

Vendeur conseil omnicanal

RNCP36865 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 4
Code(s) NSF	312t
Formacode(s)	34566, 34584
Code(s) ROME	D1408, D1401, D1214, D1403, D1212
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	29/09/2022
Date d'échéance	29/09/2027

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

90 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 90 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACADEMIE VAUCLUSE PROVENCE INDUSTRIES	93771634800019	Former et organiser l'évaluation
AGENCE DE DRAGUIGNAN	18830001600105	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100024	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100032	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS DES CHAMBRES DE METIERS ET ARTISANAT ET CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTRIEL	30804972500036	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS SUPERIEUR DE MARSEILLE – ECOLE PRATIQUE	18130002100381	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION SAINT-ETIENNE	13002170200084	Former et organiser l'évaluation
CCIL GRAND HAINAUT GROUPE FORMATION	13002271800485	Former et organiser l'évaluation
CCIL GRAND LILLE CEPRECO	13002271800188	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 90 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36865-vendeur-conseil-omnicanal/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur du commerce et de la distribution compte parmi ceux qui offrent le plus d'opportunités de carrière.

La fonction du Vendeur Conseil Omnicanal a notablement évolué ces dix dernières années avec la généralisation de la digitalisation des unités de vente, qui proposent dorénavant à leurs clients, différents canaux pour accéder à leur offre produits/services (point de vente physique, site internet vitrine, plateforme de e-commerce, service client téléphonique...) et dotent leurs équipes de vente d'outils numériques (ordinateur, tablette, borne tactile, smartphone...).

Placé sous la responsabilité d'un responsable du développement des ventes, d'un chef de rayon, d'un responsable de magasin ou d'un commerçant, le Vendeur Conseil Omnicanal prépare ses ventes en approfondissant sa connaissance des produits ou services commercialisés afin de pouvoir conseiller les clients et prospects, et développe un argumentaire adapté aux prestations à fournir. Il contribue également à la promotion des prestations réalisées par son entreprise et à la réalisation d'actions ciblées de prospection, tel l'envoi de mailing ou l'appel téléphonique.

ACTIVITÉS VISÉES

1. Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

Ses principales activités sont centrées sur :

- La préparation et la mise en œuvre d'actions de prospection multicanale de nouveaux clients.
- L'accueil et l'orientation du client dans son parcours d'achat multicanal.
- L'animation de l'expérience clients sur les différents canaux de distribution.
- Le reporting de ses actions auprès de son responsable et la mise à jour des fichiers clients dématérialisés.

2. Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

Ses principales activités sont centrées sur :

- La réception et la préparation des marchandises destinées à la vente.
- La participation à l'aménagement des espaces de vente, à l'assortiment et à la valorisation des produits et services.
- L'entretien et le maintien du bon ordonnancement de l'espace de vente.
- La participation à la réalisation des inventaires des produits distribués dans l'espace de vente.

3. Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

Ses principales activités sont centrées sur :

- L'actualisation de ses connaissances sur les produits/services commercialisés par son enseigne sur ses différents canaux de distribution et, le cas échéant, par la concurrence.
- La prise de contact avec le client et l'analyse de son besoin et de son profil.
- Le conseil et le développement d'un argumentaire personnalisés en vue de la vente de produits/services distribués sur les différents canaux de son enseigne.
- La conclusion de la vente et la proposition d'offres additionnelles.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1/ Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

- Préparer la réalisation d'actions de prospection numériques et téléphoniques
- Procéder à la diffusion massive ou ciblée via les canaux numériques de messages à caractère informatif sur l'offre produits/services de son entreprise
- Conduire des entretiens de prospection téléphonique
- Prendre en charge le client sur les différents canaux proposé par son enseigne
- Contribuer à la qualité de l'expérience client sur les différents canaux de distribution de l'entreprise
- Participer à l'entretien de la relation avec les clients via les canaux numériques
- Traiter les réclamations formulées par les clients
- Mettre à jour les fichiers clients dématérialisés
- Rendre compte régulièrement à son responsable du résultat des actions menées

