

REFERENTIEL DE CERTIFICATION

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc de compétences 1 : Vente en agence de négoce des matériaux de construction			
Conseil technique et vente en agence de négoce des matériaux de construction	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaliser une découverte des besoins du client et des caractéristiques du projet de construction ou de rénovation en utilisant différentes sources (plans, métrés, entretien avec le client, ...) ▪ Reformuler les besoins du client en vue de valider la bonne compréhension de ses besoins avant de faire une proposition ▪ Recueillir et qualifier les données relatives au client en utilisant les outils digitaux à disposition (CRM) 	<p>Mise en situation individuelle en organisme habilité de conduite de deux entretiens de vente (accueil, analyse des besoins, analyse du projet, conseil technique, préconisation de solutions techniques, chiffrage des quantités, négociation commerciale et gestion commerciale). La mise en situation est effectuée sur une gamme de produits faisant partie de l'univers travaillé en CQP</p> <p>Cette mise en situation s'articule autour de trois temps : Découverte du projet au cours d'un entretien Proposition d'une solution technique / Réalisation du devis Présentation de la proposition / du devis et négociation client (tarifs, ventes complémentaires, ...)</p>	<p><i>Le vendeur laisse parler le client et le relance ou lui fait préciser ses besoins si nécessaire</i> <i>Les informations clés permettant de repérer les besoins du client et ses attentes et d'analyser le projet de construction ou de rénovation sont identifiées : nature des travaux à réaliser, type de construction, supports (rénovation), contraintes techniques, environnementales, urbanistiques, réglementaires, délais, conformité aux DTU, positionnement dans typologie clients de l'entreprise et du secteur, parcours en ligne du client, ...</i> <i>Les questions posées au client sont pertinentes sur le fond et sur la forme (ouvertes, fermées, neutres, prise en compte du positionnement du client dans la typologie clients, identification des ventes pouvant être générées dans l'avenir par le projet,)</i> <i>Le vendeur prend le temps de reformuler les besoins du client et de valider ses informations avant de faire une proposition au client</i> <i>Les informations recueillies auprès du client donnent lieu à une qualification et, le cas échéant, à une mise à jour de l'outil numérique de gestion de la relation client (CRM)</i> <i>Les contacts clients sont systématiquement enregistrés dans l'outil de gestion de la relation client</i> <i>L'importance d'un renseignement régulier de l'outil de gestion de la relation client est explicitée</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérer les besoins en matériaux de construction aux différentes étapes d'un projet de construction ou de rénovation en tenant compte du type d'intervention à réaliser (gros œuvre, charpente, couverture, 		<p><i>Les ressources documentaires permettant de compléter l'analyse du projet de construction ou de rénovation sont identifiées (DTU, ...)</i> <i>Les principales caractéristiques techniques du projet de construction ou de rénovation, ses points sensibles, sont analysés</i> <i>Les différentes réponses possibles sont identifiées</i> <i>Les différentes étapes du projet / les différents lots sont identifiés</i></p>

	<p>aménagement, isolation, second œuvre, ...) et en exploitant les informations à disposition</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier dans l'offre de l'entreprise les matériaux, produits et services correspondant aux besoins du projet en prenant en compte les normes et la réglementation en matière de construction ▪ Repérer les produits, matériaux et la réglementation visant à faciliter l'accessibilité des publics en situation de handicap aux bâtiments en vue de conseiller le client ▪ Calculer les quantités de matériaux nécessaires en tenant compte du projet du client 	<p><i>Durée totale de l'évaluation : 45 minutes</i></p> <p>Ces mises en situation peuvent prendre appui sur une activité de vente au comptoir, de vente en libre-service ou de vente en salle d'exposition</p> <p>Test individuel écrit en organisme habilité sur les calculs techniques (surfaces, volumes, poids, conversions, ...)