

## **CCPQ**

Bd Pachéco - 19 - boîte 0  
1010 Bruxelles

Tél. : 02 210 50 65

Fax : 02 210 55 33

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

**7. ECONOMIE**

**COMMERCE**

### **TECHNICIEN COMMERCIAL / TECHNICIENNE COMMERCIALE**

#### **PROFIL DE FORMATION (CQ6 T)**

	Accord du Conseil Général	Le 29 juin 2000
	Confirmation du Parlement	Le 19 juillet 2001

## **LE METIER**

Le technicien commercial/la technicienne commerciale est avant tout un vendeur qualifié/une vendeuse qualifiée. Les fonctions 2 (argumentation d'une vente) et 3 (gestion du processus achat-vente) sont donc centrales dans ce profil de formation, comme elles l'étaient dans les profils de qualification. Ceci postule :

- une identification précise des publics cibles de l'action commerciale et de leurs motivations d'achat,
- une connaissance précise des produits et services, de leurs caractéristiques objectives et subjectives,
- une maîtrise suffisante des techniques courantes de marketing.

La littérature spécialisée et les responsables d'entreprises insistent sur la nécessité d'une solide formation théorique de ce type de personnel, formation ciblée sur des compétences d'analyse des études de marchés, de compréhension du fonctionnement des entreprises de distribution et de l'architecture de leurs systèmes de travail, de gestion des activités administratives, financières et logistiques.

L'utilisation des outils informatiques (traitement de textes, base de données, tableur, logiciel comptable, télécommunication) est indispensable pour s'inscrire dans les mutations actuelles de l'activité commerciale.

Les qualités de présentation, de correction, de discrétion, d'honnêteté doivent être également soulignées. La pratique courante d'une langue étrangère est par ailleurs souvent exigée par les employeurs.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à exprimer notre reconnaissance aux représentants des formateurs, des associations et organismes professionnels, des syndicats, qui, tant dans les groupes de travail qu'au sein de la Commission consultative, nous ont aidés à construire le présent profil de formation correspondant au C.Q.6 de l'enseignement secondaire technique.

G.Wauthier,  
Président de la Commission  
mission Economie

Joëlle Piedboeuf  
Michel Arnold,  
Chargés de

Ont collaboré à l'élaboration de ce profil :

- des représentants
  - de la Fédération belge des Entreprises de distribution (FEDIS),
  - du secteur Emploi-Formation de l'Union wallonne des Entreprises (UWE),
  - des sociétés de distribution,
  - des associations de commerçants,
  - de la Fédération belge des Représentants (FBR),
  - des travailleurs en surfaces de distribution,
  - des commerçants indépendants et gérants.
  
- des représentants
  - des organisations syndicales interprofessionnelles et professionnelle,
  - de l'Inspection de l'Enseignement de la Communauté française,
  - de l'Enseignement secondaire des trois réseaux,
  - de l'Office communautaire et régional de la Formation professionnelle et de l'Emploi (FOREM),
  - de l'Institut Bruxellois Francophone pour la Formation professionnelle (IBFFP),
  - de l'Institut de Formation permanente pour les classes moyennes et les petites et moyennes entreprises (IFPME).

## **TABLE DES MATIERES**

Le métier	Page 2
Remerciements	Page 3
Table des matières	Page 4
Fonction 01.- Appliquer des techniques de marketing	Page 5
Fonction 02.- Argumenter une vente	Page 12
Fonction 03.- Assurer le processus achat-vente	Page 17
Fonction 04.- Communiquer en milieu professionnel	Page 22
Fonction 05.- Utiliser les outils informatiques	Page 25
Fonction 06.- Appliquer les règles de sécurité et d'hygiène	Page 28
Fonction 07.- S'intégrer dans la vie professionnelle	Page 31

Le développement des compétences indiquées dans ce profil de formation implique la maîtrise de notions en économie, en gestion, en droit (droit commercial, droit social). Conformément à la méthodologie de la Commission communautaire des professions et des qualifications, ces notions seront fixées dans leur contenu et leur extension par les concepteurs de programmes.

### Fonction 01.- Appliquer des techniques de marketing

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
1.1 Analyser le marché ; utiliser les données disponibles dans l'entreprise, en chercher d'autres.	1.1.1 Identifier les sources documentaires relatives au marché ; les consulter et les interpréter, quels que soient les supports et la nature des informations (presse spécialisée, annuaires spécialisés, banques de données ; fichiers divers, tableaux, études statistiques, internet, etc.)	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ définit la notion de marché ;</li> <li>▪ identifie, dans des études quantitatives, les différents marchés ;</li> <li>▪ interprète correctement les études qualitatives du marché (tendances profondes, mouvements saisonniers).</li> </ul>
	1.1.2 Exploiter des sources internes d'information à l'aide des outils comptables, statistiques et informatiques.	CM	A partir des données commerciales d'une entreprise de distribution, l'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ analyse l'évolution des ventes (globales, par secteur, par produit ; en volume et en valeur) ;</li> <li>▪ interprète des rapports divers (objectifs d'expansion, historique des ventes, rapports de visites, etc.).</li> </ul>
	1.1.3 Exploiter des sources externes d'information (publiques, privées, nationales, internationales).	CM	L'apprenant(e) interprète correctement des informations textuelles, graphiques, statistiques pour résoudre une situation-problème donnée.

