

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

C1 Conseiller-vendre

C11 Préparer la vente

C12 Vendre

C2 Gérer

C21 Préparer et implanter le rayon

C22 Participer à l'animation commerciale du rayon

C23 Participer à la gestion commerciale du rayon et/ou du point de vente

C24 Participer à la prévention des risques

C 1 Conseiller-vendre

C 11 Préparer la vente		
Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
	<p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un point de vente (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) - d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée - d'un environnement juridique et réglementaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Respect de la réglementation en vigueur - Respect des règles d'hygiène, de sécurité - Respect des règles de protection de la santé et de l'environnement - Respect des consignes de travail données
<p>11.1 S'informer sur le secteur, le marché et la clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre le marché de l'amélioration de l'habitat dans sa vision complète • Analyser les caractéristiques du secteur, du marché, et la place de l'entreprise • Comparer les politiques commerciales • Déterminer les spécificités de la clientèle • Analyser le processus d'achat omnicanal des clients : de l'intention d'achat à la mise à disposition du produit 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'information et de communication - les sites internet des différents acteurs du marché (avant-vente, vente, après-vente, informations) - les formations mises à disposition par l'enseigne <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de documentation (études de marché, articles de la presse spécialisée, statistiques, publicités) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendances du marché relevées ➤ Parts de marché globales par secteurs, par enseigne, par canal de vente connues ➤ Positionnement correct de l'enseigne grâce à la comparaison ➤ Identification de la typologie de la clientèle ➤ Vocabulaire professionnel connu et maîtrisé ➤ Connaissance et maîtrise des canaux de communication et de vente à disposition du client
<p>11.2 Exploiter les informations techniques relatives aux produits et à leur mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'assortiment proposé et ses caractéristiques • Expliquer les conditions d'installation et/ou d'utilisation d'un produit donné • Comparer les caractéristiques techniques, commerciales et d'utilisation des produits 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'information et de communication (vidéos produits) - les produits - les formations mises à disposition par l'enseigne - les documentations fournisseurs - les tarifs - les fiches techniques - les fiches de montage - les notices d'utilisation - les fiches conseil 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Qualification de l'assortiment en largeur et profondeur ➤ Conditions d'installation et/ou d'utilisation essentielles connues, commentées et argumentées ➤ Sélection pertinente des caractéristiques essentielles et utiles pour la vente et la mise en œuvre des produits ➤ Proposition de services associés à la vente des produits (pose,

<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les services proposés par l'enseigne aux clients liés à la vente des produits (pose, livraison, financement, etc,...) • Expliquer les conséquences de l'utilisation du produit et de sa conservation sur la qualité de vie dans l'habitat et l'environnement • Présenter les règles de sécurité relatives à un produit et à leur mise en œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> - les sites internet : des fournisseurs, d'acteurs institutionnels (ADEME, ANAH, etc.), de blogs spécialisés 	<p>livraison, financement, etc.) au client au moment adéquat dans le processus d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte des risques ou dangers encourus et des règles de sécurité relatives au produit dans l'argumentation ➤ Communication adaptée au client des réglementations diverses liées à la vente des produits (facilitation à la vente, sécurité des biens, de l'habitat et des personnes)
<p>11.3 Pratiquer une veille technologique</p> <ul style="list-style-type: none"> • S'informer sur l'évolution des produits, l'apparition de nouveaux produits, la concurrence, les attentes de la clientèle • Comparer les informations recueillies avec la pratique du magasin (prix, gammes présentes en magasin, services proposés) • Informer la hiérarchie et/ou les personnes concernées dans l'entreprise. 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'information et de communication - les produits (échantillons, produits de la concurrence...) <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de documentation interne ou externe (études de marché, articles de la presse spécialisée, statistiques, publicités, prospectus promotionnels) - de réflexions ou vécu personnel - de réactions des clients (satisfactions, problèmes, attentes...) - des résultats des tests produits, - des relevés de visite en magasin ou en salons professionnels - des entretiens avec d'autres vendeurs... - des données internes et externes relatives à la concurrence et/ou à la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identification pertinente des écarts avec les produits et les pratiques de la concurrence (prix, gamme, service), et les attentes de la clientèle ➤ Mise en évidence des points positifs et négatifs des pratiques de l'unité commerciale, de sa force de vente, de ses produits, des services fournis...) ➤ Connaissance des niveaux de prix pratiqués par l'enseigne et la concurrence ➤ Fiabilité des informations transmises oralement ou par écrit

C 12 Vendre

Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
<p>12.1 Accueillir positivement le client d'une manière personnalisée</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechercher le contact avec son client • Saluer et formuler une phrase d'accueil • Communiquer avec aisance et empathie • Ecouter activement le client • Enclencher un climat de confiance • Développer la satisfaction client 	<p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'un point de vente (espace d'accueil dans et hors zone de responsabilité) - D'un environnement propice à l'accueil des clients - D'un environnement téléphonique ou informatique <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'information et de communication - les bases de connaissances - le port d'un badge avec son nom, sa fonction <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de consignes et procédures - de guides internes - d'objectifs qualitatifs - de contrainte de temps 	<p>Langage verbal soutenu et audible, langage corporel actif et vif, expression orale correcte au service d'une image d'entreprise positive</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans le respect strict: <ul style="list-style-type: none"> - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des règles de protection de la santé et de l'environnement - des consignes de travail données ➤ Présentation, salutation et accueil conformes aux règles de l'entreprise ➤ Installation d'un climat de confiance ➤ Attitude adaptée, positive tout au long de l'accueil et favorisant la communication ➤ Écoute est active ➤ Communication agréable, affable et engageante. ➤ Accueil individualisé pour chaque client
<p>12.2 Effectuer la découverte des besoins du client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechercher les motivations • Maitriser les techniques de questionnement • Comprendre et analyser les besoins et le projet du client • Estimer les limites et les freins objectifs et subjectifs liés au projet client • Détecter les opportunités de ventes complémentaires 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'aide à la réalisation du projet : informatiques, vidéos, papier, multicanal <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de projets clients - de documents internes à l'entreprise (fiches techniques, tarifs...) - de documents clients (schémas, tracés, plans, mesures, photos...) - de consignes ou directives de l'enseigne, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte du projet client (lieu d'installation, environnement...), de ses motivations ➤ Identification des données à prendre en compte dans le cadre des besoins du client ➤ Justesse et pertinence du questionnement ➤ Outils d'aide à la vente fonctionnels et en état de marche. ➤ Posture adaptée et positive ➤ Analyse du projet et reformulation en termes simples et clairs ➤ Le degré de faisabilité du projet est mesuré et énoncé ; les cotes et mesures sont prises en compte ; les limites sont envisagées

