

## Référentiels

[Article L6113-1 En savoir plus sur cet article...](#)

[Créé par LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>1. Développement marketing d'un produit ou d'un service</b>	Accueillir la demande et analyser le besoin du client en produit ou en service afin d'identifier le périmètre concerné, en français ou dans une langue étrangère	<p><b>Projet collaboratif</b> : sur 3 mois, le candidat contribue en équipe à la résolution d'une problématique apportée par l'entreprise en mettant en œuvre les compétences liées à l'activité : analyse de la demande, recherche d'éléments de contexte, analyse des données et proposition de solution</p> <p><b>Simulations</b> : les candidats doivent proposer un nouveau produit selon une typologie prédéfinie</p>	<p>Respect du contexte de la demande</p> <p>Données précises, factuelles et vérifiables</p> <p>Argumentation solide des solutions proposées</p>
	Mettre en place un système de veille en identifiant les sources d'informations pertinentes à la prise de décision		
	Le cas échéant, s'adjoindre de personnes expertes afin de former une équipe de travail et animer cette équipe par le biais de réunions notamment		
	Faire une étude de marché et analyser les données socio-économiques concernant les clientèles et les produits touristiques, grâce à des études qualitatives et quantitatives		
	Analyser le potentiel des différents circuits de réalisation d'une offre de service touristique (faisabilité technique, état de la concurrence, etc.)		
	Créer des produits touristiques et / ou développer une gamme de produits en prenant en compte les résultats de l'analyse menée		

<b>2. Commercialisation d'un produit ou d'un service</b>	Contribuer à la définition des prix de vente des produits touristiques en s'appuyant sur l'étude de concurrence et de l'environnement, dans le respect de la stratégie commerciale de la structure	<p><b><u>Simulations :</u></b> les candidats doivent définir les étapes-clés de la commercialisation du produit qu'ils auront créé</p> <p><b><u>Jeux de rôles :</u></b> les candidats sont amenés à interpréter l'acheteur aussi bien que le vendeur du produit ou du service</p> <p><b><u>Expérience en entreprise :</u></b> les candidats contribuent à la définition du plan d'actions commerciales et sont amenés à gérer la relation client jusqu'au processus de vente</p>	<p>Respect de la stratégie commerciale dans la déclinaison des actions commerciales</p> <p>Parfaite maîtrise des étapes de la vente</p> <p>Utilisation d'un vocabulaire adapté à la typologie du client</p>
	Contribuer au développement du plan d'actions commerciales, et mettre en oeuvre la politique commerciale et de communication de la structure : démarcher des clients, rechercher des points de vente, organiser des réseaux en s'appuyant notamment sur les canaux du numérique lié au tourisme		
	Gérer et développer les différentes situations de la relation client (face à face, en ligne, etc.), en utilisant les différents canaux de communication (marketing opérationnel) afin de répondre à leurs demandes ou besoins		
	Conseiller, proposer et vendre des produits/services touristiques aux clients en adéquation avec leur demande initiale tout en optimisant la rentabilité de la structure, en français ou en langue étrangère		