1.1.4	Différencier les principales techniques d'études de marché : panel, sondage, réunion de groupes témoins, études documentaires, expérimentation, segmentation, etc.).	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ caractérise succinctement les différentes techniques ;</li> <li>▪ identifie leur portée et leur limite ;</li> <li>▪ apprécie leur degré de fiabilité.</li> </ul>
1.1.5	Caractériser la position concurrentielle d'une entreprise commerciale : part de marché, évolution des ventes, composantes de l'image et de positionnement, etc.	CM	A partir d'une documentation professionnelle, l'apprenant(e) positionne différentes entreprises commerciales sur un marché à partir de critères donnés.
1.1.6	Caractériser le style d'un magasin : environnement, aire de chalandise, répartition des rayons et des linéaires, signalisation, mobilier et matériel de présentation, promotions, supports publicitaires, notoriété de l'enseigne, éclairage, sonorisation, style (logo, couleurs, etc.).	CM	L'apprenant(e) applique une grille d'analyse à l'observation d'un magasin ; les principales caractéristiques constitutives de son image de marque sont énoncées.
1.1.7	Identifier les caractéristiques constitutives de l'image de marque d'une entreprise de distribution.	CM	
1.1.8	Identifier les différentes formes d'approvisionnement (entrepôts, fournisseurs, transferts entre surfaces de distribution, etc.).	CM	L'apprenant(e) définit les différentes formes d'approvisionnement en mettant en évidence leur spécificité.
1.1.9	Identifier les intermédiaires et leur rôle dans le circuit de la distribution.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ décrit différents circuits de distribution,</li> <li>▪ précise le rôle des intermédiaires (agents, grossistes, détaillants, entreprises d'import-export, etc.).</li> </ul>

1.2 Assurer un service rapide et de qualité au stand d'accueil	1.2.1 Identifier les concepts de service après vente, de retour et d'échange de marchandises, de garantie.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ interprète correctement des documents professionnels relatifs à ces trois notions ;</li> <li>▪ en indique les conditions et la portée ;</li> <li>▪ les illustre d'exemples concrets.</li> </ul>
	1.2.2 Reconnaître les techniques courantes de fidélisation de la clientèle.	CM	L'apprenant(e) énumère les techniques principales et les caractérise de manière succincte en mettant en évidence leurs spécificités.
	1.2.3 Distinguer les avantages et les limites d'une carte de fidélité ou d'une carte de crédit magasin.	CM	Les caractéristiques essentielles sont mises en évidence.
1.3 Orienter le client sur la surface de vente.	1.3.1 Reconnaître l'organigramme d'une surface de distribution.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ observe l'implantation d'une surface de distribution (food et non food) ou l'agencement d'un magasin ;</li> <li>▪ consigne ses observations dans un plan simplifié ;</li> <li>▪ établit un organigramme simple en distinguant les fonctions, les responsabilités, les personnes et les liaisons entre fonctions.</li> </ul>
	1.3.2 Reconnaître le plan d'implantation d'une surface de distribution, l'agencement d'un magasin et du rayonnage (familles de produits) : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ divers départements,</li> <li>▪ géographie des rayons, linéaires, comptoirs, têtes de gondoles, etc.,</li> <li>▪ aires de présentation,</li> <li>▪ promotions,</li> <li>▪ etc.</li> </ul>	CM	
	1.3.3 Reconnaître les principes de la stratégie marketing mise en œuvre dans le plan d'implantation d'une surface de distribution ou dans l'agencement d'un magasin	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ compare différentes implantations,</li> <li>▪ les caractérise succinctement,</li> <li>▪ décèle les priorités commerciales qui les inspirent.</li> </ul>

1.4 Consulter les informations relatives aux produits et aux services.	1.4.1 Situer un produit ou un service à partir des concepts de base de l'action commerciale : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ la classification des produits,</li> <li>▪ le prix,</li> <li>▪ les circuits de distribution,</li> <li>▪ les différents types de ventes et leurs caractéristiques.</li> </ul>	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifie les informations utiles dans l'étude d'un produit ou d'un service (nature, caractéristiques matérielles et commerciales) ;</li> <li>▪ énumère les critères des principales classifications de produits en usage dans la distribution ;</li> <li>▪ caractérise les différents circuits de distribution et les différents types de ventes, y compris les techniques de vente à distance.</li> </ul>
	1.4.2 Situer un produit dans son cycle de vie (lancement, croissance, maturité, déclin).	CM	L'apprenant(e) met en évidence chacune des étapes du cycle de vie d'un produit avec le volume des ventes, les marges bénéficiaires, le rôle de la concurrence, les habitudes d'achat.
	1.4.3 Identifier les points d'appui d'une action marchande par le produit ou le service : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ éléments principaux du concept marketing du produit,</li> <li>▪ qualités « communicantes » du produit,</li> <li>▪ rapport qualité-prix,</li> <li>▪ marque,</li> <li>▪ services annexes.</li> </ul>	CM	A partir de divers produits (produits de consommation finale, produits industriels et d'équipement, services divers), l'apprenant(e) : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ caractérise un assortiment (produits leaders, d'appel, d'avenir, de marque, permanents, saisonniers);</li> <li>▪ définit la notion de gamme ;</li> <li>▪ identifie le rôle d'un produit donné au sein d'une gamme ;</li> <li>▪ caractérise le concept marchand des produits (éléments objectifs et subjectifs) ;</li> <li>▪ identifie les paramètres qui définissent le rapport qualité-prix ;</li> <li>▪ repère les qualités « communicantes » des éléments d'identification (nom, marque, conditionnement, étiquette, stylistique) ;</li> <li>▪ identifie les services annexes (réductions, garanties, services après vente, délais et termes de livraison, etc.).</li> </ul>