<p>12.3 Présenter la solution projet/produit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la faisabilité du projet Identifier la gamme de produits adaptés • Sélectionner le ou les produits correspondant au projet du client • Formuler des propositions • Préconiser la solution adaptée au projet et la chiffrer • Rassurer le client par l'apport de conseils spécifiques : conseil d'utilisation, technique de pose, normes, règles de sécurité à respecter... • Réaliser, le cas échéant, des démonstrations ou utiliser les outils multicanaux à disposition • Faire part de ses expériences • Traiter les objections 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'aide à la réalisation du projet : informatiques, vidéos, papier, multicanal - les matériels ou outils, vidéo ou informatique, de démonstration - les outils d'information et de communication <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de projets clients - de documents internes à l'entreprise (fiches techniques, tarifs, - de documents clients (schémas, tracés, plans, mesures, photos...) - de consignes ou directives de l'enseigne, - des contraintes liées à la sécurité et au respect de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Des propositions réalistes et adaptées au projet et au budget du client sont émises ➤ Les calculs sont exacts ➤ La solution est présentée de manière attractive, informative et implique le client ; le coût est annoncé ➤ L'expertise produit et les conseils formulés sont adaptés au projet ➤ Le niveau de compétence du client à savoir faire ou à faire faire est convenablement déterminé. ➤ Les outils de démonstration et/ou de visualisation mis en œuvre permettent d'illustrer l'argumentation et de la renforcer ➤ Les démonstrations ou manipulations sont décrites, de façon compréhensible et ordonnée ➤ Le client est sollicité pour confirmer sa bonne compréhension des informations <p>Le projet présenté participe à l'amélioration de l'habitat du client</p>
--	---	---

<p>12.4 Argumenter et conseiller en favorisant les solutions « habitat durable »*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construire des argumentations convaincantes, efficaces et cohérentes • Savoir justifier un prix • Conseiller des solutions contribuant à la rénovation énergétique • Conseiller des solutions développant un habitat durable 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'aide à la réalisation du projet : informatique, vidéos, papier, multicanal - les matériels ou outils, vidéo ou informatique, de démonstration - les outils d'information et de communication, (en particulier les dispositifs incitatifs) <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de projets clients - de documents internes à l'entreprise (fiches techniques, tarifs, - de documents clients (schémas, tracés, plans, mesures, photos...) - de consignes ou directives de l'enseigne, - des contraintes liées à la sécurité et au respect de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conversation avenante, engageante et précise ➤ Écoute active et l'empathie réelle ➤ Choix pertinent des informations ➤ Conseil donné complet, pertinent et adapté au niveau de connaissance du client ➤ Adéquation de l'argumentation avec le projet client ➤ Mise en cohérence de l'argumentation avec l'offre de l'enseigne (multicanal) et sa stratégie ➤ Conseils devant favoriser une solution développant un habitat durable source de bien être ➤ Conseils de rénovation de l'habitat devant contribuer à l'amélioration énergétique ➤ Posture facilitant le déroulement de la vente
--	---	---

<p>12.5 Réaliser des ventes combinant l'ensemble des canaux de vente</p> <p>Adapter sa posture de vente (face à face ou en cote à cote) selon les outils de communication utilisé</p> <p>Vendre, tout en construisant une relation client de qualité</p> <p>Utiliser et proposer au client l'ensemble des canaux de vente à sa disposition</p> <p>Appliquer les techniques de conclusion</p> <p>Convaincre avec confiance, assurance et enthousiasme</p> <p>Pratiquer la vente complémentaire et additionnelle</p> <p>Obtenir l'accord du client</p> <p>Etablir des documents commerciaux</p> <p>S'assurer de la satisfaction du client</p> <p>Soigner la prise de congé pour fidéliser</p>	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> les outils d'aide à la réalisation du projet : informatique, vidéos, papier, multicanal les matériels ou outils, vidéo ou informatique, de démonstration les outils d'information et de communication les outils de commande, livraison ou de mise à disposition <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> de projets clients de documents internes à l'entreprise (fiches techniques, tarifs, de documents clients (schémas, tracés, plans, mesures, photos...) de consignes ou directives de l'enseigne, des contraintes liées à la sécurité et au respect de l'environnement 	<p>Conversation avenante, engageante et précise</p> <ul style="list-style-type: none"> Écoute active, empathie réelle Adéquation de la décision prise au projet du client Repérage et traitement des objections Repérage et exploitation des signaux de décision d'achat Renseignement exact des documents commerciaux Posture facilitant le déroulement de la vente Validation du niveau de compétence du client à savoir faire Solution au projet du client conçue comme une source de bien être
<p>12.6 Proposer des services associés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer la combinaison de services la plus adaptée au projet du client : stage de formation, prêt de matériel, modalités de financement, conseil téléphonique, livraison, installation... • Proposer et chiffrer le service 	<p>Face au client</p> <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les outils d'information et de communication <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de documents internes à l'entreprise (tarifs, conditions générales de vente...) - du planning des stages disponibles - de document(s) de suivi « client » - Les outils de suivi de commande - Les outils de communication : mail, téléphone, ... 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La combinaison de services est adaptée à la nature du projet, aux attentes et au budget du client ➤ Le service est proposé et chiffré suivant la politique commerciale ➤ Pertinence et adéquation de la proposition aux besoins du client ➤ Le suivi est efficace, pertinent ➤ Réactivité face aux évènements

