

Sommaire

Ce document complémentaire du référentiel de diplôme est destiné aux équipes pédagogiques.

1. Présentation du Bac pro Technicien Conseil-Vente en Alimentation	3
2. Présentation des fiches compétences - SPS	4
3. Les fiches compétences du Bac pro Technicien Conseil-Vente en Alimentation	6
Champs de compétences communs aux Bacs pros TCV	7
Champs de compétences spécifiques aux options Produits alimentaires et Vins et spiritueux de la spécialité TCVA	14

Ce document, qui réunit les fiches compétences relatives au chef/gestionnaire de rayon, est complémentaire au référentiel du diplôme de Bac pro. Il est indissociable de ce référentiel, qui est l'outil de référence des enseignants et doit être consulté dans sa globalité, quelle que soit leur spécialisation.

1. Présentation du Bac pro Technicien Conseil-Vente en Alimentation

Le Bac pro Technicien Conseil-Vente en Alimentation du ministère chargé de l'agriculture relève du champ professionnel du conseil-vente.

Ce diplôme comporte 2 options :

- produits alimentaires
- vins et spiritueux.

Ce diplôme national atteste d'une qualification professionnelle. Il est enregistré dans le répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) et classé au niveau IV de la nomenclature interministérielle des niveaux de formation.

Le référentiel du diplôme comporte :

- un référentiel professionnel qui décrit les activités professionnelles du chef/gestionnaire de rayon,
- un référentiel de certification qui présente les capacités générales et professionnelles requises pour l'obtention du diplôme et précise le règlement d'examen.

Ce document peut être téléchargé sur le site chlorofil.fr

<http://www.chlorofil.fr/certifications/textes-officiels/mise-en-oeuvre-des-diplomes-et-certifications/textes-et-references-specifiques/bac-professionnel/bac-pro-tcv-alim-vspa.html>

Les documents réglementaires y sont également disponibles (arrêté de création, grilles horaires).

Vous trouverez l'ensemble des références réglementaires relatives aux bacs pros en 3 ans à l'adresse

<http://preavert.chlorofil.fr/bac-pro-3-ans/vade-mecum/textes-reglementaires.html>

2. Présentation des fiches compétences

Les référentiels de diplômes sont des documents réglementaires destinés à être consultés ou utilisés par différentes catégories d'usagers : les enseignants, les personnes chargées de la gestion du système, les professionnels du secteur, les apprenants, les parents d'élèves... C'est pourquoi ces documents ne présentent que les éléments indispensables à ces usagers.

D'autres informations, utiles au travail des équipes pédagogiques tant pour préparer la formation que l'évaluation ou encore pour organiser les phases d'alternance, sont réunies sous forme de fiches appelées « fiches compétences » dans ce document complémentaire. Ces informations proviennent de la phase d'ingénierie qui a permis d'élaborer le référentiel professionnel du diplôme.

Les fiches compétences sont issues de l'analyse du travail et s'appuient sur le repérage de situations professionnelles *significatives*, reconnues par les professionnels (employeurs et salariés titulaires des emplois) comme particulièrement révélatrices de la compétence¹.

Les situations et les ressources² décrites dans ces fiches ne constituent pas une liste exhaustive et certaines sont actualisables. Ont été retenues celles qu'il paraît indispensable de maîtriser pour exercer le métier dans une majorité de configurations observées. Une fiche est élaborée pour chaque champ de compétences suffisamment homogène pour être distingué. La liste des situations significatives et les champs de compétences correspondants figurent dans le référentiel professionnel du diplôme. Elle est reproduite dans ce document (page suivante).

Les fiches sont toutes structurées sur le même modèle³. Elles précisent pour chaque champ de compétences :

- des éléments de contexte : finalité du travail, responsabilité et autonomie du salarié, environnement de travail, indicateurs de réussite.
- les ressources à mobiliser pour mettre en œuvre efficacement les activités : savoir-faire, savoirs identifiés par les professionnels, savoir-faire consolidés par l'expérience, comportements professionnels.

Les fiches permettent d'appréhender la nature des emplois et des activités des futurs diplômés. Elles servent également de référence pour la validation des acquis de l'expérience.

Utilisation des fiches compétences pour la formation et l'évaluation

Les fiches compétences donnent des indications aux équipes pour l'élaboration de situations de formation et d'évaluation, en particulier pour les évaluations en situation professionnelle. Elles peuvent aussi être utilisées comme support de discussion avec les maîtres de stage ou d'apprentissage, au moment où se négocient avec ces derniers les objectifs des périodes en milieu professionnel.