1.5 Formuler une offre de prix, calculer des réductions éventuelles, négocier une reprise.	1.5.1 Identifier les éléments négociables dans une vente	CEP	
	1.5.2 Différencier les types de prix et leur impact commercial (prix coûtant, prix de vente, prix promotionnel, prix psychologique, prix moyen du marché, démarque, etc.)	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ définit correctement les différents concepts relatifs au prix ;</li> <li>▪ identifie les éléments pris en compte dans la fixation des prix : éléments internes (coût réel, stratégie marketing, organisation de la distribution), éléments externes (marché et demande, concurrence, etc.).</li> </ul>
	1.5.3 Respecter la marge de manœuvre autorisée par la politique commerciale de l'entreprise.	CEP	
	1.5.4 Calculer : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ un prix de vente, y compris en devises, en tenant compte des taxes, des réductions commerciales, des escomptes, frais de transport, acomptes reçus, consignation d'emballages, reprise éventuelle, etc. ;</li> <li>▪ le pourcentage d'un nombre ;</li> <li>▪ une commission ;</li> <li>▪ une marge bénéficiaire.</li> </ul>	CM	L'apprenant(e) effectue correctement diverses opérations relatives à ces différents objets.
1.6 Promouvoir un produit et un service sur un point de vente.	1.6.1 Appliquer les dispositions légales en matière de pratiques commerciales.	CM	L'apprenant(e) identifie les droits et devoirs du commerçant au regard de la législation sur les pratiques commerciales.
	1.6.2 Déterminer le contenu d'un message publicitaire.	CM	A partir d'un matériel publicitaire donné (pages de magazines, affiches, messages audio-visuels), l'apprenant(e)

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ décèle la structure du message (accroche titre, slogan, idées-forces, argumentaire) ;</li> <li>▪ identifie les besoins pris en compte et les motivations sollicitées;</li> </ul>	
1.6.3	Déceler le style d'un message publicitaire.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifie les éléments narratifs et descriptifs, les éléments objectifs et subjectifs de leur contenu ;</li> <li>▪ fait une analyse stylistique (type de phrases, mots mis en évidence, tournures incitatives, etc.) ;</li> <li>▪ met en évidence les complémentarités entre le texte, l'image, les couleurs, la mise en page ;</li> <li>▪ porte un jugement argumenté (technique, éthique).</li> </ul>
1.6.4	Identifier les principes de conception d'un message publicitaire.	CM	
1.6.5	Repérer les points d'appuis d'une campagne publicitaire, d'un plan promotionnel.	CM	
1.6.6	<p>Evaluer l'impact des principaux médias utilisés dans les stratégies publicitaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rapport coût-bénéfice,</li> <li>▪ rapport entre les médias et les segments de clientèle,</li> <li>▪ notions de publicité générale, ciblée, personnalisée.</li> </ul>	CM	<p>A partir d'une documentation professionnelle, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ apparie différentes stratégies publicitaires à différents médias ;</li> <li>▪ évalue la pertinence de certains médias pour des campagnes spécifiques ;</li> <li>▪ évalue les coûts d'une campagne promotionnelle dont les données lui sont fournies.</li> </ul>
1.6.7	<i>Concevoir un scénario de présentation promotionnelle sur un point de vente et un message publicitaire adapté à la situation.</i>	CEP/ CEF	
1.6.8	<i>Etablir une stratégie de promotion : choix du lieu et du moment, ressources matérielles nécessaires, affichage, media et supports publicitaires, budget, etc.</i>	CEP/ CEF	

1.7 Mettre en place les zones de présentation, mettre en évidence des articles vedettes ou des promotions.	1.7.1 Identifier les différents types d'étalages et leur impact commercial.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ définit les rôles de l'étalage commercial ;</li> <li>▪ compare les avantages et les limites de différents types d'étalages (de plancher, de comptoir, de vitrine, de gondole, de linéaire, etc.).</li> </ul>
	1.7.2 Repérer les techniques de mise en évidence des produits dans une surface de distribution et dans un magasin de détail.	CM	L'apprenant(e) énumère les techniques les plus courantes et les associe au matériel promotionnel existant.
	1.7.3 Evaluer les idées structurant l'organisation d'étalages commerciaux à partir de critères tels que : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ simplicité, sobriété, lisibilité ;</li> <li>▪ représentativité de l'assortiment ;</li> <li>▪ choix des produits associés et complémentaires ;</li> <li>▪ mise en situation ;</li> <li>▪ exploitation d'une thématique ;</li> <li>▪ mise en évidence des symboles ;</li> <li>▪ respect du trajet visuel ;</li> <li>▪ etc.</li> </ul>	CM	A partir d'une observation in situ ou à l'aide de photographies de vitrines, rayons, gondoles, présentoirs, etc., l'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ analyse la manière dont ils concrétisent les principes de composition ;</li> <li>▪ évalue leur impact commercial au regard de critères explicites.</li> </ul>

## Fonction 02.- Argumenter une vente

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
2.1 Définir le public cible.	2.1.1 Etablir un lien entre les caractéristiques (démographiques, socioculturelles, économiques, psychologiques) des différents groupes de clients et leurs comportements en matière d'achat.	CM	A partir d'études de cas, de mises en situation et à l'aide d'une documentation professionnelle, l'apprenant(e) : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ décrit les paramètres généralement pris en compte dans les typologies de clientèles ;</li> <li>▪ distingue des segments de clientèles à partir de ces caractéristiques générales ;</li> <li>▪ établit des corrélations pertinentes entre ces différents groupes et les comportements habituels en matière d'achat (par exemple : petits achats fréquents des personnes âgées, recherche des produits « mode » par les adolescents, etc.).</li> </ul>
2.2 S'informer des besoins du client, de ses souhaits, de ses desiderata.	2.2.1 <i>Choisir une approche de vente adaptée : approche client, approche produit ou service.</i>	CEP/ CEF	
	2.2.2 <i>Déterminer le moment favorable à la prise de contact en fonction de l'attitude du client.</i>	CEP	
	2.2.3 Interpréter une typologie des motivations d'achat.	CM	L'apprenant(e) illustre une typologie de différents exemples concrets.
	2.2.4 Mettre en œuvre des techniques de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses en vue de	CM	Dans des situations de simulation (jeux de rôles par exemple), l'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ crée un climat commercial favorable (empathie,</li> </ul>

