>• connaître et appliquer les formules de politesse et les usages téléphoniques</li> <li>• consulter un fichier informatisé, encoder ou modifier des données</li> <li>• s'exprimer correctement</li> <li>• connaître les procédures</li> </ul>
<b>2. INFORMER LA CLIENTELE</b>	<p>2.1. s'informer des besoins du client, de ses souhaits, de ses desiderata</p> <p>2.2. présenter les produits susceptibles de rencontrer les besoins, les préférences et les exigences du client, et / ou lui fournir une documentation écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poser les questions pertinentes pour préciser éventuellement les besoins et les exigences du client</li> <li>• découvrir les priorités du client (sécurité, économie, facilité d'emploi, prestige, etc.)</li> <li>• évaluer intuitivement les préférences du client pour une gamme de produits et de prix</li> <li>• retenir l'attention du client par une ouverture d'entretien vivante et originale (intérêt porté au problème du client)</li> <li>• connaître l'assortiment de base du magasin ou des rayons</li> <li>• éventuellement, orienter le client vers une personne ressource</li> <li>• connaître de manière précise les produits et services offerts et les produits répertoriés dans les catalogues des fabricants (caractéristiques physiques et techniques, utilité, prix, etc.)</li> <li>• connaître l'assortiment de base des rayons (implantation des familles)</li> <li>• s'adapter au niveau d'information du client : expliquer en termes concrets et accessibles des modes d'emploi et des caractéristiques libellés en termes techniques ; faire une présentation</li> </ul>

	<p>2.3. décrire les produits proposés : caractéristiques, performances, technicité, modalités d'utilisation et d'entretien, rapport qualité/prix</p> <p>2.4. offrir au client l'opportunité de tester les produits : essayage (habillement) démonstration (équipement technique, électroménager), essai (voiture), lecture de plans d'aménagement (mobilier), dégustation, etc.</p> <p>2.5. décrire les accessoires éventuels et les extensions possibles d'un équipement de base (produits connexes)</p> <p>2.6. proposer d'autres réponses aux besoins, préférences et exigences du client de façon à préparer une vente de remplacement</p> <p>2.7. informer le client des produits disponibles en catalogues</p> <p>2.8. porter les offres spéciales à l'attention des clients</p>	<p>technique pointue si le client est un professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• expliquer les différences objectives entre marques différentes d'un même produit et entre produits différents d'une même marque</li> <li>• expliquer la structure du prix et les facteurs qui l'influencent</li> <li>• éventuellement, redéfinir la demande du client par des questions complémentaires</li> <li>• maîtriser les gestes techniques spécifiques aux biens vendus</li> <li>• conseiller le client</li> <li>• cfr compétences énumérées supra</li> <li>• connaître les articles vendus en magasin et leurs caractéristiques techniques</li> <li>• cfr compétences énumérées <i>supra</i></li> <li>• connaître les marges bénéficiaires des produits vendus</li> <li>• s'informer dans les catalogues des différences entre produits similaires de différents fabricants</li> <li>• s'informer des innovations techniques, de l'évolution des tendances (mode, design)</li> <li>• consulter des fichiers informatisés (fournisseurs, stocks)</li> <li>• se tenir au courant des promotions des fournisseurs et du magasin</li> </ul>
<b>3. ARGUMENTER LA VENTE</b>	3.1. construire un argumentaire à partir des qualités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître et appliquer les techniques d'incitation et</li> </ul>

	<p>intrinsèques des produits, de leur capacité à répondre aux besoins du client, du budget dont dispose le client, des services disponibles (écolage, service après vente, garantie), des termes de livraison, du prix, des modalités de paiement, des possibilités de réduction et, le cas échéant, de la valeur symbolique du bien (esthétique, luxe, plaisir, modernité) ET mettre en évidence les services disponibles</p> <p>3.2. faire une remise de prix, un devis ; calculer les réductions éventuelles</p>	<p>d'attraction</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• discerner les idées-forces les plus significatives pour le client</li> <li>• mettre en évidence les avantages des produits vendus dans le magasin par comparaison aux produits similaires de la concurrence</li> <li>• avoir l'esprit de synthèse</li> <li>• structurer son argumentation à partir d'une trame préétablie</li> <li>• anticiper les objections du client et y répondre</li> <li>• distinguer objection et rejet</li> <li>• utiliser éventuellement une objection du client comme point d'appui d'une nouvelle argumentation</li> <li>• avoir beaucoup de facilité d'expression</li> <li>• avoir la capacité de répartie pour répondre aux objections</li> <li>• impliquer le client dans l'argumentation et provoquer des réponses positives de sa part</li> <li>• structurer logiquement son argumentation</li> <li>• adapter son discours au niveau de compétence du client</li> <li>• exploiter les pauses</li> <li>• synchroniser les arguments faisant appel à la raison, aux sentiments, aux sens, aux besoins (conscients et inconscients) du client</li> <li>• connaître la politique commerciale de l'entreprise</li> <li>• connaître les délais et les modes de livraison des fournisseurs</li> <li>• connaître les limites et les conditions de garantie fixées par les fabricants</li> <li>• décrire en termes accessibles la portée d'un certificat de garantie</li> <li>• mettre en œuvre la technique de vente complémentaire</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître les produits les plus rentables</li> <li>• connaître la marge de manoeuvre que permet la politique commerciale de l'entreprise</li> </ul>
--	---	--