<p>12.7 Assurer le suivi des commandes client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivre l'état de la commande du client : produits commandés, en cours de livraison, livré par le fournisseur • Anticiper un retard de livraison et prévenir son client • Préparer ou faire préparer la commande de son client 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les outils de suivi de commande - Les outils de communication : mail, téléphone, ... 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Suivi efficace, pertinent ➤ Réactivité face aux évènements
<p>12.8 Traiter les réclamations</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueillir le client, gérer le comportement du client • Passer le relai à la personne compétente au bon moment si besoin • Proposer une solution adaptée au règlement du litige • Prendre en compte les remarques des clients et les transmettre aux personnes concernées dans l'entreprise 	<p>Face au client : Techniques de communication, techniques de posture à adopter</p> <p>Avec : les outils d'information et de communication</p> <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de formulaires - de document(s) de suivi « client » - de réclamation - de consignes ou procédures 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prise en compte des remarques, réclamations et propositions du client ➤ Proposition d'une solution adaptée
<p>12.9 Améliorer en continu sa technique de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre du recul et analyser sa pratique de vente • Analyser ses ventes 	<p>Grille d'analyse des pratiques de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyse critique pour repérer les points forts et les points faibles de son acte de vente ➤ Analyse des ventes chiffrée et complète

* On entend par habitat durable l'habitat qui répond aux exigences suivantes : performance énergétique, qualité des fluides (eau, air), empreinte environnementale réduite.

C2 Gérer

C 21 Préparer et implanter le rayon

Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
<p>21.1 Mettre en place l'offre de produits</p> <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place les produits selon un plan d'implantation en respectant les règles de merchandising et de rangement des produits <p>21.2 Mettre en place des ILV et des PLV</p> <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place le balisage et les informations (étiquette, informations,...) Mettre en place la PLV <p>21.3 Théâtraliser le point de vente par des ambiances adaptées.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place des présentations selon les préconisations de la centrale d'achat. Réaliser des mises en situation des produits afin de susciter des envies d'achat, de suggérer des idées auprès des clients. 	<p>Règles de merchandising, Plans d'implantation</p> <p>Les supports fournis par les fournisseurs</p> <p>Règles de présentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perception de la qualité d'implantation du rayon par le client ➤ Étiquetages et affichages (ILV, PLV) complets, visibles et conformes, dans le respect des réglementations en vigueur ➤ Balisages promotionnels à jour

C 22 Participer à l'animation commerciale du rayon

Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
<p>22.1 Participer à la mise en œuvre d'une opération commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencer tout ou partie de l'espace vente : <ul style="list-style-type: none"> - regrouper les familles de produits complémentaires - réaliser les aménagements nécessaires (accès, îlots, têtes de gondoles, podiums, mobiliers...) • Exploiter le plan publi-promotionnel et/ou de la centrale • Proposer les ressources matérielles et humaines • Effectuer et coordonner la mise en place de la promotion : <ul style="list-style-type: none"> - disposer les supports - utiliser les techniques promotionnelles (mise en place des gratuits) - exposer les produits promotionnels - adapter la signalétique promotionnelle • Contrôler l'application de la réglementation spécifique à la promotion (étiquetage, sécurité...) et procéder, le cas échéant, aux corrections nécessaires 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - le matériel d'aide à la Manutention éventuellement (transpalette ne nécessitant pas la possession d'un CACES*) - les supports de charge - le mobilier et les supports de présentation - les éléments constitutifs de l'ILV et de la PLV <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - du plan de l'espace de vente - de planogrammes (squelette, musée...) ou plans types - de consignes ou directives - des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité du plan publi promotionnel des fournisseurs et/ou de la centrale - de la réglementation - des éléments juridiques en matière de durée de travail des consignes et procédures de travail - des tableaux de présence du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Attractivité des produits mis en place ➤ Présentation des produits de façon complémentaire et esthétique ➤ Respect de la logique de l'espace de vente (sens de la lecture) dans l'offre ➤ Application des consignes de mise en place Prise en compte de l'hygiène et de la sécurité dans l'esthétique ➤ Conformité du calendrier des actions promotionnelles aux recommandations du point de vente ➤ Proposition des ressources matérielles et humaines adaptée aux moyens disponibles et aux objectifs de l'action ➤ Mise en valeur des produits grâce à leur disposition, signalétique correctement placée conforme à la réglementation et à l'objectif de vente fixé ➤ Respect de la réglementation en matière de promotions ➤ Réalisation du contrôle en matière de réglementation ➤ Relevé des irrégularités et correction

<p>22.2 Favoriser les achats d'impulsion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les opportunités,(événement, saisonnalité...) et proposer le(s) produit(s) à mettre en avant • Exploiter les informations relatives aux caractéristiques du produit sélectionné, à son marché, à son mode de consommation • Mettre en place le(s) produit(s) sélectionné (s) • Justifier le choix 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits à mettre en avant - les éléments constitutifs de l'ILV et/ou de la PLV - le mobilier et/ou support de présentation <p>À partir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - du plan de l'espace de vente - de consignes ou directives - des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en place des produits favorisant au mieux l'achat d'impulsion ➤ Pertinence des arguments avancés pour la justification
<p>22.3 Évaluer la performance d'une opération commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la qualité d'une action promotionnelle • Repérer les points forts et les points faibles • Synthétiser les informations recueillies • Rendre compte, par écrit ou oralement, de l'activité et des résultats 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un logiciel de traitement de texte <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des réactions des clients - des événements extérieurs (conditions climatiques, manifestation sportive...) - des objectifs qualitatifs et quantitatifs de la promotion - des ventes réalisées 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rédaction d'une synthèse écrite faisant apparaître des éléments pertinents permettant d'éclairer le supérieur hiérarchique sur la qualité de l'action promotionnelle ➤ Communication orale en accord avec les exigences professionnelles
<p>22.2 Favoriser les achats d'impulsion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les opportunités,(événement, saisonnalité...) et proposer le(s) produit(s) à mettre en avant • Exploiter les informations relatives aux caractéristiques du produit sélectionné, à son marché, à son mode de consommation • Mettre en place le(s) produit(s) sélectionné (s) • Justifier le choix 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits à mettre en avant - les éléments constitutifs de l'ILV et/ou de la PLV - le mobilier et/ou support de présentation <p>À partir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - du plan de l'espace de vente - de consignes ou directives - des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en place des produits favorisant au mieux l'achat d'impulsion ➤ Pertinence des arguments avancés pour la justification

