RÉFÉRENTIEL

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 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.* »

Etudier en situation de handicap

Au sein de l'Ecole, des efforts sont fournis en permanence pour améliorer la qualité de l'accueil des apprenants en situation de handicap.
En effet, dans le cadre de la démarche sociale et environnementale, l'égalité des chances et l'éducation pour tous sont des droits essentiels que l'Ecole souhaite défendre pour tous ses apprenant(e)s.
La volonté de l'Ecole (et du groupe OMNES Education dont dépend l'Ecole) est non seulement de faciliter l'accès des apprenant(e)s en situation de handicap aux études supérieures, mais également de leur offrir un confort de travail au quotidien leur permettant de se consacrer en toute quiétudes à leurs études et à l'obtention de la certification.
Les apprenants en situation de handicap doivent entrer en contact avec le référent handicap de l'Ecole.
Le référent handicap de l'Ecole est l'interlocuteur privilégié qui permettra la mise en place d'un dispositif d'accompagnement personnalisé pour l'apprenant(e) et obtenir ainsi, la certification visée.
Le programme d'accompagnement développé et mis en place par le référent handicap de l'Ecole repose sur une volonté permanente d'adapter le cadre des études, compte tenu de la typologie du handicap et de ses contraintes tant matérielles qu'humaines.

Dans le cadre de l'obtention de la certification, le référent handicap en accord avec la direction des programmes et de l'Ecole, peut être amené à :

- Aménager le parcours d'admission et d'intégration
- Aménager les modalités de suivi des enseignements (pratiques et théoriques en centre de formation ou en entreprise) en lien avec les intervenants et les tuteurs entreprises
- Aménager les modalités d'évaluation ;
- Obtenir une assistance d'une tierce personne lors de l'évaluation ;
- Adapter les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations.

****

FRANCE compétences

TITRE RNCP

« Chargé de clientèle et fidélisation »

Sup Career

GROUPE OMNES EDUCATION

Bloc 1 : Assurer le suivi commercial et la fidélisation d'une clientèle omnicanale

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	REFERENTIEL D'EVALUATION *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activité 1 **Compréhension de l'environnement de l'entreprise et de son offre commerciale** Le **Chargé de clientèle et fidélisation** a pour mission de gérer les clients déjà acquis. Lors de sa prise de poste, le **Chargé de clientèle et fidélisation** intègre la documentation relative à l'entreprise et à son environnement, l'information commerciale disponible et les spécificités de la clientèle, en prenant en compte les engagements de l'entreprise en matière de responsabilité sociétale (éthique des pratiques commerciales, respect de la diversité des clients, impact environnemental éventuel des offres proposées). Pour assurer le suivi commercial du portefeuille, il utilise des méthodes de découverte telles que l'écoute active, le questionnement (méthode QQOQCP) et l'analyse des besoins et motivations (SONCAS, CAP) dans le but de mieux cerner les attentes des clients et de leur proposer des solutions adaptées. L'approche omnicanale permet de renforcer les relations clients et de soutenir les objectifs de croissance de l'entreprise. Le **Chargé de clientèle et fidélisation** est autonome dans ses interactions et peut directement appliquer ses connaissances, vérifier des calculs (marges,	C1 **Appréhender l'environnement et les orientations stratégiques de l'entreprise** en s'informant sur son positionnement, sa réglementation, en acquérant une connaissance approfondie de ses produits ou de ses services, de leurs caractéristiques et de leur valeur ajoutée, afin de maitriser l'offre commerciale C2 **Mobiliser les fondamentaux de la relation commerciale** en appliquant des méthodes d'accueil, de découverte du client, en maitrisant les calculs commerciaux ainsi que les spécificités des documents tels que le devis, le contrat, le bon de commande, la facture, la proforma, les CGV, etc., de façon à professionnaliser les futures interactions commerciales ; C3 **Assurer le suivi commercial du portefeuille clients** préalablement segmenté pour optimiser la gestion des relations et fidéliser sa clientèle en maintenant un contact physique, téléphonique ou digital régulier, en instaurant des revues de comptes périodiques de façon, soit à détecter les signaux faibles pour mettre en place des actions correctives simples ; soit à recueillir les besoins et opportunités pour proposer un conseil personnalisé et une nouvelle offre adaptée ;	**Évaluation certificative #E1 (C1 à C7)** Dans le cadre d'une **mise en situation professionnelle individuelle écrite et orale** s'inscrivant dans une logique de professionnalisation combinant compétences techniques et relationnelles, le candidat devra démontrer sa capacité à : **Mise en situation professionnelle écrite individuelle (C1, C3 et C7)** - Comprendre l'environnement de l'entreprise, ses offres, sa clientèle, afin de situer son action dans un contexte stratégique - Analyser le portefeuille client de façon proactive, en identifiant les signaux faibles, en proposant des solutions de contact (téléphone, mail...) pour fidéliser les clients en fonction de ses signaux et de la typologie de client - Identifier les offres complémentaires à proposer au	Pour C1. Le candidat démontre une bonne compréhension de l'environnement de l'entreprise et des produits/services qu'elle propose, de leurs valeurs ajoutées et avantage(s) concurrentiel(s). Pour C3. La qualité du suivi du portefeuille clients repose sur l'analyse des critères (la fréquence et la pertinence des interactions avec les clients : relances, rendez-vous, suivi des demandes) pour détecter les signaux faibles et sur la proposition de solutions adéquates (mail, appel …) en fonction du résultat et de la typologie des clients pour favoriser le maintien du lien. Pour C7. Les clients sont identifiés avec discernement en tenant compte de leur diversité et de leurs éventuelles difficultés (handicap, phobie administrative, fracture numérique, etc.) afin d'assurer un accompagnement personnalisé et inclusif, tout en respectant les objectifs qualitatifs et quantitatifs et