	<p>3.3. négocier une éventuelle reprise</p> <p>3.4. proposer diverses modalités de paiement (financement, étalement de la facture, leasing, renting)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utiliser à bon escient les possibilités de réduction</li> <li>• enregistrer clairement la demande et les desiderata du client</li> <li>• connaître les prix ou consulter les références</li> <li>• connaître les taux de TVA</li> <li>• faire rapidement une proposition claire</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fixer rapidement le prix d'une reprise dans l'intérêt de l'entreprise</li> <li>• justifier ce prix en fonction de l'argumentaire</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître la marge de manoeuvre que permet la politique commerciale de l'entreprise</li> <li>• calculer le coût d'un financement, d'un leasing, d'un renting, et le justifier</li> <li>• connaître les taux de TVA</li> <li>• conseiller le client</li> </ul>
<p><b>4. CONCLURE UNE VENTE ET EN ASSURER LE SUIVI<sup>1</sup></b></p>	<p>4.1. signer le contrat de vente, encaisser, faire le décompte du client, établir la facture</p> <p>4.2. assurer le suivi de la vente en cas de livraison à domicile et / ou de commande à un fournisseur d'un article qui n'est pas en stock</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître les conditions générales de vente et, le cas échéant, les rappeler au client</li> <li>• connaître les opérations commerciales : vente au comptant, vente à crédit, vente avec acompte, vente au rabais, solde, vente en gros, etc.</li> <li>• connaître les mentions qui doivent figurer sur une facture</li> <li>• être précis</li> <li>• connaître les documents légaux</li> <li>• connaître les différents modes de paiement</li> <li>• utiliser le logiciel de facturation</li> <li>• calculer la TVA</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gérer le porte - feuille « clients »</li> <li>• établir des bons de commande</li> <li>• demander à différents fournisseurs des remises de</li> </ul>

<sup>1</sup> Selon les magasins, le vendeur peut être ou n'être pas chargé du suivi des ventes. Dès lors, les activités 4.4. (s'occuper des réclamations, rédiger un contrat de prestation de services, envoyer des rappels de paiements) ne valent pas pour tous les vendeurs.

	<p>4.3. emballer la marchandise</p> <p>4.4. s'occuper des marchandises retournées et des réclamations</p> <p>4.5. gérer l'après-vente, rédiger un contrat de prestation de services</p> <p>4.6. envoyer les rappels de paiements, selon les directives du commerçant</p>	<p>prix sous la responsabilité du chef de rayon ou du gérant du magasin</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• utiliser les emballages adéquats</li> <li>• réaliser un emballage cadeau</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vérifier, en cas de panne ou de réclamation, si l'état de la marchandise justifie un remboursement ou un échange dans les limites fixées par l'entreprise</li> <li>• connaître les procédures</li> <li>• prendre les mesures prévues concernant les réclamations (pe. : retour au fournisseur)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• compléter les documents permettant de bénéficier de la garantie du fabricant et du service après vente du distributeur</li> <li>• connaître les contrats et compléter les formulaires ad hoc</li> <li>• connaître et appliquer les termes d'une garantie</li> <li>• connaître la politique de la société dans le traitement des réclamations</li> <li>• connaître l'étendue de la responsabilité du vendeur</li> <li>• connaître les dispositions précises de la couverture d'assurance</li> <li>• décrire l'objet d'un certificat de garantie</li> <li>• indiquer les délais d'intervention du service</li> <li>• indiquer les coûts et les limites du service (notamment en cas de réparation ou d'entretien)</li> <li>• donner des conseils</li> <li>• connaître les conditions de location d'outils, d'équipement ou de moyens de transport</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rédiger une lettre de rappel ou choisir et compléter la lettre-type adéquate</li> </ul>
<b>5. GERER LES COMMANDES; ASSURER LA</b>	5.1. établir les commandes sous la responsabilité du	<ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître les procédures internes de traitement</li> </ul>