	déterminer le(s) besoin(s) d'un client.		<p>écoute active) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ applique différents types de questions commerciales (ouvertes, fermées, orientées, de précision, etc.) ;</li> <li>▪ reformule correctement les réponses ;</li> <li>▪ identifie les facteurs qui influencent la communication, les attitudes (verbales et non verbales) qui la favorisent ;</li> <li>▪ guide le client dans son processus d'achat.</li> </ul> <p>La communication est précise, dynamique et claire.</p>
	2.2.5 Faire une hypothèse quant aux motivations d'achat d'un client, quant à ses priorités et ses exigences, quant à ses préférences pour une gamme de produits et de prix.	CM	<p>A partir d'études de cas et de simulations de situations professionnelles, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ interprète correctement les indices verbaux et non verbaux émis par un client,</li> <li>▪ formule une ou plusieurs hypothèse(s) plausible(s) quant à ses besoins exprimés ou diffus, quant à ses priorités (sécurité, économie, facilité d'usage, prestige, etc.),</li> <li>▪ justifie son(ses) hypothèse(s).</li> </ul>
2.3 Présenter les produits et services susceptibles de rencontrer les besoins, préférences et exigences du client.	2.3.1 <i>Evaluer intuitivement les préférences du client pour une gamme de produits et de prix.</i>	CEP	
	2.3.2 <i>Identifier les produits et services disponibles dans la surface de distribution et dans les catalogues des fournisseurs, ainsi que les produits et les prix de la concurrence.</i>	CEP	
	2.3.3 Etablir un lien entre les principales caractéristiques (démographiques, socioculturelles, économiques, psychologiques) des différents groupes de clients et les produits et services disponibles en magasin.	CM	L'apprenant(e) apparie les motivations, besoins et desiderata présumés d'un client avec différents produits et services dont les caractéristiques lui sont données.

	2.3.4	Utiliser les références commerciales courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs, etc.)	CM	L'apprenant(e) trouve rapidement une information dans une documentation professionnelle.
2.4 Décrire les produits et services proposés : caractéristiques (performances, technicité, modalités d'utilisation, entretien), avantages, rapport qualité-prix.	2.4.1	Présenter un produit ou un service sur la base d'une fiche signalétique.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sélectionne les renseignements adéquats sur les produits ou les services ;</li> <li>▪ réalise une fiche signalétique sur la base des informations recueillies ;</li> <li>▪ choisit des supports de présentation.</li> </ul>
	2.4.2	<i>S'adapter au niveau d'information du client :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ expliquer en termes concrets et accessibles des caractéristiques et modes d'emploi libellés en termes techniques ;</li> <li>▪ faire une présentation technique précise.</li> </ul>	CEP/ CEF	
	2.4.3	<i>Identifier et justifier les différences objectives entre marques d'un même produit et entre produits d'une même marque.</i>	CEP/ CEF	
	2.4.4	<i>Maîtriser les informations techniques et les gestes professionnels spécifiques aux produits vendus (manipulation, conditionnement, découpe, montage, prise de mesures, emballage, etc.).</i>	CEP	
2.5 Construire un argumentaire.	2.5.1	Structurer une argumentation à partir d'une trame préétablie (fiche signalétique, catalogue,...) et y inclure : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les qualités intrinsèques des produits proposés,</li> <li>▪ les besoins du client,</li> <li>▪ les services disponibles (écolage, service</li> </ul>	CM	Les besoins, desiderata et préférences du client sont identifiés. Les arguments sont classés, hiérarchisés et formulés en une ou plusieurs idées-forces. Les caractéristiques spécifiques du produit ou du service sont exploitées dans l'argumentation.  Le plan de l'argumentaire est détaillé et cohérent.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ après-vente, garantie),</li> <li>▪ les termes de livraison,</li> <li>▪ la valeur symbolique du produit (esthétique, luxe, plaisir, modernité, etc.),</li> <li>▪ le prix,</li> <li>▪ les modalités de paiement,</li> </ul>		L'argumentaire met en œuvre des moyens originaux, variés, sollicitant la participation du client et suscitant son intérêt.
2.5.2	Repérer les différents besoins des consommateurs et les hiérarchiser en distinguant : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ besoins conscients et inconscients,</li> <li>▪ mobiles, motifs et motivations d'achat.</li> </ul>	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ décrit, à partir d'une échelle hiérarchique (par exemple Maslow), les besoins de consommateurs présentant des caractéristiques économiques, sociologiques et culturelles différentes ;</li> <li>▪ décèle les besoins pris en compte et les motivations sollicitées par divers types de messages publicitaires;</li> <li>▪ établit des corrélations pertinentes entre différents messages et les publics-cibles.</li> </ul>
2.5.3	Discerner les idées-forces les plus significatives pour différents profils de clientèle.	CM	
2.5.4	<i>Identifier les services offerts par le magasin (portée, limite).</i>	CEP/ CEF	
2.5.5	Identifier les différents stades du processus de décision d'achat.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ décrit le schéma théorique d'un processus d'achat,</li> <li>▪ en distingue les étapes-clés,</li> <li>▪ associe chacune de ces étapes à des indices (attitudes verbales et non verbales, questions, objections, etc.),</li> <li>▪ évalue le degré d'engagement du client,</li> <li>▪ classe les arguments selon une chronologie pertinente.</li> </ul>
2.5.6	Exécuter un scénario de vente.	CM	A travers des exercices de simulation (jeux de rôles par exemple) portant sur des produits de grande consommation et des services divers, l'apprenant(e)

		<p>met en œuvre des techniques d'incitation et d'attraction. Il pratique l'écoute active, reformule correctement les besoins du client, fait acquiescer, pose des questions complémentaires. Il manifeste de l'aisance verbale et un esprit d'à-propos.</p> <p>Il(elle) utilise adéquatement les aides à la vente (échantillons, matériel de démonstration, etc.), implique le client dans le développement de l'argumentation, adapte ses arguments aux réactions du client (signaux verbaux et non verbaux révélant une volonté d'achat). Il anticipe les objections.</p> <p>Il (elle) prépare une vente complémentaire, supplémentaire ou de remplacement.</p> <p>La présentation est claire, dynamique et adaptée au profil du client.</p>
--	--	--