<p>22.3 Évaluer la performance d'une opération commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la qualité d'une action promotionnelle • Repérer les points forts et les points faibles • Synthétiser les informations recueillies • Rendre compte, par écrit ou oralement, de l'activité et des résultats 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un logiciel de traitement de texte <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des réactions des clients - des événements extérieurs (conditions climatiques, manifestation sportive...) - des objectifs qualitatifs et quantitatifs de la promotion - des ventes réalisées 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rédaction d'une synthèse écrite faisant apparaître des éléments pertinents permettant d'éclairer le supérieur hiérarchique sur la qualité de l'action promotionnelle ➤ Communication orale en accord avec les exigences professionnelles
---	--	---

C 23 Participer à la gestion commerciale du rayon et/ou du point de vente

Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
<p>23.1 Remplir le rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exploiter les informations émanant du ou des fournisseurs • Appliquer les procédures d'approvisionnement • Mettre à jour les fichiers « fournisseurs » et « produits » • Déterminer la date de passation des commandes • Détecter et signaler les ruptures et/ou les surstocks • Calculer le coefficient de rotation et déterminer la durée de stockage • Faire des propositions pour : <ul style="list-style-type: none"> - remédier aux ruptures et/ou aux surstocks - améliorer la gestion du stock 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - les états de stock, le cadencier, - les bons de commande, de livraison - les fichiers fournisseurs et produits - les outils d'aide à la décision (échange de données informatisé – EDI) <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des consignes, de procédures de travail - de la réglementation - des règles d'hygiène et de sécurité - de la documentation professionnelle (revues, salons...) - de recommandations liées à la politique commerciale de l'enseigne 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sélection pertinente des fournisseurs et commande de produit dans la bonne quantité et au bon moment, selon les procédures d'approvisionnement en vigueur dans le point de vente ➤ Mise à jour correcte des fichiers ➤ Date de passation de commande définie compte tenu des différents paramètres de gestion : stock minimum, délai de livraison, quantités vendues... ➤ Repérage des ruptures et/ou des surstocks ➤ Exactitude des calculs relatifs à la gestion des stocks

<p>23.2 Assurer le réassortiment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Détecter et dénombrer les produits Manquants • Déclencher la procédure de Réassortiment • Procéder à la rotation des produits <p>23.3 Assurer le suivi des commandes fournisseurs, relances</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vérifier le respect du planning des réceptions • Prendre des mesures pour remédier aux défauts, erreurs, retards de livraison • Effectuer le contrôle qualitatif des produits et les mettre en place dans la zone de stockage, la réserve spécifique ou le magasin • Garantir la qualité des produits 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - les fichiers fournisseurs et produits - un système de communication informatisé - un logiciel de gestion commerciale <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des documents de contrôle - des états de stock et cadenciers - des bons de commande - des factures - des bordereaux de livraison - des consignes et procédures - de la réglementation en matière de réception et de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect de la procédure ➤ Réapprovisionnement du rayon correct ➤ Respect des règles de rotation ➤ Détection des retards et des absences de livraison ➤ Mise en place d'actions correctives adaptées à la situation constatée ➤ Gestion des reliquats et des retours conformément aux consignes
---	--	---

<p>23.4 Assurer le suivi des informations chiffrées</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesurer les résultats des produits présentés (chiffre d'affaires, marge, profit escompté) : <ul style="list-style-type: none"> - calculer les ventes moyennes (hebdomadaires, mensuelles) • Déterminer le taux de concrétisation • Analyser les résultats et faire des propositions pour les améliorer <p>23.5 Assurer la tenue du rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrôler la mise en rayon, la propreté, le balisage et l'information « produits » • Vérifier l'application des règles d'hygiène et de sécurité • Identifier l'action corrective à mettre en place • Réaliser les tâches immédiates à effectuer dans le cadre de la présentation (présentation, facing) Relever et suivre la démarque connue 	<p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des indicateurs de gestion - des résultats historiques - des relevés de prix - des préconisations de l'enseigne <p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - le mobilier de présentation - le cahier de démarque (support informatisé ou non) <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de la réglementation - des préconisations de l'enseigne - des règles d'hygiène et de sécurité - des règles de certification qualité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en évidence des produits permanents, saisonniers et promotionnels ➤ Justesse des calculs ➤ Suggestions pertinentes et justifiées <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rangement et propreté du rayon ➤ Produits proposés à la vente conformes au respect des règles d'hygiène et de sécurité en vigueur ➤ Enregistrement exact des éléments relatifs à la démarque
---	--	---

<p>23.6 Prévenir la démarque</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectuer le contrôle des commandes Fournisseurs • Étiqueter les produits et les sécuriser • Relever la démarque connue • Alerter le service logistique en cas de produits manquants ou d'incohérence 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - un système de communication informatisé - un logiciel de gestion commerciale <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des documents de contrôle - des états de stock et cadenciers - des bons de commande - des factures - des bordereaux de livraison - des plans d'organisation de la réserve - des consignes et procédures - de la réglementation en matière de réception et de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vérification en quantité et en qualité juste ➤ Respect des critères de rangement ➤ Conformité de l'étiquetage à la spécificité des produits et sécurisation de ceux-ci ➤ Mise à jour des stocks ➤ Utilisation du logiciel de gestion commerciale correcte ; exactitude des saisies ➤ Réalisation du contrôle et signalement des anomalies ➤ mise en place d'actions correctives ➤ Enregistrement juste des éléments relatifs à la démarque ➤ Alertes avec le service logistique faites en cas de nécessité
--	---	--