Remarque : Les fiches compétences concernent la description de situations professionnelles maîtrisées par des professionnels confirmés. Les équipes tiendront compte dans la préparation des évaluations que les capacités attestées par le diplôme ne visent pas ce niveau de maîtrise mais celui nécessaire à l'insertion dans l'emploi.

¹ Parmi les critères utilisés pour leur détermination peuvent être cités : la fréquence, la complexité, la prise en compte d'aspects prospectifs ou répondant à des nécessités politiques, réglementaires, stratégiques, sociales, éducatives.

² Le terme « ressources » est entendu au sens de tout ce sur quoi s'appuie le professionnel pour exercer avec compétence ses activités : les ressources peuvent être des connaissances (savoirs), des savoir-faire, des comportements... dont la combinatoire permet la compétence. N'ont été retenues dans les fiches compétences que les « ressources » qui peuvent être acquises par la formation ou par l'expérience. C'est pourquoi n'y figure aucune mention d'aptitudes ou de qualités personnelles.

³ Les définitions des rubriques des fiches compétences sont téléchargeables sur la même page internet que le référentiel et le document complémentaire.

Situations professionnelles significatives

L'analyse des emplois et l'analyse du travail effectuées pour élaborer le référentiel professionnel ont permis d'identifier un certain nombre de situations professionnelles significatives de la compétence (SPS). Ces situations ont été indiquées par les professionnels comme représentatives du cœur du métier. Elles sont peu nombreuses et elles mobilisent les compétences-clés nécessaires à l'exercice du métier. Le tableau suivant, extrait du référentiel professionnel, présente les SPS des emplois visés par le bac pro TCVA. Ces situations sont regroupées par champs de compétences selon la nature des compétences qu'elles mobilisent et la finalité visée.

Champs et SPS communs à tous les bacs pros Technicien Conseil-Vente

Champs de compétences	Situations professionnelles significatives	Finalité
Gestion des stocks, des approvisionnements et mise en rayon des marchandises	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion des flux de marchandises de la commande à la mise en rayon ➤ Contrôle et suivi de la qualité de la marchandise de la réception à sa vente ➤ Préparation, organisation et animation du rayon ou de l'espace de vente ➤ Gestion et promotion du rayon ou de l'espace de vente 	Optimiser l'organisation du rayon ou de l'espace de vente
Application des techniques de vente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Accueil du client ➤ Conseil et offre au client ➤ Conclusion de la (des) vente(s) 	Faire une vente en adéquation avec le besoin du client et les objectifs du magasin
Adaptation aux évolutions des modes de consommation et de commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibilisation, information, conseil et formation des clients ➤ Utilisation d'outils de vente à distance 	Proposer des solutions commerciales en réponse à différents segments de clients en cohérence avec le développement durable
Communication et travail en équipe	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Animation de son équipe ➤ Bilan de la rentabilité des activités commerciales 	Entretenir des relations avec la hiérarchie et l'équipe en respectant les consignes et textes en vigueur pour atteindre les objectifs de vente

Champs et SPS spécifiques aux options du Bac pro TCVA

Champs de compétences	Situations professionnelles significatives	Finalité
Réalisation d'opérations spécifiques aux points de vente de produits alimentaires	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Information et conseil au client sur les caractéristiques culturelles, gustatives et nutritionnelles des produits ainsi que leur mode de consommation et leur utilisation culinaire ➤ Application des consignes qui permettent de respecter la chaîne du froid et les règles de conditionnement des produits alimentaires ➤ Préparation des commandes et/ou des paniers 	Entretenir et rendre attractif un espace de vente et de conseil
Réalisation d'opérations spécifiques aux points de vente de vins et spiritueux	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Information, conseil au client sur les caractéristiques culturelles, gustatives des produits ainsi que leur mode de consommation et leur utilisation ➤ Application des consignes permettant de respecter les règles de conditionnement des vins et spiritueux ➤ Préparation des commandes 	Entretenir et rendre attractif un espace de vente et de conseil

3. Les fiches compétences du Bac pro Technicien Conseil-Vente en Alimentation

Liste des champs de compétences du bac pro TCVA

Champs de compétences communs aux bacs pros TCV

1. Gestion des stocks, des approvisionnements et mise en rayon des marchandises
2. Application des techniques de vente
3. Adaptation aux évolutions des modes de consommation et de commercialisation
4. Communication et travail en équipe

Champ de compétences spécifiques aux options du bac pro TCVA

- 5.1. Réalisation d'opérations spécifiques au point de vente de produits alimentaires
- 5.2. Réalisation d'opérations spécifiques au point de vente de vins et spiritueux

Chaque champ de compétences fait l'objet d'une ou plusieurs fiches descriptives, reproduites dans les pages suivantes.