</p>	<p><i>Les besoins en matériaux de construction dans les différentes gammes de produits sont repérés</i></p> <p><i>L'offre de produits, de matériaux et de services proposés correspond aux besoins générés par le projet de construction ou de rénovation et à ses spécificités, identifiés lors de l'échange avec le client</i></p> <p><i>L'offre de produits et de matériaux proposée tient compte des normes et de la réglementation en matière de construction, notamment des DTU et des objectifs d'accessibilité des bâtiments aux publics en situation de handicap</i></p> <p><i>Les calculs des surfaces, des volumes, des poids sont réalisés sans erreur</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseiller un client sur les matériaux, leurs modalités de mise en œuvre, les systèmes constructifs en s'adaptant à son niveau de connaissance et à son profil et en respectant les normes et règles en matière de sécurité ▪ Présenter et expliquer les fonctionnalités des différents produits en s'appuyant sur la documentation technique et les échantillons mis à la disposition de la clientèle ▪ Expliquer au client les spécificités techniques de mise en œuvre des produits et matériaux en vue de l'alerter sur les risques d'un non-respect des règles de mise en œuvre ▪ Valoriser les performances environnementales des produits et solutions proposés en s'appuyant sur des arguments techniques ▪ Composer chaque fois que possible une offre globale de produits et de services à l'attention du client en vue de répondre à l'ensemble de ses besoins ▪ Mettre en valeur l'offre de produits et de services de l'entreprise en veillant à présenter ses avantages concurrentiels ▪ Présenter aux clients les solutions digitales mises à leur disposition en veillant à repérer ceux ayant besoin d'un soutien renforcé ▪ Identifier et proposer une offre de produits et de services en vue de réaliser des ventes complémentaires, additionnelles et de substitution ▪ Accompagner le client en cas de besoin vers une personne ressource afin de répondre aux demandes du client nécessitant une expertise particulière 	<p><i>Durée de l'évaluation : 20 minutes</i></p> <p>Test individuel écrit en organisme habilité sur les calculs commerciaux (calcul de marge, coefficients, calcul de TVA, de prix de revient, ...)</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 20 minutes</i></p> <p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p><i>La présentation des produits, matériaux, systèmes constructifs et services associés est claire et adaptée au niveau de connaissances du client et à son profil</i></p> <p><i>Les différentes options en matière de choix de produits ou de matériaux sont présentées</i></p> <p><i>Leurs avantages et inconvénients respectifs (en matière de performance, de durabilité, de prix, de facilité de pose ou de mise en œuvre, ...) sont expliqués de manière claire au client</i></p> <p><i>La documentation technique, les échantillons disponibles dans l'agence pour présenter les produits sont repérés et correctement utilisés devant le client</i></p> <p><i>Les conditions de pose et de mise en œuvre des produits et matériaux présentés sont expliquées avec clarté au client</i></p> <p><i>L'attention du client est alertée sur les précautions d'emploi des produits et en particulier sur leur éco toxicité</i></p> <p><i>Le vendeur identifie les limites de son champ de responsabilité et de compétences en matière de conseil et les explique de manière claire au client</i></p> <p><i>Les arguments utilisés permettent de valoriser les performances environnementales des produits proposés, la démarche RSE de l'entreprise</i></p> <p><i>L'offre de produits cherche à répondre à l'ensemble des besoins du client et intègre une offre de services chaque fois que possible</i></p> <p><i>Le vendeur met en valeur les avantages des produits et services proposés, les nouveaux produits, les promotions présentées dans l'espace de vente</i></p> <p><i>Les modalités d'utilisation des solutions digitales à disposition des clients sont présentées</i></p> <p><i>Les clients peu sensibilisés aux outils digitaux bénéficient d'un accompagnement renforcé</i></p> <p><i>Les clients sont accompagnés dans l'évolution de leurs pratiques (anticipation des commandes, utilisation des services « drive », ...)</i></p> <p><i>Des produits et services complémentaires adaptés sont proposés au client</i></p> <p><i>Le vendeur cherche à réaliser des ventes additionnelles, propose des produits de substitution adaptés aux besoins du client</i></p>