<p><b>MANUTENTION DES MARCHANDISES ; ORGANISER LES ZONES DE PRESENTATION (VITRINE, MAGASIN, RAYONS, GONDOLES, ETC.)</b></p>	<p>commerçant</p> <p>5.2. réceptionner les marchandises</p> <p>5.3 utiliser le matériel de manutention</p> <p>5.4. stocker les marchandises selon le plan prévu, entreposer les emballages</p> <p>5.5. établir un rapport de contrôle de la livraison et noter les erreurs éventuelles, les marchandises endommagées ou invendables (défraîchies, périmées)</p> <p>5.6. faire régulièrement un inventaire et avoir en mémoire le niveau des stocks</p> <p>5.7. assurer le prémarquage</p> <p>5.8. entreposer les emballages</p> <p>5.9. rendre compte au commerçant/ chef de service des marchandises qui sont très demandées ou</p>	<p>des commandes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• éventuellement, savoir faire patienter le client</li> <li>• compléter les bons de commande</li> </ul> <p>• vérifier l'adéquation entre le bon de commande, le bordereau de livraison, le nombre de palettes et colis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• se conformer aux instructions d'utilisation du matériel</li> <li>• respecter les normes de sécurité</li> <li>• contrôler les sécurités et signaler les défauts constatés</li> <li>• porter les protections individuelles</li> <li>• connaître et appliquer les principes de base de l'ergonomie</li> </ul> <p>• connaître le plan d'implantation des stocks</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• encoder des données si la gestion des stocks est informatisée</li> <li>• rédiger une lettre de réclamation argumentée</li> <li>• connaître les documents internes de l'entreprise</li> <li>• les compléter correctement</li> <li>• être vigilant</li> </ul> <p>• consulter des données informatisées</p> <p>• connaître l'usage du matériel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître le plan de stockage</li> <li>• être ordonné et méticuleux</li> </ul> <p>• connaître le plan de stockage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• utiliser des données informatisées, les modifier</li> </ul>
---	--	--

	<p>boudées par la clientèle</p> <p>5.10. mettre en place les zones de présentation et construire des présentations attractives</p> <p>5.11. mettre en évidence les articles vedettes ou en promotion en utilisant le matériel adéquat (ou en le créant)</p> <p>5.12. indiquer les prix et, le cas échéant, les modifier</p> <p>5.13. faire régulièrement un inventaire</p> <p>5.14. déterminer les quantités à commander à partir d'une fiche d'inventaire ; identifier les marchandises qui doivent être retirées de la vente (brisées, défraîchies, périmées)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• déceler les habitudes d'achat de la clientèle habituelle et pressentir les évolutions probables</li> <li>• connaître des modèles de disposition et de décoration</li> <li>• vérifier l'adéquation de l'assortiment par rapport à la clientèle ciblée</li> <li>• avoir le sens de la décoration (utilisation de l'espace, harmonie des volumes et des couleurs, exploitation d'un thème)</li> <li>• connaître les goûts du public ciblé</li> <li>• réaliser un lettrage au marqueur</li> <li>• savoir consulter le listing des prix</li> <li>• confectionner les étiquettes</li> <li>• établir un rapport de vérification</li> <li>• compléter les cartes d'un fichier d'inventaire (numéro code, date, prix, identification des marchandises, références, quantités à maintenir en stock)</li> </ul>
<b>6. CONTRIBUER AU BON FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE (MAGASIN) ET AVOIR DE BONNES RELATIONS PROFESSIONNELLES AVEC LES MEMBRES DU PERSONNEL ET AVEC LA CLIENTELE</b>	<p>6.1. veiller à l'image de marque de l'entreprise / magasin</p> <p>6.2. entretenir de bonnes relations avec la direction et les membres du personnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• s'acquitter correctement des activités d'entretien ménager et de propreté</li> <li>• vérifier la présentation du point de vente</li> <li>• proposer des améliorations</li> <li>• assister un collègue en difficulté</li> <li>• organiser le suivi d'une information destinée à un collègue</li> <li>• recevoir et relayer des messages verbaux et écrits</li> <li>• traiter les appels téléphoniques</li> </ul>
<b>7. RESPECTER LES NORMES DE SECURITE ET D'HYGIENE</b>	<p>7.1. suivre les procédures prévues en cas d'urgence</p> <p>7.2. identifier et manipuler correctement les</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître les procédures</li> <li>• les appliquer dans les exercices de simulation</li> <li>• connaître et appliquer les précautions à prendre</li> </ul>

	<p>marchandises et matières dangereuses</p> <p>7.3. signaler au(x) responsable(s) toutes les défauts constatés dans l'équipement</p> <p>7.4. être attentif au comportement de la clientèle</p> <p>7.5. veiller à la stricte application des normes d'hygiène</p>	<p>dans la manipulation de ces marchandises</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• connaître les numéros de téléphone des services d'urgence</li> <li>• connaître le plan d'évacuation d'une grande surface</li> <li>• connaître les logos qui désignent des matières dangereuses</li> </ul> <p>• avoir le souci constant de la sécurité</p> <p>• procéder à des vérifications régulières</p> <p>• détecter les comportements suspects</p> <p>• avoir une hygiène personnelle irréprochable</p> <p>• connaître et appliquer les normes fixées par l'entreprise et les normes légales</p> <p>• identifier les marchandises suspectes</p> <p>• nettoyer réfrigérateurs, congélateurs, vitrines, vitres, etc.</p> <p>• vérifier, avant usage, la propreté des outils de découpe</p>
--	--	--