Fiches communes aux bacs pros TCV

1. Gestion des stocks, des approvisionnements et mise en rayon des marchandises	
Situations professionnelles significatives	<ul style="list-style-type: none">➤ Gestion des flux de marchandises de la commande à la mise en rayon➤ Contrôle et suivi de la qualité de la marchandise de la réception à la vente➤ Préparation, organisation et animation du rayon ou de l'espace de vente➤ Gestion et promotion du rayon ou de l'espace de vente
Finalité : Optimiser l'organisation du rayon ou de l'espace vente.	
Responsabilité/autonomie : <p>Le chef de rayon est responsable d'un espace de vente et des produits se rapportant à cet espace. Il assure la prise de commande auprès des fournisseurs, gère les litiges simples et requiert la compétence de son supérieur hiérarchique dans les cas complexes. Il est responsable de la gestion des stocks en réserve et en rayon, de l'approvisionnement, de l'entretien et du suivi du contrôle des linéaires.</p> <p>La taille de l'espace de vente est variable en fonction de l'entreprise. L'espace de vente couvre l'ensemble du rayon et s'étend jusqu'à la réserve d'où viennent les produits.</p> <p>La relation avec la hiérarchie est variable selon la grandeur du magasin : le chef de rayon travaille soit sous la responsabilité d'un chef de secteur, soit directement sous l'autorité du directeur du magasin</p> <p>Dans le respect de la réglementation et des consignes de sa hiérarchie, le chef de rayon est autonome dans ce champ de compétences. Il peut à ce titre, selon l'état des stocks en rayon et en réserve, décider des promotions au quotidien.</p>	
Environnement de travail : <p>Le chef de rayon opère de nombreux déplacements, surtout lorsque son espace de travail va de la réserve au rayon. Il encadre et accompagne son équipe de vendeurs dans l'acheminement et la mise en rayon des produits. Il utilise des matériels de manutention qui diminuent les ports de charges mais ne les suppriment pas. Toutes les opérations techniques de la réception à l'étiquetage en rayon sont gérées grâce à des logiciels informatiques et des terminaux portatifs.</p> <p>Il organise les activités de mise en rayon en fonction des heures d'affluence de la clientèle.</p> <p>Il reçoit les fournisseurs et/ou les producteurs pour échanger et repérer les segments de marché porteurs.</p> <p>Il doit favoriser l'expression créative de son équipe pour mettre en scène son rayon et le rendre le plus attractif possible.</p> <p>Dans le respect des règles du merchandising et du plan d'implantation des produits, il dispose d'une marge de manœuvre pour mettre en valeur les produits en linéaires.</p> <p>C'est un poste de travail physique, dynamique et qui demande de la réactivité face aux éventuels dysfonctionnements tant sur le plan matériel que sur le plan humain.</p>	
Indicateurs de réussite : <ul style="list-style-type: none">- nombre de ruptures de stock- nombre et taux de pertes ou de démarques- nombre d'erreurs d'étiquetage- atteinte des objectifs de vente- ...	

Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
<p>Utiliser les outils de gestion informatique</p> <p>Identification des fournisseurs</p> <p>Négocier avec un fournisseur (quantité, délai...)</p> <p>Passer une commande</p> <p>Apprécier la qualité d'un produit à la réception</p> <p>Remplir un linéaire dans le respect du plan de merchandising</p> <p>Scénariser un point de vente</p> <p>Se servir d'une étiqueteuse</p> <p>Réguler un stock par la lecture de l'historique des ventes et le calcul des marges</p> <p>Estimer rapidement visuellement un stock</p> <p>Réassortir le stock</p> <p>Réaliser des mini-inventaires</p> <p>Suivre les indicateurs de rentabilité du rayon</p> <p>Diagnostiquer toute anomalie en réserve ou en rayon</p> <p>Organiser une campagne de promotion</p>	<p>Connaissance des produits</p> <p>Terminologie relative à la gestion des stocks</p> <p>Saisonnalité des ventes</p> <p>Calcul d'une marge</p> <p>Différentes formes d'entreprises</p> <p>Circuits de production et de distribution</p> <p>Loi des trois P (prix, plein, propre)</p> <p>Connaissance de la réglementation</p> <p>Certifications et signes de qualité</p> <p>Connaissance des risques environnementaux liés à l'activité</p>
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<p>Anticiper les commandes en fonction des divers facteurs susceptibles d'influencer les achats des clients...</p> <p>Gérer plusieurs rayons</p> <p>Déterminer le niveau optimum du stock</p> <p>Déterminer le moment optimum pour déclencher la commande</p>	<p>Veiller à sa présentation</p> <p>Etre attentif à l'état des produits et à la propreté de son espace d'intervention</p> <p>S'imposer le même niveau d'exigence pour les activités de gestion, d'approvisionnement et de mise en rayon</p>

2. Application des techniques de vente

Situations professionnelles significatives	<ul style="list-style-type: none">➤ Accueil du client➤ Conseil et offre pertinente au client➤ Conclusion de la (les) ventes(s)
Finalité : Faire une vente en adéquation avec le besoin du client et les objectifs du magasin	
Responsabilité /autonomie : Le chef de rayon est responsable d'un espace de vente et des produits se rapportant à cet espace jusqu'à leur vente. Sa relation à la hiérarchie est variable selon la taille du magasin, il travaille soit sous la responsabilité d'un chef de secteur, soit directement sous l'autorité du directeur du magasin. Dans le cadre de la réglementation et des consignes de sa hiérarchie, il dispose de l'autonomie nécessaire pour conseiller et vendre sans assistance. Cependant, lorsqu'il ne connaît pas certains produits ou lorsque des produits font l'objet d'une législation particulière, il peut orienter le client vers un vendeur spécialisé ou certifié. Le chef de rayon est certes un technicien, mais ses compétences commerciales sont déterminantes : la pertinence de sa vente se traduit par une vente additionnelle qui lui permet en grande partie d'atteindre les marges commerciales qui lui sont fixées. Le magasin demande parfois aux chefs de rayon de porter la tenue de l'enseigne.	
Environnement de travail : Le chef de rayon observe le comportement des clients et les oriente en cas de besoin dans le but de faciliter leurs achats : il se rend avant tout disponible pour le consommateur. Les horaires d'ouverture aux clients ayant tendance à s'amplifier, les contraintes horaires liées à l'approvisionnement, à l'entretien et au suivi des linéaires et l'encadrement des équipes sont renforcées. L'impact des saisons et la localisation géographique peuvent aussi modifier les horaires et les jours d'ouverture, jours qui peuvent inclure les samedi, dimanche et jours fériés et qui entrent dans l'emploi du temps du chef de rayon. Il travaille en proximité et de manière quotidienne avec une équipe de vendeurs. De plus en plus, la vente des produits inertes se fait au regard de l'aménagement intérieur ou extérieur du domicile clientèle, le responsable du rayon doit à ce titre repérer le profil de son client.	
Indicateurs de réussite <ul style="list-style-type: none">- nombre de passage en caisse- panier moyen- taux de marges- taux de fidélisation- nombre de réclamations- ...	

Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
<p>Appliquer toutes les étapes des techniques de vente</p> <p>Orienter le client dans le but de faciliter ses achats</p> <p>Adapter ses techniques de vente au produit et au contexte</p> <p>Traiter une réclamation ou un SAV simple</p> <p>Interpréter les marges</p> <p>Soutenir une conversation technique simple en anglais</p>	<p>Connaissance des produits</p> <p>Loi des 80-20</p> <p>Profils- type de la clientèle</p> <p>Terminologie relative au marketing et à la vente</p> <p>Calcul d'une marge</p> <p>Certifications et signes de qualité</p> <p>Caractéristiques et usage des supports de promotion des produits et du magasin</p> <p>Paramètres d'influence sur le chiffre d'affaires et/ou la marge bénéficiaire</p> <p>Connaissance de la réglementation</p>
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<p>Personnaliser ses techniques de vente</p> <p>Traiter une réclamation ou une demande de SAV complexe</p> <p>Apporter une solution rapide à un problème</p> <p>Restaurer un climat de confiance avec un client insatisfait</p>	<p>Faire preuve de disponibilité</p> <p>Veiller à l'écoute</p> <p>Veiller à sa présentation</p>

3. Adaptation aux évolutions des modes de consommation et de commercialisation

Situations professionnelles significatives

- Sensibilisation, information, conseil et formation des clients
- Utilisation d'outils de vente à distance

Finalité :

Proposer des solutions commerciales en réponse à différents segments de clients et cohérentes avec le développement durable.