2/ Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

- Opérer la réception des marchandises destinées à la vente
- Préparer la mise à disposition des produits en rayon
- Disposer les produits dans les linéaires et différents supports d'exposition
- Positionner les différents supports de communication commerciale physiques et numériques
- Réaliser le réassort des rayons

- Entretenir le bon ordonnancement et la propreté des rayons
 - Participer à la réalisation des inventaires des produits en rayons et en stocks
- 3/ Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal
- Intégrer les objectifs de vente de son unité commerciale au niveau individuel et collectif
 - Actualiser ses connaissances sur les produits et services commercialisés par son entreprise ainsi que par la concurrence
 - Adapter sa communication lors de la prise de contact avec le client
 - Questionner le client sur son intention d'achat et son contexte
 - Approfondir l'exploration de la connaissance du client
 - Rechercher les produits/services correspondant aux attentes du client et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution
 - Présenter au client les produits/services correspondant à ses attentes et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution
 - Développer un argumentaire personnalisé et adapté au client
 - Evaluer la pertinence de la poursuite de l'entretien de vente
 - Conclure la vente avec le client
 - Réaliser l'encaissement du règlement du client

Blocs de compétences

RNCP36865BC01 — Contribution à l'animation de la relation clients multicanale

LISTE DE COMPÉTENCES

En adoptant une posture conforme aux standards de son entreprise et adaptée aux caractéristiques de sa clientèle – notamment celle en situation de handicap, contribuer à l'animation de la relation clients sur les différents canaux jalonnant le parcours d'achat proposé par son enseigne, en opérant les actions de prospection, d'accueil et de fidélisation selon les instructions de son responsable, afin de participer à la qualité et la personnalisation d'une expérience clients renforçant l'attractivité et contribuant au développement de son enseigne.

C.1.1.1 Préparer la réalisation d'actions de prospection numériques et téléphoniques prescrites par son supérieur hiérarchique, en recueillant les renseignements sur les prospects à contacter au moyen de la base de données informatique de l'entreprise et en prenant connaissance des outils fournis en interne (script d'entretien, éléments rédactionnels...), afin de décliner scrupuleusement les instructions de son responsable.

C.1.1.2 Procéder à la diffusion massive ou ciblée via les canaux numériques (emailing, sms, réseaux sociaux...) de messages à caractère informatif sur l'offre produits/services de son entreprise, en veillant à la qualité formelle des éléments transmis, afin de susciter l'intérêt des clients potentiels en vue d'une prise de rendez-vous.

C.1.1.3 Conduire des entretiens de prospection téléphonique, en appliquant le protocole de prise de contact et en déroulant le script préétabli ou en adaptant son argumentation au niveau de maturité du prospect, afin de susciter l'intérêt des clients potentiels en vue d'une prise de rendez-vous.

C.1.2.1 Prendre en charge le client sur les différents canaux jalonnant le parcours d'achat (physique, téléphonique, numérique) proposé par son enseigne, en appliquant le protocole d'accueil de l'entreprise selon ses standards de qualité et en s'adaptant aux caractéristiques et spécificités de son interlocuteur - notamment en situation de handicap, afin d'établir un climat de confiance et de l'orienter dans son parcours.

C.1.3.1 Contribuer à la qualité de l'expérience client sur les différents canaux de distribution de l'entreprise, en participant à l'animation d'opérations extra-commerciales en ou hors espace de vente et en guidant le client dans l'utilisation des différents outils et services innovants proposés par son enseigne, afin de garantir aux clients une expérience différenciante et renforçant leur fidélité.

C.1.3.2 Participer à l'entretien de la relation avec les clients via les canaux numériques (email, sms, application mobile...) en aval de leur acte d'achat, en leur adressant des suggestions de produits/services personnalisés selon leur historique d'achat et l'évolution de l'offre de son entreprise, afin de favoriser les ventes sur les tous les canaux de distribution de son enseigne.