			<p><i>Le vendeur identifie les limites de son intervention et identifie le ou les personnes ressources dont il a besoin pour le projet analysé</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Argumenter l'ensemble des composantes de l'offre commerciale en vue de répondre avec efficacité aux objections ▪ Négocier les conditions de vente (produits, services, prix, mode et délai de règlement, respect des quantités en fonction du conditionnement, remises, livraison, mise en attente, ...) en veillant au respect de la politique commerciale de l'entreprise ▪ Conclure une vente en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client 		<p><i>Les arguments présentés sont pertinents, cohérents, ils suscitent l'intérêt du client</i></p> <p><i>Les observations et remarques du client sont prises en compte et utilisées dans l'argumentaire de vente,</i></p> <p><i>Les objections du client sont prises en compte et des propositions pertinentes sont reformulées</i></p> <p><i>Le devis est commenté et expliqué au client</i></p> <p><i>Le vendeur vérifie la bonne compréhension du client et son adhésion aux propositions</i></p> <p><i>La négociation commerciale porte sur différents éléments : produits, services, prix, conditions de règlement, délais, remises et livraisons</i></p> <p><i>Le vendeur propose systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, il résiste aux demandes de remise</i></p> <p><i>Les règles de l'enseigne et de l'agence et leur politique commerciale sont respectées dans la négociation</i></p> <p><i>L'entretien de vente est conclu de manière positive pour le client et pour l'agence</i></p>
<p>Réalisation des documents supports à la transaction commerciale et des encaissements</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chiffrer une proposition commerciale en tenant compte des quantités commandées et de la délégation tarifaire ▪ Vérifier que les quantités commandées correspondent aux besoins du client en tenant compte des unités de vente générales ou ponctuelles définies par l'entreprise ▪ Mettre en œuvre avec fiabilité les procédures en vigueur en matière d'encaissement et de règlement en veillant à s'adapter aux situations de paiement au comptant ou à crédit ▪ Utiliser les fonctionnalités du logiciel de gestion de l'entreprise en vue d'éditer les documents commerciaux supports à une transaction 		<p><i>Le chiffrage de l'offre commerciale tient compte des quantités commandées et des conditions négociées avec le client (délais, conditions de livraison ...)</i></p> <p><i>Le chiffrage et la prise de commandes tiennent compte des unités de vente</i></p> <p><i>Le chiffrage de l'offre est réalisé en adéquation avec la délégation tarifaire</i></p> <p><i>Lors du passage en caisse, le vendeur effectue une synthèse de l'entretien et identifie les actions à conduire</i></p> <p><i>Les vérifications nécessaires avant encaissement sont systématiquement réalisées</i></p> <p><i>Les règlements par crédit sont enregistrés sans erreur</i></p> <p><i>Le vendeur respecte avec rigueur les consignes en matière de crédit client et de montant des encours</i></p> <p><i>Les fonctionnalités du logiciel de gestion de l'entreprise sont utilisées avec aisance</i></p> <p><i>Les documents commerciaux sont réalisés sans erreur</i></p>
<p>Bloc de compétences 2 : Animation de la relation clients en agence de négoce des matériaux de construction</p>			
<p>Animation de la relation commerciale avec les clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablir un contact positif et un climat de confiance avec un client en personnalisant la relation avec lui dès son arrivée dans l'espace de vente 	<p>Mise en situation individuelle reconstituée en organisme habilité d'entretien téléphonique avec un client (réclamation client), puis production</p>	<p><i>Le vendeur cherche à entrer en contact (échange oral, contact visuel, ...) avec le client à son arrivée dans l'espace de vente</i></p> <p><i>Le vendeur montre aux clients habituels qu'il les reconnaît</i></p> <p><i>Le vendeur adopte une tenue et une présentation personnelle commerciales</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre en compte l'ensemble des clients présents dans l'espace de vente en vue d'anticiper les insatisfactions liées aux files d'attente ▪ Traiter de manière simultanée l'accueil des clients et la prise en charge d'un client au téléphone en respectant les consignes de gestion des priorités de l'entreprise ▪ Organiser la documentation et les échantillons en vue de les rendre facilement accessibles aux clients ▪ Adapter l'accueil au sein de l'agence en