C 24 Participer à la prévention des risques

Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
	<p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'une unité commerciale (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) - de l'aménagement de tout ou partie de l'espace de vente - d'une situation de travail réelle ou simulée - de préconisations 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans le respect : <ul style="list-style-type: none"> - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène et de sécurité - de la politique du point de vente - des consignes données ➤ Attitude de prévention effective et permanente
<p>24.1 Sécuriser son rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participer à l'aménagement ou au réaménagement du rayon • Préparer les produits à la vente • Effectuer les opérations de balisage • Réagir et corriger les anomalies • Respecter strictement les règles d'hygiène et de sécurité • Prendre des mesures conservatoires • Alerter le responsable • Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité par le client 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des plans types - le mobilier - les produits - le matériel de balisage et d'étiquetage - le matériel de protection <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de consignes et procédures - de normes d'hygiène et de règles de sécurité - des éléments constitutifs de la signalétique - des préconisations de l'enseigne - des planogrammes - de la réglementation sur l'étiquetage - de la convention collective applicable à la branche - du règlement intérieur de l'entreprise - du document unique - de consignes - de la réglementation en vigueur, et notamment, le cas échéant, du livret d'accueil sécurité - des contraintes de sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Réalisation de l'aménagement ou du réaménagement en adéquation avec les consignes ➤ Préparation des produits à la vente et installation conformes aux préconisations ➤ Relevé et correction des anomalies ➤ Repérage des dysfonctionnements et des anomalies ➤ Adéquation des mesures prises à l'urgence de la situation (mise en sécurité) ➤ Suivi régulier des règles d'hygiène

<p>24.2 Connaître les risques produits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecter les règles d'hygiène et de sécurité • Contrôler l'application des règles d'hygiène relatives aux produits • Détecter les dysfonctionnements, les incidents, les anomalies • Prendre des mesures conservatoires • Faire des propositions pour remédier aux dysfonctionnements constatés 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les équipements - les produits <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de consignes - de documents techniques (équipements) - des contraintes réglementaires - le guide des bonnes pratiques 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect des règles ➤ Vérification de l'application de la réglementation et signalement des irrégularités ➤ Application des procédures ➤ Contrôle effectué systématiquement ➤ Pertinence des propositions ➤ Modifications apportées en cohérence avec la réglementation en vigueur
<p>24.3 Contribuer au tri des déchets et des éco-gestes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les enjeux du développement durable et ses implications • Trier et valoriser les déchets provenant du point de vente • Minimiser les consommations énergétiques du point de vente en exécutant les gestes éco-responsables 	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les produits - les fiches fournisseurs et produits - les sites internet fournisseurs <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de consignes - de documents techniques (équipements) - des contraintes réglementaires - le guide des bonnes pratiques (les énergies) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Méthode de travail limitant le volume des déchets et valorisant le tri ➤ Valorisation des déchets et réutilisation maximale ➤ Les bons gestes sont connus pour : <ul style="list-style-type: none"> - Économiser et préserver l'eau (toilettes, lavabos, consommation courante) - Économiser l'énergie électrique (lampes : quantité et taille, appareils en veille) - Économiser l'énergie de chauffage et de climatisation - Économiser les consommables (optimisation des photocopies, papier réemployé et/ou recyclé, recyclage de tous les produits recyclables)

SAVOIRS ASSOCIÉS

S 1 Environnement professionnel

- S 11 Le marché
- S 12 Les univers techniques « produits » : les bases
- S 13 La sécurité dans l'unité commerciale
- S 14 Le développement durable et la protection de l'environnement

S 2 Vente et communication professionnelle

- S 21 Les bases de la communication
- S 22 La vente
- S 23 Les situations difficiles
- S 24 La transmission des informations

S 3 Gestion

- S 31 Les opérations de gestion
- S 32 Les indicateurs de gestion du secteur
- S 33 La gestion du rayon
- S 34 Le merchandising

S 4 Univers spécialisés¹

- S 41 Le projet salle de bains (carrelage, sanitaires, plomberie)
- S 42 Peinture, luminaire, décoration, revêtement de sols
- S 43 Cuisine, menuiserie, agencements intérieurs
- S 44 Maison connectée, domotique, outillage, quincaillerie
- S 45 Jardins et aménagements extérieurs
- S 46 Habitat durable, économies d'énergies

¹ Le candidat à la mention complémentaire se spécialise dans l'un des univers listés en S.4.

S 1 ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
<p>11 Le marché</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La clientèle du secteur ○ La filière commerciale • Les distributeurs • Les univers de produits • Les fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier le poids du secteur relatif aux produits techniques pour l'habitat dans les économies, nationale, européenne et mondiale ➤ Caractériser la clientèle du secteur des produits techniques pour l'habitat : <ul style="list-style-type: none"> - typologie des clients : professionnels, particuliers - tendances socio-porteuses (sécurité, durabilité, temps, plaisir, santé, écologie...) - spécificités de la zone de chalandise (en fonction du produit recherché) ➤ Montrer l'intérêt de mesurer les attentes et réactions de la clientèle ➤ Différencier les circuits de distribution : nature, rôle ➤ Préciser leur positionnement et leur stratégie respectifs ➤ Faire apparaître les évolutions ➤ Préciser l'organisation humaine de la filière commerciale. ➤ Caractériser les différents univers composant le secteur du bricolage et de l'aménagement de l'habitat : poids respectif, présence différenciée au sein des enseignes ➤ Préciser l'importance du choix du fournisseur en fonction du positionnement de l'entreprise dans le circuit commercial et en fonction de la stratégie adoptée ➤ Décrire les circuits de distribution du produit du fournisseur au consommateur final
<p>12 Les univers techniques « produits » : les bases</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les familles et sous-familles • Les caractéristiques de l'univers 	<p><i>Pour chacun des univers suivants :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le projet salle de bains (carrelage, sanitaires, plomberie)</i> - <i>Peinture, luminaires, décoration, revêtement de sols</i> - <i>Cuisine, menuiserie, agencements intérieurs</i> - <i>Maison connectée, domotique, outillage, quincaillerie</i> - <i>Jardins et aménagements extérieurs</i> - <i>Habitat durable, économies d'énergies</i> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différencier les composantes des familles et sous-familles constituant l'assortiment ➤ Identifier : <ul style="list-style-type: none"> - les principes de saisonnalité caractérisant l'univers - l'influence de la climatologie sur la vente des produits ➤ les incidences des particularismes régionaux sur l'offre Préciser les évolutions en matière de tendances, de style de vie ou d'habitat