## Fonction 03.- Assurer le processus achat-vente

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
3.1 Etablir les commandes, expédier et réceptionner des marchandises.	3.1.1 Identifier, différencier et compléter les documents liés à <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ l'approvisionnement,</li> <li>▪ l'expédition,</li> <li>▪ le réception de marchandises.</li> </ul>	CM	Dans des situations simulées de commande, d'expédition et de réception de marchandises, à partir de consignes, l'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ trouve les informations utiles dans un catalogue, dans un listing de prix, dans une fiche d'inventaire ;</li> <li>▪ reconnaît un bon de commande, un document de transfert, un avis de réception, un avis d'expédition, une feuille de route, un avis d'arrivée, un bon de livraison, une facture ;</li> <li>▪ indique leur fonction spécifique ;</li> <li>▪ complète les mentions indispensables qui les valident ;</li> <li>▪ identifie leurs destinataires (services).</li> </ul> Les données inscrites sur les documents sont exactes et complètes.
	3.1.2 <i>Appliquer les procédures de commande par téléphone, fax ou E Mail, etc.</i>	CEF	Cfr supra
	3.1.3 Identifier les raisons justifiant le retour de marchandises aux fournisseurs et en repérer les conditions.	CM	L'apprenant(e) énumère les raisons courantes d'un retour de marchandises.
	3.1.4 <i>Appliquer une procédure de vérification des</i>	CEP	

	<i>marchandises reçues.</i>		
	3.1.5 Appliquer une procédure de stockage (plan d'implantation, codes, produits périssables et de longue durée, emballages, méthode de rotation).	CM	L'apprenant(e) identifie <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les différentes aires de stockage sur un plan d'implantation ;</li> <li>▪ les modes de classement des marchandises ;</li> <li>▪ les techniques d'entreposage et de réassortiment (Lifo, Fifo,...).</li> </ul>
	3.1.6 Appliquer la réglementation en matière d'affichage, de codification et d'étiquetage.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifie des affichages conformes ou non conformes à la réglementation ;</li> <li>▪ décode l'information d'une étiquette ;</li> <li>▪ explique la structure d'un code à barres ;</li> <li>▪ reconnaît les principaux modes de codification des produits (code universel, code couleurs, code du fabricant, etc.).</li> </ul>
3.2 Etablir une facture, effectuer des opérations de caisses.	3.2.1 Distinguer les formes courantes de vente : au comptant, à crédit, avec escompte, au rabais, en gros, etc.	CM	L'apprenant(e) définit correctement ces différentes notions.
	3.2.2 Vérifier les calculs, y compris en devises.	CM	Cfr supra
	3.2.3 Distinguer les transactions liées aux opérations de caisse : formes de paiements, échanges, remboursements, mises de côté, rapports de caisse, bordereaux de dépôts, etc.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ différencie les paiements au comptant, par cartes, par chèques, en devises, etc.</li> <li>▪ indique les vérifications spécifiques à chaque mode de paiement.</li> </ul>
	3.2.4 <i>Appliquer et respecter les règles de l'entreprise en matière de sécurité et de manipulation de fonds.</i>	CEP	

3.3 Proposer différentes modalités de paiement.	3.3.1 Identifier le cadre juridique d'une vente.	CM	L'apprenant(e) explique en termes courants les principales conditions générales de vente.
	3.3.2 <i>Présenter les modalités d'un financement, d'un leasing, d'un renting, d'un T.A.E.G, etc.</i>	CEF	
	3.3.3 <i>Utiliser des tableaux de financement.</i>	CEF	
3.4 Tenir à jour des inventaires.	3.4.1 Appliquer les techniques de valorisation des stocks (Lifo, Fifo, prix moyen,...)	CM	L'apprenant discrimine et caractérise les principales techniques.
	3.4.2 Identifier les différentes formes d'inventaires et leur utilité.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ définit différentes formes d'inventaires (permanent, périodique, physique, de fin d'année comptable, par dénombrement sporadique, etc.) ;</li> <li>▪ indique les avantages et les limites de chacun.</li> </ul>
	3.4.3 Compléter des fiches d'inventaire.	CM	A partir de situations simulées portant sur un nombre restreint de marchandises, l'apprenant(e) complète des fiches d'inventaire précisant : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ le contenu de l'étiquette,</li> <li>▪ le prix unitaire,</li> <li>▪ la date de réception (numéro de commande),</li> <li>▪ la date de sortie (numéro de facture),</li> <li>▪ les quantités en solde,</li> <li>▪ le numéro d'étagère ou de casier.</li> </ul> <p>A partir de ces informations, il fait une estimation crédible des quantités minimales et maximales à maintenir en stock.</p>
3.5 Gérer l'après-vente.	3.5.1 Identifier, différencier et compléter les documents administratifs : fiche de crédit,	CM	L'apprenant(e) identifie les données indispensables et les saisit correctement.

	contrat de service après-vente, garantie, contrat de location, etc.		
3.6 Traiter les plaintes.	3.6.1 Reformuler les plaintes.	CEP/ CEF	
	3.6.2 Choisir un règlement approprié.	CEP	
	3.6.3 Evaluer la satisfaction du client.	CEP	
3.7 Assurer la rétroaction à l'entreprise.	3.7.1 Analyser l'évolution de son propre chiffre d'affaires pour en tirer des conclusions et se fixer de nouveaux objectifs.	CEP/ CEF	
	3.7.2 Appliquer les différentes méthodes de compilation des résultats : évaluation chiffrée en pourcentages, évaluation par graphiques, évaluation comparative, etc.	CM	L'apprenant(e) interprète correctement des données commerciales.
3.8 Participer aux décisions relatives aux choix commerciaux.	3.8.1 Tenir à jour une documentation commerciale : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sélectionner l'information utile dans les principales sources documentaires (fournisseurs, articles nouveaux, promotions, etc.) ;</li> <li>▪ actualiser des listes d'articles, des listings de prix à partir de consignes ;</li> <li>▪ élaborer, visualiser des statistiques de vente ;</li> <li>▪ en tirer des conclusions quant à la politique commerciale à mettre en œuvre.</li> </ul>	CM	A partir de situations-problèmes simples et de consignes, l'apprenant(e) réalise un dossier portant sur une gamme de produits de consommation courante.