remises, prix de revient) et ainsi renseigner la clientèle. Activité 2 **Personnalisation de la relation client omnicanale** Le **Chargé de clientèle et fidélisation** accueille la demande du client et analyse son besoin en s'adaptant à différents moyens de communication (physique, téléphone, mail…). Il ajuste ainsi son vocabulaire, son comportement verbal et non verbal afin de créer une relation privilégiée avec le client, tout en incarnant les valeurs de son entreprise, notamment son engagement envers une communication responsable, respectueuse et inclusive. Le conseil fait également partie des leviers qui participent à cette personnalisation. Il a pour rôle de conseiller le client et peut ainsi lui proposer des offres complémentaires répondant ainsi à sa situation ou son contexte. Il peut également, en fonction des directives de son entreprise, proposer des offres ou avantages pour récompenser le client de sa fidélité. Si le cadre d'action est dépassé, le **Chargé de clientèle et fidélisation** est capable de transférer ou d'en référer à sa hiérarchie afin que le sujet soit traité dans sa complexité. Pour ce faire, il doit lui fournir tous les éléments nécessaires pour que le client se sente écouté et pleinement pris en charge. Son objectif est d'offrir une expérience fluide et de qualité, favorisant la fidélisation à chaque étape du parcours, y compris les phases plus sensibles.	C4 **Communiquer avec clarté aussi bien à l'écrit qu'à l'oral** en soignant sa maitrise de l'orthographe et de la syntaxe, en enrichissant son vocabulaire afin de garantir des échanges fluides et qualitatifs avec la clientèle ; C5 **Adapter son approche commerciale, sa posture et ses éléments de langage dans le cadre d'interactions avec la clientèle** afin de personnaliser la relation, de créer un sentiment d'écoute, d'inclusivité, de conseil et de confiance dans le but de mieux positionner la gamme de produits ou de services en s'appropriant les argumentaires de vente et directives fournis par la direction commerciale ; C6. **Proposer au client des avantages, promotions ou ventes additionnelles afin** créer un lien de confiance, de le sécuriser et **de le fidéliser** en identifiant les solutions personnalisées à ses besoins et à sa situation, tout en respectant les modalités/critères d'éligibilité de l'entreprise ; C7 **Identifier les clients en tenant compte de leurs difficultés, de leur diversité** (situation de handicap, fracture numérique, phobie administrative, etc.) **et de leur complexité** afin, d'une part, d'assurer un accompagnement inclusif et personnalisé en fonction de leurs besoins spécifiques afin d'atteindre ses objectifs qualitatifs et quantitatifs ; et afin, d'autre part, de transférer à la hiérarchie les clients réputés plus difficiles ou à risque ;	client en fonction de sa situation afin de favoriser sa fidélité - prendre en compte les clients qui ont des difficultés afin d'assurer un accompagnement inclusif et personnalisé ainsi que les clients dits à risque afin de synthétiser avec clarté les éléments nécessaires à la prise en charge. **Mise en situation professionnelle orale individuelle (C2, C4, C5, C6)** - Conduire un échange professionnel, en mobilisant des techniques d'écoute active et de questionnement adaptées aux situations client afin de personnaliser la solution et en apportant toutes les infos nécessaires à la compréhension du contrat - Adapter sa posture et sa communication commerciale selon les profils d'interlocuteurs	en assurant, si nécessaire, le transfert à la hiérarchie des situations complexes ou à risque. Pour C2. La capacité à accueillir et comprendre le client est maîtrisée, tout de manière professionnelle. La gestion des interactions commerciales, du premier contact à la conclusion de la vente, est également assurée pour garantir la satisfaction et la fidélisation du client. Les données des documents légaux (devis, contrat, facture, etc.) sont expliquées à l'interlocuteur et la compréhension de ces éléments est vérifiée (les taux, les remises…). Pour C4. Le collaborateur communique de manière claire et structurée, sans fautes d'orthographe ou de syntaxe notables ; il utilise un vocabulaire adapté et varié, facilitant ainsi des échanges fluides et professionnels avec la clientèle. Il reformule ses propos afin de valider la compréhension des informations. Pour C5. La posture, le langage et l'approche commerciale sont adaptés aux attentes et spécificités de la clientèle afin de créer un climat de confiance, d'écoute et d'inclusivité, tout en valorisant les produits ou services selon les