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
<p>13 La sécurité dans l'unité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'ergonomie • Les équipements de protection individuels (EPI) • L'hygiène et la sécurité liées aux : <ul style="list-style-type: none"> - personnes (clients et personnel) - biens - équipements - locaux 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Décrire les gestes et postures à adopter ➤ Indiquer les conséquences des mauvaises manipulations ou mauvaises postures ➤ Identifier les causes d'accident du travail propres au secteur et les moyens de prévention à mettre en œuvre ➤ Identifier les équipements de protection en usage dans le secteur ➤ Citer les risques et les sanctions possibles en cas de non –respect du port des équipements ➤ Préciser l'intérêt du document unique relatif aux résultats de l'évaluation des risques pour la sécurité et la santé des travailleurs (décret n° 2001-1016 du 5/11/2001) ➤ Citer les principaux pictogrammes utilisés sur la surface de vente ➤ Citer les règles de stockage (en réserve ou sur la surface de vente) et les règles d'installation des produits ➤ Préciser la responsabilité encourue par l'unité commerciale en cas de non-respect (par le client ou le vendeur) des gestes sécuritaires ➤ Indiquer les différentes origines de feu et les agents extincteurs à utiliser ➤ Préciser la conduite à tenir en cas d'incendie
<p>14 Le développement durable et la protection de l'environnement</p> <p>Les déchets</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Citer la réglementation en vigueur en matière de déchets obligatoirement collectés ➤ Décrire les circuits de recyclage et de traitements des différents déchets

<ul style="list-style-type: none"> • Les techniques de vente : <ul style="list-style-type: none"> - Le questionnement - La reformulation - La présentation de la solution, l'argumentation, la réponse aux objections - L'obtention de l'accord • Les services associés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indiquer le rôle et l'utilité du questionnement ➤ Caractériser les types de questions utilisées ➤ Préciser l'intérêt d'un questionnement adapté au type de client ➤ Donner le principe ➤ Énoncer les types de reformulation (reformulation - clarification, croquis à l'appui de la demande ou de la vente...) et indiquer les enjeux d'une reformulation réussie ➤ Expliquer la structure d'un argumentaire et montrer son rôle et son importance de sa mise en œuvre efficace dans l'acte de vente ➤ Décrire les différentes techniques et indiquer leur importance stratégique ➤ Identifier les différents services possibles : <ul style="list-style-type: none"> - dans le domaine technique - dans le domaine commercial ➤ Décrire les techniques de proposition de service(s) ➤ Montrer l'intérêt de proposer les services dans la fidélisation de la clientèle
<p>23 Les situations difficiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les facteurs conflictuels • La maîtrise de soi 	<p><i>Toutes les notions seront dégagées à partir d'exemples puisés dans la réalité professionnelle et d'analyses de pratiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier la nature des blocages, des inhibitions, l'origine du stress, de l'agressivité, les signaux de reconnaissance du conflit ➤ Décrire les techniques de résolution, de gestion des situations difficiles et les processus de négociation ➤ Identifier les éléments de mesure de la maîtrise de soi et du stress ➤ Décrire les techniques d'amélioration de la maîtrise de soi et de la gestion du stress

<p>24 La transmission des informations</p> <ul style="list-style-type: none"> • La communication au sein de l'équipe de l'unité commerciale 	<p><i>Toutes les notions seront dégagées à partir d'exemples puisés dans la réalité professionnelle et d'analyses de pratiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier le contexte, les interlocuteurs, les objectifs des situations de communication ➤ Caractériser le fonctionnement d'un groupe ➤ Préciser l'intérêt d'une communication fluide entre tous les personnels de l'unité commerciale
<ul style="list-style-type: none"> • La communication écrite 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caractériser les différents types de message ➤ Préciser les critères de choix (type de message correspondant le mieux à une situation donnée) ➤ Identifier la qualité attendue de l'écrit : registre, vocabulaire, orthographe, style, syntaxe, concision

S3 GESTION

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
<p>31 Les opérations de gestion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les calculs techniques • Les calculs commerciaux 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Citer les unités de mesure et les principes arithmétiques utiles au secteur (calcul de volumes, de surfaces, de proportions, de conversion des mesures) ➤ Préciser les modes opératoires ➤ Identifier les composantes du prix ➤ Préciser l'importance du coefficient multiplicateur et des différents taux utilisés ➤ Indiquer l'incidence des réductions accordées sur les objectifs commerciaux
<p>32 Les indicateurs de gestion du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tableaux de bord 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les principaux indicateurs de gestion de la profession et préciser leur influence sur la stratégie de l'unité commerciale ➤ Identifier les principaux indicateurs du tableau de bord et leur rôle respectif dans la prise de décision
<p>33 La gestion du rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> • La réception des marchandises • Le suivi des stocks 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lister les opérations relatives à la réception des marchandises ou colis ➤ Analyser les documents relatifs à la livraison (mentions obligatoires) et les opérations à réaliser en cas de livraison non conforme ➤ Préciser les règles de mise en place des produits (en réserve et en magasin) et celles relatives à l'hygiène et à la sécurité en matière de stockage des produits ➤ Identifier les ratios de suivi des stocks, notamment : <ul style="list-style-type: none"> - stock moyen - coefficient de rotation - durée de stockage - vitesse de rotation, et indiquer leur utilité ➤ Indiquer les principes de calcul de la performance des produits composant le stock (loi des 20/80, méthode ABC) ➤ Préciser l'utilité de la comparaison des ratios de l'unité commerciale avec ceux de l'enseigne, de la profession ; en déduire les actions possibles