C.1.3.3 Traiter les réclamations formulées après-vente par les clients, en solutionnant les situations simples par l'application des CGV de son enseigne et des dispositions élémentaires du droit de la consommation ou en les transmettant à son référent hiérarchique ou à un service interne dédié dans les cas plus complexes, afin de résoudre la situation et de conserver la satisfaction des clients tout en veillant à préserver l'intérêt de son entreprise.

C.1.4.1 Mettre à jour les fichiers clients dématérialisés, en actualisant les informations les concernant dans l'outil de

gestion informatisée de son entreprise conformément aux directives de son responsable au regard des obligations liées au RGPD, afin de garantir la mise à disposition de données fiables et permettant la mise en œuvre d'actions de fidélisation.

C.1.4.2 Rendre compte régulièrement à son responsable du résultat des actions menées, en lui faisant remonter les informations sur les points d'irritation ou de satisfaction constatés au niveau de la clientèle, afin de contribuer à l'amélioration continue de l'offre produits/services de son entreprise et de ses modalités de délivrance aux consommateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Réalisation de différentes actions d'animation de la relation clients :

- une action de prospection numérique,
- une action de prospection téléphonique,
- un accueil physique avec prise en charge d'un client sans acte de vente,
- un traitement d'une réclamation client simple,
- une mise à jour de fichier clients.

La réalisation de ces actions est accomplie soit sous la forme d'étude de cas (production écrite), soit sous la forme de mises en situation professionnelles reconstituées (production orale). A l'occasion de ces dernières, chaque candidat rend compte de son action, comme il le ferait auprès de son référent hiérarchique.

Etudes de cas d'entreprise et mises en situation professionnelles reconstituées

Travail individuel

Productions écrites et orales

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36865BC02 — Collaboration à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

En opérant la réception et la mise à disposition des produits selon le plan d'implantation et les techniques de merchandising établis par son responsable, collaborer à l'aménagement physique, au fonctionnement et à l'attractivité des espaces de vente, en veillant au maintien de son bon ordonnancement et des conditions d'hygiène et de sécurité, afin de faciliter et de favoriser l'acte d'achat de la clientèle.

C.2.1.1 Opérer la réception des marchandises destinées à la vente, en vérifiant le respect des quantités et qualités prévues au regard du bon de commande établi, afin de les stocker ou de les présenter en magasin.

C.2.1.2 Préparer la mise à disposition des produits en rayon, en effectuant leur étiquetage au moyen d'un outil numérique et en procédant à la pose d'antivols, conformément aux consignes spécifiées par son responsable et à la réglementation concernant l'affichage des prix, afin d'assurer la bonne information du client et de contribuer à la lutte contre la démarque inconnue.

C.2.2.1 Disposer les produits dans les linéaires et différents supports d'exposition, en appliquant le plan d'implantation établi par son responsable et en utilisant les techniques de valorisation des produits, afin de proposer un espace de vente attractif et favorisant l'acte d'achat des clients.

C.2.2.2 Positionner les différents supports de communication commerciale physiques et numériques, en respectant les techniques de merchandising définies par son responsable, afin d'attirer l'attention des clients sur des gammes de produits ciblées.

C.2.3.1 Réaliser le réassort des rayons, en s'assurant de la rotation des produits et en veillant à la qualité de leur présentation, afin d'adapter leurs quantités de produits aux flux clients et de garantir leur disponibilité.

C.2.3.2 Entretenir le bon ordonnancement et la propreté des rayons, en veillant au maintien de la qualité de présentation des produits et à l'application des règles d'hygiène et de sécurité, afin d'offrir aux clients un espace conforme au positionnement de son enseigne et à ses standards de qualité.