			argumentaires et directives de la direction commerciale. Pour C6. Les avantages, promotions ou ventes additionnelles sont proposés de manière personnalisée et pertinente en fonction des besoins et de la situation du client, dans le respect des critères d'éligibilité de l'entreprise, afin de renforcer le lien de confiance et la fidélisation.

FRANCE compétences

Bloc 2 : Assurer le suivi administratif de la clientèle dans une démarche d'amélioration continue

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	REFERENTIEL D'EVALUATION *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activité 3 **Gestion technique et administrative du portefeuille client** La gestion technique et administrative implique le suivi des dossiers clients, de la collecte des informations à la mise à jour des données, dans le respect des principes de confidentialité, de protection des données personnelles et d'éthique numérique. Le **Chargé de clientèle et fidélisation** organise les tâches liées aux contrats, facturations et demandes spécifiques, tout en respectant les procédures et en gérant efficacement son planning. Cette activité requiert rigueur, organisation et maîtrise des outils CRM, bureautiques et techniques, ainsi qu'une utilisation réfléchie des solutions d'intelligence artificielle pour optimiser l'efficacité et améliorer l'expérience client. Le **Chargé de clientèle et fidélisation** reporte régulièrement à sa direction l'évolution du portefeuille clients (segmentation clients (nouveaux, actifs, inactifs), valeur moyenne d'un client, fréquence et volume des achats par client, satisfaction et fidélisation (résultats d'enquêtes clients, avis, réclamations, etc.)). Cela permet de réguler l'activité et de mettre en place des actions correctives afin d'atteindre la performance attendue, tout en veillant à intégrer des pratiques responsables qui	C8 **Contribuer à la mise en place ou à l'actualisation du système d'information commerciale** en recherchant, complétant et mettant à jour les données clients, afin de garantir un portefeuille conforme, structuré et respectueux des exigences du RGPD et des principes de responsabilité sociétale, notamment en matière de protection des données et d'éthique numérique ; C9 **Gérer efficacement ses priorités en utilisant des outils de planification**, de suivi administratif et des solutions d'intelligence artificielle adaptées, afin d'assurer la hiérarchisation des missions et la gestion des dossiers dans un délai raisonnable, tout en garantissant un suivi de qualité qui favorise la fidélisation des clients ; C10 **Mobiliser astucieusement les logiciels de la suite bureautique et du travail collaboratif et/ou à distance** en maitrisant les logiciels de traitement de texte et de présentation, l'IA, les tableurs, les outils de gestion et stockage des documents ainsi que les applications de communication collaborative afin d'optimiser sa productivité et d'assurer une satisfaction client optimale ; C11 **Renseigner et mettre à jour les tableaux de reporting** relatifs aux actions de développement de la clientèle en utilisant les données disponibles afin de fournir des informations précises permettant à la direction de suivre l'activité commerciale de l'entreprise ;	**Évaluation certificative #E2 (C7 à C13)** **Mise en situation professionnelle individuelle** composée d'une étude de documents suivie d'un oral. <u>Étude de documents</u> **À partir d'un contexte donné, le candidat s'attelle à :** - identifier la méthodologie idoine pour aborder le traitement du fichier clients dans le respect du principe de confidentialité et des exigences RGPD - structurer ce fichier client en identifiant les champs essentiels - compléter un tableau de reporting selon les consignes transmises - proposer un plan simple de mesure de la satisfaction clients (outils, indicateurs, fréquence) <u>Soutenance</u> **Partie 1 :** - présenter et argumenter la méthodologie de traitement du fichier clients	Pour C8. Le candidat identifie avec précision les données clients à collecter et à actualiser, en cohérence avec les besoins de l'entreprise. Il présente une méthode claire de mise à jour et de fiabilisation des données, fondée sur des sources d'information fiables et vérifiables. Il démontre une bonne compréhension des obligations liées au RGPD (protection des données, droit à l'oubli, consentement, etc.) et sait les appliquer au contexte. Pour C9. Le candidat décrit de manière structurée son organisation personnelle (agenda, outils de suivi, planification) et sa capacité à gérer les priorités dans un environnement multitâches. Il explique comment l'usage réfléchi d'outils numériques, incluant des solutions d'intelligence artificielle, contribue à renforcer son efficacité, tout en faisant preuve d'esprit critique quant à leur pertinence, leurs limites et leur impact sur le suivi rigoureux des