vue de répondre aux besoins des visiteurs en situation de handicap ▪ Veiller à la qualité de l'expérience client au sein de l'agence en s'appuyant sur les outils digitaux à disposition 	<p>individuelle d'un écrit à l'issue de la situation (mail ou courrier) et entretien d'évaluation sur l'accueil client en agence</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 30 minutes</i></p> <p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p><i>Un premier contact (échange oral, contact visuel, ...) est établi pour montrer au client que sa présence est prise en compte même si une file d'attente s'est formée</i></p> <p><i>Le vendeur s'organise avec efficacité pour traiter plusieurs sollicitations en simultané (client, téléphone, chef d'agence, visites inopinées des commerciaux des fournisseurs, ...)</i></p> <p><i>Le vendeur utilise un langage positif dans ses contacts avec les clients</i></p> <p><i>Le vendeur s'assure de la disponibilité et de l'accessibilité de la documentation technique à disposition des clients</i></p> <p><i>Les besoins des visiteurs en situation de handicap sont identifiés</i></p> <p><i>L'accueil des visiteurs est adapté aux besoins des personnes en situation de handicap</i></p> <p><i>Les informations et outils permettant de renforcer la qualité de l'expérience client au sein de l'agence sont exploités (outils digitaux au service des clients, connaissance des clients au travers de l'outil de gestion de la relation client, suivi de la e-réputation de l'agence, ...)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliser le téléphone en vue de réaliser des prises de rendez-vous, des démarches commerciales auprès des clients et des échanges avec les différents services de l'entreprise et avec les fournisseurs ▪ Diriger les appels en agence vers les bons interlocuteurs en veillant au respect des procédures en vigueur 		<p><i>L'accueil téléphonique respecte les consignes données par l'entreprise</i></p> <p><i>En situation d'échange téléphonique avec un client ou un prospect, le vendeur tient compte des règles de communication téléphonique : écoute, ton de la voix, débit, articulation, phrases courtes et positives, ...</i></p> <p><i>Les appels sont dirigés vers les interlocuteurs adéquats ou filtrés avec efficacité</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaliser des prises de notes en situation de face à face client et formaliser les informations recueillies en vue d'une exploitation des informations par les autres membres de l'équipe ▪ Elaborer différents types de documents écrits en vue de communiquer avec les clients (mails, devis, lettres, ...) 		<p><i>Les documents écrits rédigés par le vendeur (mails, devis, courriers, ...) sont clairs</i></p> <p><i>Les informations prises en note sont claires et exploitables</i></p> <p><i>Les documents types de l'entreprise sont correctement utilisés</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adapter sa communication afin de tenir compte des besoins des interlocuteurs en situation de handicap 		<p><i>Les besoins spécifiques des interlocuteurs en situation de handicap sont repérés lors des situations de communication</i></p> <p><i>Le mode de communication utilisé est adapté aux besoins des interlocuteurs en situation de handicap</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Traiter une réclamation par téléphone et en face à face en veillant à préserver la qualité de la relation commerciale avec le client et à respecter les procédures en vigueur ▪ Qualifier une réclamation en vue d'identifier les solutions possibles pour son traitement ▪ Proposer une solution adaptée en veillant au respect des procédures en vigueur 		<p><i>Le vendeur se rend disponible pour écouter la réclamation du client et exprime sa compréhension</i></p> <p><i>Le vendeur conserve une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients</i></p> <p><i>Le vendeur adopte un mode de communication adapté à la situation de traitement de réclamation : il s'affirme (je, utilisation du présent, voix tonique), stoppe l'agressivité de son interlocuteur, ...</i></p> <p><i>Le vendeur explique avec clarté le fonctionnement et les règles et consignes de sécurité (chargement, déchargement, surcharge, risque d'infraction, ...) en vigueur dans l'entreprise</i></p> <p><i>Des recherches sont effectuées dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation ou du litige client</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alerter un client sur un risque de non-respect d'une règle de sécurité en mettant en évidence les risques encourus 		<p><i>Le vendeur identifie des propositions adaptées de règlement de la réclamation</i> <i>Il tient compte des engagements formels pris envers le client</i> <i>Si la réclamation dépasse son champ de compétences, le vendeur s'adresse à l'interlocuteur adapté</i></p>