Responsabilité /autonomie :

Le chef de rayon est sensible aux orientations politiques en matière d'environnement et de sécurité alimentaire (le plus souvent intégrées dans les démarches qualité de son organisation ou de son enseigne).

Il applique et fait appliquer la réglementation en vigueur en développant différentes activités de sensibilisation, d'information et de conseil à destination de ses clients (point info, vidéo, note d'information, de recommandation et de conseil...).

Il accompagne globalement et en lien avec son supérieur hiérarchique des démarches de développement durable et de responsabilité sociétale de son entreprise à destination de ses clients.

Il organise son travail en intégrant différentes combinaisons commerciales dans le respect de la stratégie commerciale du magasin ou de l'enseigne.

Environnement de travail :

Le chef de rayon adapte son offre commerciale à la demande évolutive de ses clients qui utilisent en complément du circuit traditionnel, des canaux de distribution complémentaires tels que l'achat en ligne, les commandes téléphoniques, la livraison à domicile...

Il utilise alors tous les outils mis à sa disposition pour traiter la demande de sa source à la livraison à domicile, qu'elle soit physique ou postale.

Il intègre dans ses pratiques et dans le conseil au client une démarche éco responsable.

Indicateurs de réussite

- nombre de commandes
- taux de fidélisation
- nombre de réclamations
- évolution qualitative du comportement d'achat
- ...

Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
<p>Utiliser les outils de gestion informatique</p> <p>Appliquer toutes les étapes des prises de commande par téléphone</p> <p>Appliquer toutes les étapes des prises de commande par internet</p> <p>Transmettre les commandes identifiées vers le service concerné</p> <p>Préparer la commande</p> <p>Assurer une livraison à domicile de qualité</p> <p>Transmettre à domicile les éventuelles promotions du magasin</p> <p>Traiter une réclamation ou un SAV simple</p>	<p>Connaissance des produits en magasin</p> <p>Connaissance des attentes et habitudes du client</p> <p>Certifications et signes de qualité</p> <p>Caractéristiques et utilisation de supports pour la promotion des produits et du magasin</p> <p>Connaissance de la réglementation</p> <p>Notions liées au développement durable, économie d'énergie, recyclage</p>
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<p>Assurer l'animation du site internet</p> <p>Gérer un site de vente en ligne</p> <p>Organiser la logistique d'un gros volume de commandes en ligne</p> <p>Traiter une réclamation ou une demande de SAV complexe</p> <p>Restaurer un climat de confiance avec un client insatisfait</p>	<p>Veiller à sa présentation</p> <p>Veiller à l'écoute</p> <p>Veiller à un contact téléphonique clair</p>