respectent les attentes éthiques, sociales et environnementales de la clientèle. Activité 4 Satisfaction client et amélioration continue La capacité du **Chargé de clientèle et fidélisation** à communiquer avec clarté, professionnalisme et adaptabilité, tant à l'écrit qu'à l'oral, afin de formuler des réponses précises et d'ajuster son discours selon les interlocuteurs et les situations, constitue un véritable levier de satisfaction client. Il doit analyser les situations délicates pour en identifier les causes (erreurs de formulation, usage excessif de jargon, etc.) et adapter sa communication en conséquence. Le **Chargé de clientèle et fidélisation** participe à la démarche d'amélioration continue en mobilisant à bon escient le process et l'outil de gestion des aléas pour traiter les réclamations. Il réserve à son n+1 la gestion des cas les plus litigieux (voire contentieux) afin d'optimiser le taux de satisfaction des clients. Une satisfaction client maitrisée et positive constitue un véritable levier de développement du portefeuille client et donc de parts de marché pour l'entreprise !	C12 **Participer à la mesure de la satisfaction** avec des outils de collecte et éventuellement d'IA afin d'identifier et d'appréhender le ressenti client par rapport aux services proposés, d'adapter sa posture, son discours, de mettre en place des actions ; C13 **Participer à l'amélioration continue en analysant les réclamations client**, en partageant les retours d'expérience avec l'équipe, en proposant des exemples de résolution des aléas et en proposant à la direction des actions correctives et des axes d'amélioration.	- expliquer la méthode de recherche et de vérification des données (fiabilité des sources, contrôles croisés) - expliquer comment utiliser un outil collaboratif pour partager le fichier clients (avantages, points de vigilance…) **Partie 2 :** - présenter et commenter le tableau de bord simple de suivi d'activité (indicateurs suivis, fréquence, outil utilisé) - proposer un plan simple de mesure de la satisfaction (outils, indicateurs, fréquence) et expliquer comment exploiter le retour des questionnaires - proposer une solution à un aléa client (problème identifié, solution apportée) - suggérer une amélioration pour éviter la répétition des erreurs - décrire son organisation pour gérer les priorités (agenda, outils de suivi, planification)	clients et la réalisation de ses objectifs. Pour C10. Le candidat choisit et justifie des outils numériques adaptés pour structurer et sécuriser le fichier client. Il illustre l'usage de ces outils par des exemples concrets (captures simulées, explications fonctionnelles). Il démontre sa capacité à exploiter efficacement les fonctionnalités principales de ces outils pour une gestion rigoureuse des données. Le candidat mobilise des outils collaboratifs appropriés (Trello, Teams, Drive…) pour faciliter le travail en équipe et le partage d'informations. Pour C11. Le candidat alimente un tableau de bord clair et pertinent, incluant des indicateurs de performance adaptés (KPI) et une fréquence de suivi cohérente. Il livre une interprétation des données présentées dans le but de proposer des pistes d'actions concrètes (relance, segmentation, ajustement commercial). Pour C12. La participation au dispositif de mesure de la satisfaction client est cohérente et réalisable, en tenant compte des outils disponibles, de la fréquence de collecte et en utilisant, de

			manière raisonnée, les apports de l'intelligence artificielle pour faciliter l'analyse des retours clients sans se substituer à l'analyse critique humaine. Le candidat est capable de traiter un retour client négatif de manière constructive, en formulant une réponse adaptée et respectueuse, et en proposant une action corrective pertinente. Pour C13. Le candidat sait décrire avec clarté une situation imprévue, en analysant les causes et en formulant une solution adaptée au contexte. Il montre sa capacité à communiquer efficacement en interne lors de la résolution de problèmes. Il propose des pistes réalistes d'amélioration continue visant à sécuriser les process ou améliorer la qualité du service.