<p>Réalisation d'animations commerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposer des actions et animations commerciales en tenant compte des besoins des clients et de l'état des stocks ▪ Organiser des actions et des animations commerciales, notamment avec l'aide des fournisseurs en veillant à leurs bonnes conditions de mise en œuvre ▪ Réaliser une animation commerciale en veillant à mettre en valeur les produits présentés ▪ Evaluer les résultats de l'animation en vue de proposer des réajustements ultérieurs 	<p>Entretien individuel d'évaluation en organisme habilité portant sur la préparation et la mise en œuvre d'une animation commerciale en agence</p> <p>Dans un premier temps, le candidat présente l'animation réalisée en s'appuyant sur un support écrit détaillant :</p> <p>Les objectifs de l'animation commerciale / les constats ayant conduit à sa mise en place Les ressources humaines et matérielles nécessaires à l'animation commerciale Les produits objets de l'animation commerciale Les résultats de l'action commerciale Des propositions de réajustement pour de prochaines animations</p> <p>Cette animation peut être réalisée dans le cadre d'une activité de vente au comptoir, de vente en libre-service ou de vente en salle d'exposition</p> <p><i>Durée de l'entretien d'évaluation : 30 minutes</i></p> <p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p><i>Le vendeur propose des actions et des animations commerciales adaptées en tenant compte de la saisonnalité et de l'évolution de l'offre de produits</i> <i>Les produits devant faire l'objet d'une opération commerciale (déstockage, ...) sont identifiés</i> <i>Le vendeur identifie les ressources matérielles et humaines nécessaires à l'animation ou l'action commerciale</i> <i>Le vendeur fait appel à des intervenants (fournisseurs, ...) pour réaliser des démonstrations et participer aux animations</i> <i>Le vendeur adopte une posture permettant de faciliter les contacts clients au cours de l'animation</i> <i>Les résultats de l'action sont présentés et argumentés</i> <i>Des propositions de réajustement pour des actions ultérieures sont formulés</i></p>

Bloc de compétences 3 : Suivi des stocks et des livraisons et travail en équipe en agence de négoce des matériaux de construction

Suivi des stocks et des livraisons	<ul style="list-style-type: none"> Réaliser une consultation de stock et l'enregistrement d'une entrée ou d'une sortie de stock en utilisant le système d'informations de l'entreprise 		<p>Les fonctionnalités de l'outil informatique de gestion des stocks sont utilisées sans difficulté</p> <p>La disponibilité des produits est systématiquement vérifiée au cours d'une vente</p> <p>Les interlocuteurs compétents sont alertés en cas de rupture ou d'anomalie constatée dans les stocks</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Evaluer les délais de livraison en tenant compte des délais d'approvisionnement auprès des différents fournisseurs et / ou des plateformes logistiques Définir des dates de livraison au client en tenant compte des contraintes logistiques internes et externes 	<p>Test écrit individuel en organisme habilité sur l'estimation et le suivi des délais de livraison et l'optimisation des stocks</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 10 minutes</i></p>	<p>Les délais d'approvisionnement auprès des différents fournisseurs et plateformes logistiques sont suivis</p> <p>Le vendeur tient compte de l'ensemble des informations à sa disposition pour estimer de manière réaliste les délais et dates de livraison</p> <p>Le client est systématiquement informé de l'état de sa commande (réception des produits, retard de livraison, ...)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser la gestion des stocks en privilégiant la vente des produits stockés Identifier les conséquences des écarts d'inventaire en veillant à leur impact sur les différentes activités 	<p>Test écrit individuel sur les règles de sécurité au sein de l'entreprise et les règles en matière d'ergonomie</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 10 minutes</i></p>	<p>Le vendeur connaît les principales caractéristiques du plan de stock de l'agence</p> <p>Le vendeur présente aux clients en priorité les produits en stock</p> <p>Le vendeur examine plusieurs possibilités pour proposer une solution au client : agence, point de vente limitrophe, plate-forme, fournisseur externe, produit en contremarque</p> <p>Le vendeur identifie les objectifs des inventaires</p> <p>Le vendeur identifie les conséquences des écarts d'inventaire sur les relations clients et les résultats financiers de l'agence</p>