4. Communication et travail en équipe

Situations professionnelles significatives	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Animation de son équipe ➤ Bilan de la rentabilité des activités commerciales
Finalité :	
Entretenir des relations de collaboration avec la hiérarchie et l'équipe du magasin dans le respect des consignes et textes en vigueur pour atteindre les objectifs de vente.	
Responsabilité /autonomie :	
<p>Bien que responsable d'un espace de vente donné, le chef de rayon travaille en équipe et sous la responsabilité d'un supérieur hiérarchique.</p> <p>Selon les règles internes de l'entreprise, toutes les prises d'initiatives en lien avec son activité sont validées et évaluées par le supérieur hiérarchique.</p> <p>Pour faciliter cette évaluation, le chef de rayon rend compte de toutes ses activités commerciales auprès de son supérieur hiérarchique ainsi que des éventuels dysfonctionnements rencontrés dans la journée.</p>	
Environnement de travail :	
<p>Le chef de rayon encadre des vendeurs et développe un véritable travail en en équipe : il participe à tous les travaux en lien avec l'espace de vente selon les besoins et la fréquentation de la clientèle.</p> <p>Le chef de rayon opère dans un environnement organisationnel et culturel propre à chaque entreprise. Celle-ci peut être totalement indépendante, mais elle peut aussi être liée ou appartenir à un groupe de magasins ou à une enseigne particulière. Selon la situation, les valeurs, les messages portés par la direction, l'état d'esprit du personnel, l'ambiance et le rythme de travail au sein du magasin seront différents. Ces spécificités sont intégrées par le chef de rayon dans le cadre de ses activités, notamment en terme de réactivité à diverses sollicitations ou anomalies constatées et dans sa communication avec les clients et ses collègues.</p> <p>Enfin, le chef de rayon a le souci de la sécurité des personnes de son équipe.</p>	
Indicateurs de réussite	
<ul style="list-style-type: none"> - Fréquence des échanges avec ses collègues - Fréquence et durée des échanges avec sa hiérarchie - Circulation de l'information 	
Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
Communiquer avec ses collègues Appliquer un plan de communication S'intégrer dans une équipe Animer une équipe Lire et interpréter correctement des documents touchant notamment l'emploi et les activités de l'entreprise Favoriser l'expression de suggestions et/ou de remarques de ses vendeurs Prévenir les problèmes relationnels Evaluer la performance de ses vendeurs	Règles de communication. Différentes formes d'entreprises Terminologie relative à la communication Connaissance de la réglementation : code du travail, hygiène et sécurité, conventions collectives Connaissances liées au développement durable, économie d'énergie, traitement des déchets et réglementations sur ce sujet
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
Développer une dynamique de travail en équipe Restaurer un climat de confiance dans l'équipe Gérer des conflits complexes ...	Veiller au quotidien au respect des règles internes au magasin Faire preuve d'écoute vis-à-vis de ses collègues Faire preuve d'équité ...

Fiche spécifique à l'option Produits alimentaires du TCVA

5.1 Réalisation d'opérations spécifiques au point de vente de produits alimentaires

Situations professionnelles significatives

- Information, conseil au client sur les caractéristiques culturelles, gustatives et nutritionnelles des produits ainsi que leur mode de consommation et leur utilisation culinaire
- Application des consignes permettant de respecter la chaîne du froid et les règles de conditionnement des produits alimentaires
- Préparation des commandes et/ou des paniers

Finalité :

Entretenir et rendre attractif un espace de vente et de conseil.

Responsabilité /autonomie :

Le chef de rayon en produits alimentaires est responsable de la commande et de la réception des marchandises qui le concernent ainsi que du bon fonctionnement des appareils lui permettant de préparer et maintenir en bon état de conservation les produits.

Il n'a pas le droit à l'erreur ; la qualité de son espace de vente en relation directe avec le frais aura un impact majeur sur la notoriété du magasin.

Il prépare les commandes et les conditionne pour sécuriser leur transport.

Environnement de travail :

Le chef de rayon de produits alimentaires travaille principalement en Grande Surface Alimentaire. Il passe au moins la moitié de son temps de travail à l'approvisionnement des rayons et à l'entretien et au suivi des linéaires et des produits.

Il est par ailleurs amené à préparer les produits à la vente, notamment à mettre en barquette des denrées alimentaires telles que la viande, la charcuterie, le fromage, l'ensachage des pains et viennoiserie, etc.

Les travaux en réserve ou en « laboratoire » l'amènent parfois à stationner en chambre froide ou en salle de cuisson où la température peut être très froide ou très chaude.

Avec l'évolution de la demande, le chef de rayon organise des livraisons à domicile suite à des commandes qu'il a traitées par téléphone ou par voie électronique (voir champs de compétence « répondre aux attentes sociétales »).

En matière de vente de produits, le chef de rayon est particulièrement impliqué dans le conseil et l'acheminement des commandes via un transporteur ou en réalisant lui-même les livraisons.

Outre le goût du contact avec le client, le vendeur de produits alimentaires montre aux clients son intérêt et sa connaissance des produits alimentaires en organisant des dégustations.

Il a un sens aigu de l'observation de l'état de ces produits.