<ul style="list-style-type: none"> • La démarque • L'inventaire • La surmarque 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Différencier la démarque connue et la démarque inconnue ➤ Identifier les principales causes de la démarque ➤ Indiquer les modes de calcul ➤ Expliciter, à partir de cas concrets, les moyens de lutte contre la démarque inconnue et connue ➤ Préciser : <ul style="list-style-type: none"> - les règles de mise en œuvre du contrôle des personnes - les incidences de la démarque connue et inconnue sur les résultats de l'unité commerciale - l'utilité de la comparaison du montant de la démarque avec les ratios définis par l'enseigne ➤ Différencier les types d'inventaire (périodique, tournant) ; préciser leur caractère obligatoire et leur rôle respectif ➤ Décrire les différentes étapes organisationnelles de l'inventaire : planification, effectifs, repérage des zones, balisage... ➤ Indiquer le rôle des documents d'inventaire : cahier et fiches d'inventaire et préciser l'avantage de l'informatisation des données ➤ Identifier les éléments qui engendrent la surmarque et en repérer les effets de compensation sur la marge
<p>34 Le merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'implantation des linéaires • Les produits dans le linéaire 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les règles de calcul en matière d'organisation du linéaire : linéaire au sol, linéaire développé, capacité de stockage, frontale (en anglais facing) ➤ Identifier les éléments qui permettent de mesurer la rentabilité du linéaire ➤ Caractériser l'implantation des produits dans le linéaire : <ul style="list-style-type: none"> - les différentes zones - la présentation verticale, horizontale - les niveaux de présentation - les frontales, les têtes de gondole (TG) - la capacité d'un rayon ➤ Identifier le pouvoir vendeur à partir d'exemples ➤ Identifier les règles applicables en matière : <ul style="list-style-type: none"> - de balisage d'un rayon - d'étiquetage des produits - de PLV (publicité sur le lieu de vente) et d'ILV (information sur le lieu de vente) <p>et préciser les conséquences de leur non-respect</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Préciser la réglementation et les normes en matière : <ul style="list-style-type: none"> - de mise en œuvre d'un réseau d'alimentation, d'un réseau d'évacuation - d'utilisation des différents raccords quelle qu'en soit la matière et produits quelle qu'en soit la technique - d'intervention sur une installation de chauffage : montage d'un radiateur, installation d'un système de régulation ➤ Préciser les spécificités des alimentations au gaz et les règles régissant la ventilation des locaux recevant des appareils alimentés au gaz
<p>412 L'environnement de l'installation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les éléments techniques • Les éléments liés au lieu d'installation (type d'habitation) • Les supports 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indiquer les éléments à prendre en compte pour la lecture et l'interprétation de plans, de schémas, de croquis ➤ Donner des repères pour la prise de cotes, les calculs de quantité, y compris les calculs de pertes ➤ Préciser l'importance des contraintes liées au style d'habitation, à l'ambiance, aux couleurs ➤ Caractériser les principaux types de support (murs, sols...) et leur particularité en fonction du lieu d'installation (intérieur ou extérieur) ou de leur état
<p>413 Les procédures et techniques d'application spécifiques à l'univers</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Étudier les principes de préparation du produit et des supports ➤ Préciser les conditions : <ul style="list-style-type: none"> - d'utilisation des produits - de mise en œuvre (le bon geste, le réflexe sécuritaire...) - d'application des produits (durée de séchage, délais de recouvrement...) ➤ Indiquer les règles relatives à la conservation des produits et à l'entretien des matériels et outillages associés ➤ Préciser les éléments entrant dans le calcul des consommations et les éléments de coût ➤ Lister les autres procédures et techniques d'application spécifiques ➤ Indiquer les éléments à repérer pour un diagnostic de panne courante
<p>414 la sécurité liée à l'utilisation des produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Préciser les règles relatives à l'environnement et à l'urbanisme des collectivités locales : <ul style="list-style-type: none"> - tout à l'égout - rejet des gaz - écoulement des fosses sseptiques ➤ Énoncer les règles de sécurité liées aux produits et à leur installation, aux matériels à utiliser

<p>423 Les procédures et techniques d'application spécifiques à l'univers</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Étudier les principes de préparation du produit et des supports ➤ Préciser les conditions : <ul style="list-style-type: none"> - d'utilisation des produits - de mise en œuvre (le bon geste, le réflexe sécuritaire...) - d'application des produits (durée de séchage, délais de recouvrement...) ➤ Préciser les éléments entrant dans le calcul des consommations et les éléments de coût ➤ Lister les autres procédures et techniques d'application spécifiques ➤ Indiquer les règles relatives à la conservation des produits, à leur stockage, à l'entretien des matériels et outillages associés ➤ Indiquer les éléments à repérer pour un diagnostic courant
<p>424 La sécurité liée à l'utilisation des produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Préciser les règles relatives à l'environnement et à l'urbanisme des collectivités locales : <ul style="list-style-type: none"> - protection de la couche d'ozone - rejet des gaz - traitement des déchets et des conditionnements utilisés ➤ Identifier les principaux pictogrammes d'information et préciser leur signification ➤ Énoncer les règles de sécurité liées au produit et à son utilisation, notamment au regard de la santé

S 43 Cuisine, menuiserie, agencements intérieurs

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
<p>431 Les caractéristiques de l'univers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menuiserie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Citer les particularismes régionaux en matière de bois et menuiserie et préciser leur influence sur la gestion de l'assortiment ➤ Indiquer les tendances, styles ➤ Préciser la notion de développement durable (notion de bois certifié) ➤ Caractériser les produits composant l'univers (gros œuvre et second œuvre) : <ul style="list-style-type: none"> - selon la matière : bois, PVC, aluminium, verre - selon la destination : <ul style="list-style-type: none"> ➤ charpente ➤ menuiserie pour l'intérieur et l'extérieur ➤ Préciser le marché et ses tendances : premier et second œuvre ; cuisine, aménagement intérieur ; décoration de l'ensemble de la maison. ; aménagement à la fois fonctionnel et décoratif ➤ Préciser les particularités de la concurrence : fonction de négoce, magasins discount/entrepôts), hyper spécialistes, installateurs-poseurs
<p>432 L'environnement de l'installation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les éléments techniques • Les supports 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indiquer les éléments à prendre en compte pour la lecture et l'interprétation de plans, de schémas, de croquis ➤ Donner des repères pour la prise de cotes, les calculs de quantité, y compris les calculs de perte ➤ Préciser les contraintes liées au style d'habitation ➤ Citer les produits de mise en valeur et d'entretien, et leurs conditions d'utilisation et de conservation ➤ Caractériser les principaux types de support et leurs particularités en fonction du lieu d'installation (intérieur ou extérieur) ou de leur état ➤ Accompagner les clients dans la réalisation de leurs plans (3D), à distance ou dans le magasin, par le biais des logiciels de modélisation :
<p>434 La sécurité liée à l'utilisation des produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les principaux pictogrammes d'information et préciser leur signification ➤ Énoncer les règles de sécurité liées aux produits et à leur utilisation et à leur impact sur la santé ➤ Indiquer l'impact des produits sur la qualité de l'air, à court terme et long terme (COV, etc...)