	<p>3.8.2 <i>Participer aux actions commerciales de l'entreprise :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>établir un rapport d'activité,</i></li> <li>▪ <i>repérer des articles vedettes,</i></li> <li>▪ <i>formuler une hypothèse sur les raisons d'une mévente,</i></li> <li>▪ <i>suggérer des actions concrètes à l'intérieur du magasin.</i></li> </ul>	<p>CEP/ CEF</p>	
--	---	---------------------	--

**Fonction 04.- Communiquer en milieu professionnel**

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
4.1 Utiliser les outils bureautiques courants.	<p>4.1.1 Utiliser des références courantes (fichiers, catalogues, répertoires, tarifs, annuaires, etc.) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifier l'ordre et le mode de classement,</li> <li>▪ interpréter les abréviations, pictogrammes et autres procédés infographiques,</li> </ul>	CM	A partir de situations simulées et de consignes, l'apprenant(e) trouve rapidement des informations demandées.
	<p>4.1.2 <i>Utiliser les appareils de téléphonie, le fax, le photocopieur, le dictaphone, l'agenda électronique et autres outils bureautiques.</i></p>	CEP	
	<p>4.1.3 <i>Tenir à jour des utilitaires personnels : agendas, mémos, tarifs, répertoires (téléphone, fax, E-Mail, etc).</i></p>	CEP	
4.2 Accueillir la clientèle ; communiquer avec la clientèle, les fournisseurs, le personnel (communications	<p>4.2.1 Etablir une relation de communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ se présenter, présenter l'entreprise (le magasin),</li> </ul>	CM	

<p>téléphoniques et en face à face).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ utiliser les formules de politesse courantes,</li> <li>▪ adapter son niveau de langage à la situation,</li> <li>▪ reformuler un message, formuler une demande succincte,</li> <li>▪ réunir les informations nécessaires pour traiter un problème,</li> <li>▪ filtrer les appels, orienter les correspondants, mettre en attente, inviter à prendre rendez-vous, prendre congé, etc.</li> <li>▪ faire face à des situations de communication délicates,</li> <li>▪ etc.</li> </ul>		<p>A partir de jeux de rôles et/ou de messages enregistrés, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ applique correctement un protocole d'accueil (téléphonique, en face à face) ;</li> <li>▪ fait oralement un rapport de l'entretien ;</li> <li>▪ réagit adéquatement à diverses situations (demande de renseignements, réservation, commande, etc.).</li> </ul>
	<p>4.2.2 Mener un entretien:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ s'enquérir de l'objet d'un contact, poser des questions, reformuler les réponses ;</li> <li>▪ noter les renseignements nécessaires pour donner suite à un contact ;</li> <li>▪ informer, conseiller l'interlocuteur ou transmettre le message à une personne ressource,</li> <li>▪ détecter les urgences, les priorités,</li> <li>▪ préserver la confidentialité de l'entretien.</li> </ul>	<p>CM</p>	<p>Les exercices de simulation mettront l'accent sur l'expression orale (intonation, articulation) et sur les attitudes non verbales.</p>
	<p>4.2.3 Repérer les comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation, etc.</p>	<p>CM</p>	<p>Dans des situations professionnelles réelles ou simulées et à l'aide d'une grille d'observation, l'apprenant(e) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ adopte une tenue et une attitude correctes,</li> <li>▪ choisit les formules de salutation appropriées,</li> <li>▪ applique les règles de courtoisie,</li> <li>▪ porte un jugement critique sur ses observations.</li> </ul>
	<p>4.2.4 Adapter sa présentation au style du magasin et à sa clientèle.</p>	<p>CEP</p>	

	4.2.5 <i>Adopter les attitudes, les comportements et les niveaux de langage adéquats pour répondre à des demandes de renseignements, traiter des réclamations et composer avec des situations particulières.</i>	CEP	
4.3 Prendre des notes, rédiger des documents professionnels.	4.3.1 Synthétiser une communication orale (conversation téléphonique, entretien, relevé de conclusions, etc.) sous forme de mémo ou d'un bref rapport ; rendre compte de l'information en un message succinct,	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifie l'(les) idée(s) essentielle(s) d'un entretien,</li> <li>▪ en rédige un rapport succinct,</li> <li>▪ contrôle la justesse de son message par rapport à l'entretien.</li> </ul>
4.4 Communiquer en langues étrangères.	4.4.1 Lire et interpréter des documents commerciaux courants rédigés en langues étrangères usuelles (par exemple : demande de renseignements et de documentation, commandes, factures, formulaires administratifs, catalogues, etc.).	CM	L'apprenant(e) identifie les documents commerciaux courants.
	4.4.2 Compléter un document commercial courant en langues étrangères.	CM	L'apprenant(e) présente des documents commerciaux correctement rédigés selon les consignes.
	4.4.3 Tenir une conversation professionnelle en langues étrangères dans des situations de communication courantes.	CM	L'apprenant(e) s'exprime de manière intelligible dans des situations telles que : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ se présenter, présenter l'entreprise (le magasin),</li> <li>▪ utiliser les formules d'accueil,</li> <li>▪ demander à un interlocuteur de se présenter,</li> <li>▪ présenter une tierce personne (nom, fonction),</li> <li>▪ donner un renseignement simple concernant un produit ou un service, un prix, une procédure de commande, etc.,</li> <li>▪ rendre compte d'un contact avec référence éventuelle à un support écrit (catalogue, listing, promotion en cours, etc.),</li> <li>▪ fixer, demander, postposer, annuler, modifier une commande.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ demander les renseignements nécessaires à l'envoi d'un document,</li> <li>▪ demander des renseignements complémentaires (offre de prix, commande, promotion, etc.),</li> <li>▪ etc.</li> </ul>
	4.4.4 Prendre note de messages brefs (en langues étrangères) destinés à un tiers.	CEF	
	4.4.5 Tenir une conversation courante en langues étrangères.	CEF	