C.2.4.1 Participer à la réalisation des inventaires des produits en rayons et en stocks, en opérant le recensement des marchandises au moyen d'un outil numérique et en application des procédures de son enseigne, afin de permettre une gestion optimale des produits et approvisionnements de son unité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Une étude portant sur la réception, la mise à disposition et la présentation de l'implantation des produits dans un

espace de vente

Etude de cas

Travail individuel

Production écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36865BC03 — Conseil client et réalisation de vente dans un contexte omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

En instaurant une relation de confiance et en mobilisant un questionnement et des outils numériques permettant l'approfondissement de la connaissance du profil et des besoins du client, réaliser un entretien de vente, en adoptant une posture d'expert-conseil et en développant un argumentaire adapté et personnalisé, afin de proposer une expérience d'achat réussie et éclairée pour le client tout en contribuant à l'atteinte des objectifs commerciaux de l'enseigne.

C.3.1.1 Intégrer les objectifs de vente de son unité commerciale au niveau individuel et collectif, en se tenant informé des évolutions des ventes effectuées par sa structure et des résultats escomptés par son responsable, afin de guider – dans la mesure du possible et dans le respect de leurs intérêts – le choix des clients vers les ventes à réaliser et de contribuer à la réussite de la stratégie commerciale de l'enseigne.

C.3.1.2 Actualiser ses connaissances sur les produits et services commercialisés par son entreprise ainsi que par la concurrence, en suivant l'évolution de leurs caractéristiques et l'apparition de toute nouveauté au moyen des outils numériques et en consultant les fiches techniques les concernant, afin d'apporter un niveau de conseil satisfaisant à des consommateurs connectés et très informés et de répondre de façon adaptée et personnalisée aux questions et besoins des clients.

C.3.2.1 Adapter sa communication lors de la prise de contact avec le client, en fonction de son contexte professionnel, en respectant le protocole de l'entreprise, afin de contribuer à l'instauration d'un climat contribuant à la qualité de l'expérience client et la réalisation de l'acte d'achat.

C.3.2.2 Questionner le client sur son intention d'achat et son contexte, en recueillant les renseignements liés à l'usage et/ou à la finalité de(s) produit(s)/service(s) recherché(s) et en évaluant son niveau d'information préalable, afin de préciser son besoin, ses attentes et le budget dédié à l'achat.

C.3.2.3 Approfondir l'exploration de la connaissance du client, en consultant au moyen d'un appareil connecté les données relatives à son comportement d'achat disponibles dans l'outil CRM de son entreprise, afin de déchiffrer précisément le profil du client, ses caractéristiques et de personnaliser l'interaction commerciale.

C.3.3.1 Rechercher les produits/services correspondant aux attentes du client et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution (physique, numérique, partenaires...), en identifiant les plus appropriés présents en magasin et/ou en explorant et analysant les fiches techniques de ceux figurant dans la market place, afin de les proposer au client.

C.3.3.2 Présenter au client les produits/services correspondant à ses attentes et proposés par son entreprise sur différents canaux de distribution (physique, numérique, partenaires...), en s'appuyant sur son expertise, en traduisant les éléments ressortant des fiches techniques produits/services et en recourant à des outils numériques enrichissant la vente (borne tactile, tablette ou smartphone), afin de l'orienter dans son choix.

C.3.3.3 Développer un argumentaire personnalisé et adapté au client, en approfondissant l'examen des différents produits/services et de leurs caractéristiques et en comparant leurs avantages respectifs au moyen d'informations factuelles et collectées en temps réel ou différé avec des outils numériques, afin de lever ses réticences et de favoriser un acte d'achat éclairé.

C.3.4.1 Evaluer la pertinence de la poursuite de l'entretien de vente, en tenant compte des signaux verbaux et non verbaux émis par le client et des raisons motivant son hésitation ou son indécision, afin de déterminer les modalités de conclusion à réserver.

C.3.4.2 Conclure la vente avec le client, en lui proposant une solution complète intégrant des services/produits additionnels constituant une offre existante (ou préétablie) et en organisant les modalités de mise à disposition du produit/service acquis.

