

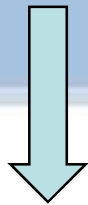


Du RAP...

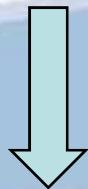
au référentiel de certification

du RAP... au RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

**DES ACTIVITÉS
PROFESSIONNELLES**

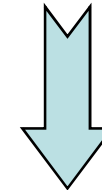


...AUX TÂCHES...



... AUX COMPÉTENCES

RAP



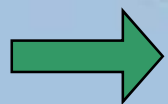
**Référentiel de
certification**

LES ACTIVITÉS DU BEP MRCU

Activité 1 : Accueil et information du client
ou de l'utilisateur

Activité 2 : Suivi, prospection des clients
ou contact avec les usagers

Activité 3 : Conduite d'un entretien de vente



Les tâches des 3 activités du RAP suivent une logique identique déclinée en trois phases :

- *Préparation*
- *Réalisation (action)*
- *Exploitation (rétroaction)*

EXEMPLE : TÂCHES DE L'ACTIVITÉ 1

« Accueil et information du client ou de l'utilisateur »

A1T1 – La préparation de l'accueil

A1T2 – L'accueil

A1T3 – La prise en compte de la demande

A1T4 – La réponse à la demande

A1T5 – La prise de congé

A1T6 – La remontée d'information

LE RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

Deux parties :

1. COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
et COMPORTEMENTS PROFESSIONNELS



2. SAVOIRS ASSOCIÉS
et LIMITES DE CONNAISSANCES



1. COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES et COMPORTEMENTS PROFESSIONNELS

Pour chacune des tâches des trois activités du RAP, le référentiel de certification :

- ▶ définit les **compétences professionnelles** à acquérir
- ▶ précise les **comportements professionnels** à adopter
- ▶ indique les **savoirs associés** à mobiliser
- ▶ fixe des **critères de performance**



2. SAVOIRS ASSOCIÉS et LIMITES DE CONNAISSANCES

Les savoirs associés :

▶ **S1 : Environnement professionnel de la relation clients et usagers**

S11 : Le cadre des échanges

S12 : L'organisation de la relation clients et usagers

S13 : La gestion de la relation clients et usagers

▶ **S2 : Techniques relationnelles**

S21 : Les bases de la communication

S22 : La communication professionnelle

▶ **S3 Technologies de l'information et de la communication**

S31 : La recherche d'informations sur Internet et Intranet

S32 : La messagerie électronique

S33 : L'élaboration de documents écrits

S34 : La mise à jour, la consultation et l'exploitation de bases de données

2. SAVOIRS ASSOCIÉS et LIMITES DE CONNAISSANCES

Les limites de connaissances :

Pour chaque savoir associé, il s'agit de la liste des enseignements auxquels le professeur se limitera.



Vers une nouvelle

démarche pédagogique



« On apprend par les situations,

on apprend des situations,

on apprend en situation »

La didactique professionnelle

- Un nouveau mode d'approche de l'enseignement professionnel
- **Objet :**
 - ▶ Étudier la construction et le développement des compétences professionnelles
 - ▶ à partir de **l'analyse des activités** des individus en **situation de travail**,
 - ▶ pour élaborer des **situations de formation**.

La didactique professionnelle

- Conséquences au plan pédagogique :

- ▶ Les compétences traitées doivent émerger de l'analyse de situations de travail réelles

- ☞ *C'est l'observation et l'analyse d'une situation de travail qui permet de déterminer les compétences nécessaires à sa réalisation.*

- ▶ Les compétences sont ancrées dans les situations de travail vécues (« vécues » au sens large : observées, agies, simulées...)

- ☞ *Être compétent, c'est d'abord être capable de maîtriser une situation de travail !*

La didactique professionnelle

- Conséquences au plan pédagogique :

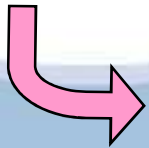
- ▶ La formation doit prévoir une diversité des situations d'apprentissage, des contextes et des supports (Vente, Commerce et Services)

☞ *Être compétent, c'est aussi être capable de s'adapter, d'affronter et de traiter la variabilité des situations !*

La didactique professionnelle

- Conséquences au plan pédagogique :
 - ▶ La construction des séquences et des séances pédagogiques repose sur une **entrée par les activités** :

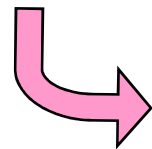
Activités



Tâches



Compétences professionnelles et
comportements professionnels



Savoirs associés

**Correspondance
référentiel de certification ↔ organisation pédagogique**

Référentiel	Découpage pédagogique
<ul style="list-style-type: none">• Activités• Tâches• Compétences	<ul style="list-style-type: none">• Unités d'enseignement• Séquences• Séances
SAVOIRS ASSOCIÉS à mobiliser	