### **Fonction 05.- Utiliser les outils informatiques**

<b>ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.</b>	<b>COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES</b>	<b>CLAS. COMP.</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
5.1 Exploiter les fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte.	5.1.1 Adapter les fonctions du logiciel à la situation de travail.	CM	<p>L'apprenant(e) paramètre son environnement de travail et utilise les fonctions de base du logiciel dans le respect du temps alloué, des normes d'utilisation de l'équipement et du matériel et en utilisant les commandes appropriées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ à partir de consignes relatives à l'écriture, à la disposition, à la présentation graphique ;</li> <li>▪ de manière autonome en fonction des contraintes spécifiques aux documents à produire.</li> </ul>
	5.1.2 Compléter des lettres-types adaptées à des situations commerciales courantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sélectionner les lettres-types (ou</li> </ul>	CM	<p>L'apprenant(e) produit divers types de documents commerciaux mobilisant des fonctions spéciales, dans le respect</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ de la pertinence du contenu,</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ paragraphes-types) adaptées à la situation, les modifier en fonction des directives reçues ou de la situation à traiter,</li> <li>▪ compléter les rubriques (références, etc.),</li> <li>▪ mentionner les annexes éventuelles,</li> <li>▪ composer l'objet,</li> <li>▪ appliquer les normes de disposition.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ des règles syntaxiques et orthographiques,</li> <li>▪ de la ponctuation,</li> <li>▪ des conventions relatives aux coupures des mots, à l'emploi des majuscules, des chiffres, des symboles, etc.</li> <li>▪ des normes d'édition.</li> </ul>
5.2 Utiliser une base de données.	5.2.1 Utiliser les fonctions courantes d'un logiciel de base de données :consultation, ajout, modification, suppression de données ; création de fichiers (clients, marchandises et fournisseurs).	CM	Les fichiers sont correctement mis à jour, les données sont saisies ou modifiées conformément aux instructions, les extraits de données sont conformes aux critères de sélection.
5.3 Exploiter les fonctions de base d'un tableur.	5.3.1 Adapter les fonctions du logiciel à la situation de travail.	CM	Une situation-problème étant donnée, l'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ paramètre l'affichage,</li> <li>▪ identifie les documents à produire,</li> <li>▪ définit le tableau : cellules, données.</li> </ul>
	5.3.2 Créer et modifier des feuilles de calcul.	CM	L'apprenant(e) crée et modifie des feuilles de calcul <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ conformément à des consignes liées à des situations professionnelles données,</li> <li>▪ dans un temps alloué.</li> </ul>
5.4 Utiliser un logiciel comptable incluant la facturation et la gestion des stocks.	5.4.1 Utiliser les principales fonctions du logiciel, notamment : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gérer des fichiers de base (signalétiques clients, fournisseurs, plan comptable, stocks) ;</li> <li>▪ saisir les écritures journalières dans les différents journaux (de vente, d'achat, journaux financiers, opérations diverses).</li> </ul>	CM	L'apprenant(e) saisit correctement des écritures comptables simples et courantes. La réalisation d'une petite monographie permettra de donner une vue d'ensemble des travaux comptables.

	<p>5.4.2 Effectuer des tâches comptables courantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ préparer des dépôts,</li> <li>▪ traiter les pièces justificatives relatives aux commandes,</li> <li>▪ traiter des factures d'achat,</li> <li>▪ produire des factures,</li> <li>▪ gérer la(les) caisse(s).</li> </ul>	CM	Les différentes opérations ci-contre sont correctement effectuées.
	<p>5.4.3 Tenir à jour des inventaires à partir d'un logiciel.</p>	CM	L'apprenant(e) met à jour les données conformément aux consignes (modifications des prix, des quantités, des escomptes, etc.).
5.5 Utiliser des outils de télécommunication.	<p>5.5.1 Transmettre et recevoir de l'information par messagerie, par courrier électronique, par fax-modem.</p>	CM	L'apprenant(e) applique correctement les procédures d'émission et de réception de l'information.
	<p>5.5.2 Chercher de l'information dans un réseau interne et externe.</p>	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ utilise un moteur de recherche approprié,</li> <li>▪ fixe des critères de recherche précis,</li> <li>▪ sélectionne les informations appropriées aux consignes reçues.</li> </ul>

## Fonction 06.- Appliquer les règles de sécurité et d'hygiène

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
6.1 Appliquer les procédures prévues en cas d'urgence.	6.1.1 Repérer les situations potentiellement urgentes sur un point de vente.	CM	L'apprenant(e) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ indique le traitement prévu des situations d'urgence,</li> <li>▪ identifie les préventions mises en place,</li> <li>▪ explique, par des exemples, les incidences des mesures de prévention sur la discipline personnelle.</li> </ul>
	6.1.2 <i>Appliquer les procédures prévues en cas d'urgence.</i>	CEP	
	6.1.3 Identifier les logos qui désignent des matières dangereuses.	CM	
	6.1.4 <i>Faire appliquer les précautions prescrites</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>dans la manipulation des marchandises dangereuses ou délicates,</i></li> <li>▪ <i>dans les cas d'accident et de risque de contamination.</i></li> </ul>	CEP/ CEF	
	6.1.5 <i>Interpréter les réglementations relatives aux matières dangereuses et établir la responsabilité des personnes dans leur fonction.</i>	CEP/ CEF	