Indicateurs de réussite

- Nombre de retours client pour les commandes préparées par le chef de rayon ou ses vendeurs
- Nombre de réclamations
- Etat de conservation des denrées périssables
- Qualité de la dégustation
- Taux de satisfaction des clients

Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
<p>Conditionner et préparer les produits</p> <p>Monter et entretenir une glace de poissonnerie</p> <p>Régler les instruments : balance, coupe-jambon...</p> <p>Régler la température des lieux où séjournent les produits alimentaires</p> <p>Organiser le traitement de la commande et sa préparation</p> <p>Gérer une file d'attente en magasin</p> <p>Réaliser une opération de dégustation</p>	<p>Connaissance des produits alimentaires, des boissons</p> <p>Connaissance des bases culinaires et d'association de produits</p> <p>Circuits de production, de distribution et de contrôle</p> <p>Connaissances en biologie et microbiologie</p> <p>Conditions de conservation des produits</p> <p>Certifications et signes de qualité</p> <p>Connaissance des risques environnementaux liés à l'activité</p> <p>Connaissance de la réglementation</p>
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<p>Adapter ses techniques de vente au type de produit et de client particulièrement exigeant sur les produits nobles</p> <p>Pour la vente additionnelle : Identifier l'article complémentaire de l'achat initial</p> <p>Proposer un mode de préparation, un accompagnement ou une recette concernant le produit vendu</p>	<p>Etre attentif à l'hygiène au cours de la manipulation, la dégustation et/ou du transport des denrées</p> <p>Etre attentif au besoin du client dans le conseil et/ou dans le choix d'une préparation</p>

Fiche spécifique à l'option Vins et spiritueux du TCVA

5.2. Réalisation d'opérations spécifiques au point de vente de vins et spiritueux

Situations professionnelles significatives

- Information, conseil au client sur les caractéristiques culturelles, gustatives des produits ainsi que leur mode de consommation et leur utilisation
- Application des consignes permettant de respecter les règles de conditionnement des vins et spiritueux
- Préparation des commandes

Finalité :

Entretenir et rendre attractif un espace de vente et de conseil.

Responsabilité /autonomie :

Le chef de rayon en vins et spiritueux est responsable de la commande et de la réception des marchandises qui le concernent ainsi que du bon fonctionnement des appareils lui permettant de préparer et maintenir en bon état de conservation les produits.

Il n'a pas le droit à l'erreur ; la qualité de son espace de vente aura un impact majeur la notoriété du magasin.

Il prépare les commandes et les conditionne pour sécuriser leur transport.

Environnement de travail :

Le chef de rayon vins et spiritueux travaille principalement en Grande Surface Alimentaire, il passe au moins la moitié de son temps de travail à l'approvisionnement des rayons et à l'entretien et au suivi des linéaires et des produits.

Avec l'évolution de la demande, le chef de rayon organise des livraisons à domicile suite à des commandes qu'il a traitées par téléphone ou par voie électronique (voir champs de compétence « répondre aux attentes sociétales »)

En matière de vente de produits, le chef de rayon est particulièrement impliqué dans le conseil et l'acheminement des commandes via un transporteur ou en réalisant lui-même les livraisons.

Outre le goût du contact avec le client, le vendeur de vins et spiritueux montre aux clients son intérêt et sa connaissance des produits en organisant des dégustations.

Indicateurs de réussite

- Nombre de retours clients pour les commandes préparées par le chef de rayon ou ses vendeurs
- Nombre de réclamations
- Qualité de la dégustation
- Taux de satisfaction des clients

Savoir-faire	Savoirs identifiés par les professionnels
<p>Conditionner et préparer les produits</p> <p>Régler la température des lieux où séjournent les vins et spiritueux</p> <p>Organiser le traitement de la commande et sa préparation</p> <p>Gérer une file d'attente en magasin</p> <p>Réaliser une opération de dégustation</p>	<p>Connaissance des vins et spiritueux</p> <p>Connaissance des bases culinaires et d'association de produits</p> <p>Circuits de production, de distribution et de contrôle</p> <p>Connaissances en biologie et microbiologie</p> <p>Conditions de conservation des produits</p> <p>Certifications et signes de qualité</p> <p>Connaissance des risques environnementaux liés à l'activité</p> <p>Connaissance de la réglementation</p>
Savoir-faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<p>Adapter ses techniques de vente au type de produit et de client particulièrement exigeant sur les produits nobles</p> <p>Pour la vente additionnelle : Identifier l'article complémentaire de l'achat initial</p> <p>Proposer un mode de préparation, un accompagnement ou une recette concernant le produit que l'on vend</p>	<p>Etre attentif à l'hygiène au cours de la manipulation, la dégustation et/ou le transport</p> <p>Etre attentif au besoin du client dans le conseil et/ou dans le choix d'une préparation</p>