- Outillage

- Caractériser les produits composant l'univers :
 - outillage (et accessoires) : à main, électroportatif, pneumatique, mécanique
 - outillage à moteur (nettoyeur, compresseur), machines à bois et d'atelier
 - fixations et assemblage : boulonnerie, visserie, clouterie, chevilles, colles et adhésifs, mastics, chaînerie, cordages
 - soudage, brasage
 - protection, hygiène et sécurité : vêtements et équipements de protection individuelle
 - manutention manuelle et mécanique (levage) : échelles, échafaudages, produits de rangement
 - maintenance : peintures, traitement de surface, isolation, étanchéité
- Citer les outils à utiliser pour percer, visser, serrer, enfoncer, limer, maintenir, scier, raboter, meuler, poncer, souder, (sup)porter, fixer, couper, creuser, former...
- Décrire le mécanisme des outillages et les règles d'ergonomie à respecter pour une utilisation correcte (geste sécuritaire)
- Citer les accessoires et consommables d'un outillage, d'un appareil, d'une machine à utiliser en fonction du support (métal, bois, béton, pierre, verre...)
- Indiquer les éléments à prendre en compte pour la lecture et l'interprétation de plans, schémas, de croquis
- Donner des repères des calculs (vitesse, puissance, profondeur de lame...)
- Indiquer les précautions d'entretien et de sécurité à mettre en œuvre

S 45 Jardins et aménagements extérieurs

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
<p>451 Les caractéristiques de l'univers</p> <p>• Jardin</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Préciser l'influence : <ul style="list-style-type: none"> - de la saisonnalité - de la climatologie sur les ventes des produits de l'univers et leur stock ➤ Citer les particularismes régionaux en matière de jardin et matériaux ➤ Indiquer les tendances : modes, styles ➤ Caractériser les produits composant l'univers : <ul style="list-style-type: none"> ➤ outillage, taillanderie ➤ produits phytosanitaires et anti-parasitaires ➤ amendement, engrais, gazon ➤ motoculture, pompes et arrosage ➤ mobilier de jardin, de loisir et de plein air ➤ Indiquer les règles de mise en œuvre des produits en fonction de la nature et de l'état des sols ➤ Donner les conditions d'utilisation ou d'application, et préciser les conditions de protection de la personne utilisatrice ➤ Citer les accessoires techniques indispensables, les consommables et leur rôle ➤ Énoncer les règles : <ul style="list-style-type: none"> ➤ d'entretien courant des outils et de leurs accessoires ➤ de conservation des produits et leurs limites d'utilisation ➤ Préciser les gestes de première nécessité en cas de problème (inhalation d'un produit, contact avec la peau, les yeux, coupures...) ➤ Indiquer les principaux défauts susceptibles d'affecter les outils et les solutions possibles
<p>• Aménagements extérieurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caractériser les produits composant l'univers : <ul style="list-style-type: none"> - clôtures et portails - produits de cloisonnement - évacuation et récupération des eaux de pluie et des eaux usées - revêtements de surfaces extérieures (gravillonnage, sablage, autoportants) dallage et bordures - carports ➤ Préciser les particularités de la concurrence : fonction de négoce, magasins discount/entrepôts) ➤ Indiquer les règles de mise en œuvre des produits en fonction de l'utilisation et du support ➤ Nommer et caractériser les unités de mesure des matériaux : vente au, au m², au m ➤ Citer les accessoires techniques indispensables et leur rôle

<p>462 Le contexte énergétique, la réglementation, labels et certifications</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indiquer les principes climatiques ➤ Donner les évolutions réglementaires ➤ Analyser les exigences des différentes réglementations thermiques ➤ Préciser les différents labels et leurs conditions d'obtention (Haute Performance Environnementale, Bâtiment Basse consommation, Haute Qualité Environnementale...) ➤ Identifier la performance des systèmes ➤ Identifier les notions d'enveloppe, de ventilation et de bioclimatique ➤ Caractériser les énergies renouvelables ➤ Identifier les acteurs et les différentes sources d'information institutionnels
<p>463 Les principes de la thermique des bâtiments</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Énoncer les bases de la thermique des bâtiments ➤ Identifier les transferts thermiques ➤ Lister les principes de conduction, convection, rayonnement ➤ Connaitre les terminologies, les coefficients, les unités ➤ Identifier les matériaux, techniques et modes opératoires améliorant l'efficacité énergétique d'un bâtiment ➤ Comparer les différents modes constructifs et solutions d'isolation ➤ Identifier les ponts thermiques ➤ Caractériser l'étanchéité à l'air et expliciter le processus de labélisation ➤ Lister les systèmes de production de chaleur ou d'eau chaude ➤ Lister et calculer les déperditions thermiques d'un bâtiment
<p>464 La fiscalité et les aides financières</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les différentes aides ➤ Préciser la fiscalité en lien avec un projet de rénovation énergétique ➤ Énoncer les subventions existantes et les organismes les attribuant ➤ Indiquer les principaux montages financiers réalisables
<p>465 Les diagnostics ou bilans énergétiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Expliquer un diagnostic performance énergétique (DPE) ➤ Identifier et comparer les fonctions d'un DPE, d'un bilan énergétique, d'un pré-diagnostic ou d'un audit énergétique