C.3.4.3 Réaliser l'encaissement du règlement du client au moyen d'un terminal de paiement informatisé mobile, en effectuant le récapitulatif des décisions prises et des achats effectués et en procédant, le cas échéant, à l'établissement d'un bon d'achat, d'un bon de livraison ou à l'émission d'une facture.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes

1/ Un dossier de préparation à la vente contenant les présentations suivantes :

- l'entreprise,
- le produit,
- le script/argumentaire,
- le book/catalogue produit.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/ Un entretien de vente, réalisé sur la base du dossier préparé

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les certifiés sont pour 2/3 d'entre eux dans le secteur du commerce (Commerce de gros et commerce grande distribution). Les autres secteurs sont couverts pour 1 à 12% par domaine, ce qui s'explique par la diversité des secteurs employeurs des métiers commerciaux.

Le vendeur conseil omnicanal sera employé dans des entreprises de moins de 50 salariés pour les 2/3 d'entre eux. Cela s'explique par l'adéquation entre les profils des certifiés et les besoins en compétences des entreprises avec des candidats rapidement opérationnels dans des entreprises du secteur du commerce.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les appellations les plus courantes sont :

Vendeur conseil, conseiller de vente, vendeur spécialisé, commercial auprès des particuliers, commercial sédentaire, assistant de vente, chargé de prospection, vendeur comptoir et à la marge téléprospecteur, télévendeur .

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 182 €

Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) R1X61 — Vendeurs en ameublement, équipement du foyer, bricolage · tension 2/5 (Faible) R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels · tension 2/5 (Faible) R1X67 — Télévendeurs et téléconseillers · tension 3/5 (Modérée) R2X83 — Représentants auprès des particuliers · tension 5/5 (Très élevée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	103 919
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	20 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction R1X61 — Vendeurs en ameublement, équipement du foyer, bricolage R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels R1X67 — Télévendeurs et téléconseillers R2X83 — Représentants auprès des particuliers R3X80 — Maîtrise des magasins R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Un diplôme de niveau 3 ou une année de seconde menée à son terme et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

ou

1 année d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité commerce-distribution et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

- 1 Président (personnalité qualifiée du monde économique)
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	6 156 €
Selon la branche	5 465 € – 6 926 €
Prise en charge	Branches concernées

6 156 €	Valeur par défaut · 168 branches
6 926 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP commerces quincaillerie, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la Restauration rapide
6 318 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE de l'immobilier, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services), CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
6 593 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNEFP des entreprises d'expédition et d'exportation de fruits et légumes
6 219 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE du négoce et distribution de combustibles solides, liquides, gazeux et produits pétroliers, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles, CPNEFP de la branche des détaillants en chaussures
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
6 750 €	CPNEFP des commerces de gros
6 404 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 375 €	CPNE de la branche de la librairie
6 342 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
6 326 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 307 €	CPNEFP Import-Export
6 301 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
6 247 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 226 €	CPNE-FP Industries céramiques
6 210 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
6 185 €	CPNEF de la Publicité
6 178 €	CPNE Banque
5 800 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
5 580 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 465 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage

Base légale

Date de décision	29/09/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	29/09/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	318	1	74 %	73 %
2019	329	2	72 %	66 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23932

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP23932

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.negoventis.cci.fr/formation/vendeur-conseiller-commercial>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36865/>

Où se former

Formations référencées	5
Organismes	4
Régions couvertes	3
Prix indicatif	4 500 € – 6 500 €
Durée	434 – 1645 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	42
Organismes gestionnaires (CFA)	24
Organismes formateurs	38
Régions couvertes	14
Départements couverts	31
Organismes certifiés Qualiopi	38
Sessions	de 09/2025 à 07/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	2
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	10/2025 – 05/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	5 460 €
Coût moyen par dossier	2 730 €
Durée moyenne	455 h
Période	09/2025 – 10/2025
France compétences	67 %
France Travail	33 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.