<b>3. Gestion courante et administration de l'activité</b>	Réaliser le suivi des dossiers clients en tenant son outil de relation client (GRC/CRM) à jour	<p><b>Jeux de rôles :</b> mise en situation de relation client et de négociation dans des conditions d'achats auprès de fournisseurs notamment</p> <p><b>Expérience en entreprise :</b> les candidats sont amenés à réaliser un suivi de clientèle, à négocier des contrats et s'assurer de la bonne gestion de leur service dans le respect des lois et processus qualité en vigueur ainsi que des bonnes conditions d'accueil de la clientèle</p> <p><b>Mémoire professionnel :</b> les candidats doivent analyser les pratiques RSO/RSE de l'entreprise et, le cas échéant, proposer des axes d'amélioration</p>	<p>Gestion de l'outil de relation client très rigoureuse (mise à jour avec des données fiables et exploitables)</p> <p>Bonne adaptation à la typologie de la clientèle lors des échanges</p> <p>Proposition de différents prestataires (mise en concurrence selon les critères de prix, de délai et d'intégration de la dimension RSO/RSE)</p> <p>Rigueur du suivi des stocks (fichiers/ERP à jour)</p> <p>Environnement d'accueil adéquat (propreté, horaires, personnel, etc.)</p>
	Gérer la relation clientèle en tenant compte des typologies et des caractéristiques propres à chaque catégorie, en satisfaisant aux demandes particulières et en résolvant au mieux les conflits pouvant survenir dans le respect des intérêts de chacun		
	Négocier des contrats avec les prestataires / fournisseurs en élaborant une consultation auprès de prestataires pertinents et en sélectionnant la solution la plus en adéquation avec les besoins/ressources de la structure, en français ou dans une langue étrangère		
	Faire le suivi logistique et l'approvisionnement des stocks en utilisant les outils informatiques mis en place au sein de la structure		
	Intégrer dans la conduite des projets et chantiers les enjeux de développement durable via la RSO et RSE, notamment en termes de sélection de prestataires, de politique d'achats responsables et de gestion des déchets		
	Veiller aux bonnes conditions d'accueil du public et au respect des procédures qualité, hygiène et sécurité en se conformant aux référentiels qualité de la structure		

<b>4. Communication en plusieurs langues étrangères dans un contexte professionnel</b>	Communiquer (s'exprimer et comprendre) à l'oral, en anglais ainsi qu'en une autre langue étrangère, avec un interlocuteur de nationalité différente de la sienne, par le biais de divers média (face-à-face, téléphone, visio...)	<p><b><u>Expérience en entreprise</u></b> : les candidats sont amenés à devoir utiliser au moins la langue anglaise dans leurs missions, qu'il s'agisse de la rédaction de supports de communication, de mails, de contenu web, etc. ou à l'oral (typiquement lors de l'accueil de clientèle étrangère). Les candidats évoluent dans un contexte multiculturel et mettent en oeuvre leurs compétences en langues étrangères.</p> <p><b><u>Examens finaux des cours dispensés en anglais</u></b> : les candidats doivent s'exprimer à l'écrit ou à l'oral en anglais sur le sujet professionnel sur lequel ils sont évalués</p>	Choix de vocabulaire adapté au contexte
	Communiquer (s'exprimer et comprendre) à l'écrit en anglais ainsi qu'en une autre langue étrangère par le biais de divers média (courrier, digital, brochures, mails, devis...)		Bonne construction grammaticale
	Interagir avec un interlocuteur en langue étrangère en faisant appel à un vocabulaire, une sémantique et une grammaire adaptés à la situation professionnelle (accueil clientèle étrangère, offre de solutions à la problématique exprimée par le client, contacts avec de potentiels fournisseurs ou prestataires...)		Le candidat s'exprime de manière fluide et compréhensible
			Le candidat comprend son interlocuteur ou sait lui demander de reformuler sa demande

<b>5. Utilisation d'outils numériques de manière sécurisée et optimale des technologies de l'information</b>	Adopter une attitude citoyenne dans la société de l'information en respectant les règles d'usage, en respectant les droits et obligations relatifs à l'utilisation de l'informatique et d'internet, en respectant les droits d'auteur et de propriété, en protégeant les informations concernant sa personne et ses données	<b>Expérience en entreprise :</b> le candidat utilise l'outil informatique dans ses missions quotidiennes dans le respect des lois en vigueur	Adéquation entre le choix de l'outil numérique et le résultat escompté
	Réaliser un document numérique en concevant un document par la mise en oeuvre des fonctionnalités des outils utilisés	<b>Présentations orales :</b> Utilisation d'outils numériques afin d'apporter un support visuel à la présentation	Utilisation optimale de l'outil en termes de temps et de fonctionnalités
	Communiquer, échanger, collaborer en réseau en utilisant l'outil/plateforme de communication adapté aux besoins/interlocuteurs	<b>Dossiers :</b> Utilisation des outils de traitement de texte et données informatiques dans le but de réaliser un dossier à visée professionnelle  <b>Projets collaboratifs :</b> Utilisation d'outils de partage de données pour travailler de manière collaborative, et échanger également avec l'entreprise commanditaire	Clarté et esthétisme de la production numérique  Collaborer de manière impliquée, active et réactive