Exemple : Préparation de la 1^{ère} séquence pédagogique
dans l'activité 3 :

UE3 : CONDUITE D'UN ENTRETIEN DE VENTE

SQ1 – La recherche et l'exploitation d'informations sur :

- le produit ou les services
- la clientèle ou les usagers



SQ2 – L'entretien de vente ou la présentation de l'offre en face à face

SQ3 – La conclusion de la vente

Séquence 1 : La recherche et l'exploitation d'informations sur le produit ou le service, la clientèle ou les usagers

Compétences	Comportements professionnels	Savoirs
<p>A3T1C1 - Recenser et sélectionner les différentes sources nécessaires à la connaissance de l'offre</p> <p>A3T1C2 - Caractériser l'offre</p> <p>A3T1C3 - Caractériser la clientèle ou les usagers</p> <p>A3T1C4 - Dégager les avantages du produit ou du service pour la clientèle ou les usagers</p> <p>A3T1C5 - Anticiper les questions et les objections les plus courantes</p>	<p>A3T1CP1 - Être méthodique et précis dans la recherche d'information</p> <p>A3T1CP2 - Faire preuve d'anticipation dans l'exploitation des sources permettant de connaître l'offre et la clientèle ou les usagers</p>	<p><u>S11. Les bases de la relation clients et usagers</u></p> <p><u>S122. Les composantes de l'offre</u></p> <p>S123. La clientèle</p> <p><u>S131. Les procédures et documents de gestion</u></p>



S1. ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL DE LA RELATION CLIENTS ET USAGERS

SAVOIRS ASSOCIÉS

LIMITES DE CONNAISSANCES

S11. LE CADRE DES ÉCHANGES - Les bases de la relation clients et usagers

S111. Les biens et les services

- Les biens et les services.
- La classification des produits/services (marchands et non-marchand, banaux et anomaux).

S112. Les besoins et la consommation

- La définition et la typologie des besoins.
- Le consommateur (absolu, relatif), prescripteur, acheteur.
- Les motivations, mobiles et freins d'achat.
- La qualification des différents comportements d'achat (achat réfléchi, impulsif) et des habitudes d'achat (lieu, fréquence, modalités).

S113. L'organisation des échanges

- Les acteurs de la vie économique, la nature des échanges et des flux entre les acteurs.
- Le marché (la demande, l'offre).
- La définition de circuit (détaillant, grossiste, centrale d'achat, groupement d'achat) de canal et de réseau de distribution (délégations régionales, agences, succursales, concessions).



S1. ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL DE LA RELATION CLIENTS ET USAGERS

SAVOIRS ASSOCIÉS

LIMITES DE CONNAISSANCES

S12. L'ORGANISATION DE LA RELATION CLIENTS ET USAGERS

S121. ...

-

S122. Les composantes de l'offre :

- Produits/Services
- Prix
- Distribution
- Communication

- La définition de la concurrence, directe et indirecte.
- Les différentes composantes de l'offre de l'organisation :
 - les caractéristiques techniques (taille, poids, normes, options offertes...) et commerciales du produit (gamme, assortiment, marques) ou du service (principal, complémentaire).
 - les déterminants et les composantes du prix (coût d'achat, coût de revient, marge, TVA, taux de marque, coefficient multiplicateur, rabais, remise, ristourne).
 - les méthodes de vente (vente de contact, visuelle, à distance).
 - les moyens de communication à destination des clients et des usagers : les supports, les caractéristiques et les objectifs (se limiter à l'énumération des moyens de communication).

S123. La clientèle

- Les différentes sources d'informations sur la clientèle ou les usagers : les sources internes et externes, les questionnaires, les études.
- Les caractéristiques de la clientèle et des usagers de l'organisation : localisation (zone de chalandise et zone d'activité), catégories (professionnels et particuliers), typologies et segments.



SAVOIRS ASSOCIÉS

LIMITES DE CONNAISSANCES

S13. LA GESTION DE LA RELATION CLIENTS ET USAGERS

S131. Les procédures et documents de gestion

- Les opérations liées aux achats et à l'approvisionnement : commande, réception, rangement, réassortiment.
- Les différentes notions liées à la gestion des stocks en quantité (stock minimum, maximum, de sécurité et d'alerte).
- Les opérations liées à la vente de produits et services : encaissement et facturation.
- Les documents liés aux achats et à la vente : bon de commande, bon de livraison, facture.