Travail en équipe	<ul style="list-style-type: none"> Coordonner ses interventions avec celles de l'équipe de l'agence en veillant à l'articulation de ses interventions avec les attachés technico-commerciaux Identifier et collecter les informations pertinentes en matière de relevé de prix, de remontée d'informations terrain et de veille concurrentielle en vue de les transmettre au sein de l'équipe Transmettre des informations pertinentes aux différents services de l'entreprise sur les clients, leurs projets, leurs caractéristiques et les contraintes de la commercialisation en respectant l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise 	<p>Entretien individuel d'évaluation en organisme habilité à partir d'une production écrite individuelle réalisée en amont de l'évaluation sur la base d'une trame fournie par la CPNEFP et portant sur le travail en équipe, la gestion des priorités et la sécurité</p> <p><i>Durée de l'évaluation : 10 minutes</i></p> <p>Examen en commission de bilan final des activités réalisées et des compétences mises en œuvre en entreprise</p>	<p>Le vendeur identifie les attributions et les modalités de fonctionnement des différents services de l'entreprise</p> <p>Le vendeur identifie les conséquences qu'ont ses actions et interventions sur les différents services de l'entreprise (service administratif, service logistique / livraison, ...)</p> <p>Il recherche auprès de différents interlocuteurs les informations clés sur les prix pratiqués, les remontées d'informations terrain, les pratiques de la concurrence, les projets des clients, leur niveau de satisfaction, ...</p> <p>Il transmet aux différents services de l'entreprise les informations clés leur permettant d'apporter un service de qualité aux clients</p> <p>Le vendeur transmet à l'équipe transport – cour les informations pouvant faciliter et suivre les préparations de commandes et les livraisons : conditions d'accès à un chantier, horaires préférentiels de livraison, délais à respecter sur les chantiers des clients, exigences spécifiques d'un client, ...</p> <p>Le vendeur recherche auprès des bons interlocuteurs et sans perte de temps les informations lui permettant d'informer les clients sur leurs commandes et livraisons : état des commandes, retards éventuels, ruptures de stocks imprévues, changements d'horaires de livraison, ...</p> <p>Le vendeur respecte l'organisation hiérarchique et fonctionnelle de l'entreprise</p> <p>Le vendeur s'informe régulièrement sur les activités réalisées par les attachés technico-commerciaux</p> <p>Le vendeur prend l'initiative de se coordonner avec les attachés technico-commerciaux</p>

			<p><i>Le vendeur prend l'initiative d'aider un collègue qui doit gérer de manière simultanée plusieurs sollicitations (face à face, téléphone, ...)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hiérarchiser ses priorités afin de se montrer disponible pour les clients tout en assurant le suivi et l'entretien de l'espace de vente 		<p><i>Le vendeur identifie les plages horaires au cours desquelles il est moins sollicité par les clients pour réaliser des opérations d'entretien de l'espace de vente ou d'autres activités commerciales (devis, relances, ...)</i> <i>Le vendeur est attentif aux fluctuations de fréquentation de la clientèle dans l'agence</i> <i>Le vendeur utilise des outils adéquats (échancier, agenda) pour la relance de devis</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prendre en compte dans ses déplacements et ses interventions les règles de sécurité en tenant compte des consignes en vigueur dans l'entreprise (plan de circulation, règlement intérieur ...) 		<p><i>Le vendeur respecte le plan de circulation en vigueur (zones de circulation, zones piétonnes, ...)</i> <i>Le vendeur respecte les dispositions du règlement intérieur en matière de sécurité (port des EPI en libre-service et dans la cour, ...)</i> <i>Le vendeur est attentif à sa propre sécurité et à celle des autres</i></p>