6.2 Contribuer aux mesures de prévention contre le vol.	6.2.1 Identifier les principaux moyens antivols liés à l'étiquetage.	CM	L'apprenant(e) a une connaissance théorique des traitements spécifiques que requièrent les étiquetages sécuritaires.
	6.2.2 <i>Détecter les comportements suspects des clients, les zones et les articles à risque.</i>	CEP	
	6.2.3 <i>Appliquer les procédures définies par l'entreprise en cas de vol (à l'étalage, dans les stocks, à l'occasion de manipulations ou de réapprovisionnement) par les clients ou par le personnel.</i>	CEP	
	6.2.4 <i>Appliquer les mesures de sécurité prescrites au cours des opérations de caisse.</i>	CEP	
	6.2.5 <i>Appliquer la politique de l'entreprise en matière de manipulation de fonds.</i>	CEP	
	6.2.6 <i>Mettre en œuvre les préventions contre les vols.</i>	CEP	
6.3 Appliquer les normes d'hygiène.	6.3.1 Avoir une hygiène personnelle irréprochable.	CM	
	6.3.2 <i>Identifier les éléments qui doivent être contrôlés lors de la manipulation de produits alimentaires.</i>	CEP/ CEF	

	6.3.3	<i>Faire respecter les obligations légales et réglementaires qui s'imposent aux personnes qui manipulent des produits alimentaires.</i>	CEP/ CEF	
	6.3.4	<i>Identifier les contrôles et les procédures utilisés dans l'entreposage, le conditionnement et la commercialisation des différents produits alimentaires (chaîne du froid, comptoirs, instruments et outils).</i>	CEP/ CEF	
	6.3.5	<i>Faire appliquer les normes (légales, spécifiques à l'entreprise) de propreté des ustensiles, de l'équipement, des zones de préparation et de présentation des marchandises.</i>	CEP	
6.4 Utiliser le matériel et l'équipement selon les principes de sécurité et d'hygiène.	6.4.1	<i>Déceler les éventuels dysfonctionnements du matériel de manutention.</i>	CEP/ CEF	
	6.4.2	<i>Utiliser les moyens de protection, individuels et collectifs, spécifiques aux travaux à réaliser.</i>	CEP/ CEF	
	6.4.3	<i>Situer sa responsabilité dans la gestion collective de l'hygiène et de la sécurité d'une surface de vente (propreté des outils et du matériel, de l'équipement, des surfaces ; protection des sources d'énergie, stabilité des stockages, etc.).</i>	CEP/ CEF	

## Fonction 07.- S'intégrer dans la vie professionnelle

ACTIVITES DECRITES DANS LE(S) P.Q.	COMPETENCES DU (DES) PQ COMPLETEES ET PRECISEES	CLAS. COMP.	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
7.1 Cadrer l'emploi de vendeur sur le marché du travail.	7.1.1 <i>S'informer des caractéristiques du marché du travail dans le domaine de la vente : types d'entreprises, perspectives d'emploi, rémunérations, possibilités d'avancement</i>	CEP/ CEF	
	7.1.2 <i>S'informer sur la nature et les exigences de l'emploi.</i>	CEP/ CEF	
	7.1.3 <i>Situer son travail dans l'ensemble de l'activité économique.</i>	CEP/ CEF	
7.2 Développer des attitudes professionnelles.	7.2.1 <i>S'affirmer avec courtoisie:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>faire répéter,</i></li> <li>▪ <i>prendre la parole en public,</i></li> <li>▪ <i>exprimer son avis.</i></li> </ul>	CEP	
	7.2.2 <i>S'imposer de la rigueur dans le travail :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>planifier ses activités,</i></li> <li>▪ <i>accroître sa capacité d'apprendre,</i></li> <li>▪ <i>auto-évaluer son travail,</i></li> <li>▪ <i>être vigilant, ponctuel,</i></li> <li>▪ <i>être réceptif aux évolutions du métier,</i></li> <li>▪ <i>développer son autonomie, son sens des responsabilités, sa motivation.</i></li> </ul>	CEP	

	<p>7.2.3 <i>Faire preuve de diplomatie, d'empathie :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>garder son calme,</i></li> <li>▪ <i>saisir la logique et les émotions d'un interlocuteur,</i></li> <li>▪ <i>faire preuve de courtoisie.</i></li> </ul>	CEP	
	<p>7.2.4 <i>Identifier ses droits, ses devoirs et ses responsabilités comme travailleur.</i></p>	CEP	
7.3 Développer des attitudes déontologiques.	<p>7.3.1 <i>Respecter les normes déontologiques courantes :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>confidentialité des données,</i></li> <li>▪ <i>conventions de politesse dans les relations interpersonnelles,</i></li> <li>▪ <i>recherche constante de la satisfaction du client,</i></li> <li>▪ <i>loyauté (accord avec les objectifs de l'entreprise),</i></li> <li>▪ <i>honnêteté.</i></li> </ul>	CEP	
	<p>7.3.2 <i>Participer à la valorisation de l'entreprise :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>percevoir l'esprit et la culture d'entreprise,</i></li> <li>▪ <i>s'impliquer dans les plans d'action en vue d'une gestion de la qualité totale.</i></li> </ul>	CEP/ CEF	
7.4 Développer des attitudes relationnelles.	<p>7.4.1 <i>Délimiter son travail au sein d'une équipe.</i></p>	CEP	
	<p>7.4.2 <i>S'insérer dans un travail d'équipe.</i></p>	CEP	
	<p>7.4.3 <i>Reconnaître les limites de sa compétence, de ses droits, de ses responsabilités.</i></p>	CEP/ CEF	

	<i>7.4.4 Reconnaître les modes habituels de régulation des conflits dans l'organisation du travail.</i>	<i>CEP/ CEF</i>	
--	---	---------------------	--