

Explicitation des trois blocs de compétences

Ce paragraphe propose une lecture synoptique des compétences à développer chez les apprenants en se fondant sur les activités réelles en situation de travail (référence aux agents d'accueil). Les tableaux présentent en colonnes les compétences professionnelles de chacun des blocs de compétences, les savoirs associés et les limites de connaissance, ainsi que les attendus en termes de formation et d'acquis (critères d'évaluation).

Explicitation du bloc de compétences 1 : Gérer l'accueil multicanal à des fins d'information, d'orientation et de conseil

L'agent d'accueil met en place une relation de service au sein de l'organisation. À des fins d'efficacité, il inscrit son activité dans une communication interpersonnelle fluide qui permet la co-construction d'une réponse adaptée aux besoins. Parallèlement il sollicite ou est sollicité, via de multiples canaux, par les différents acteurs internes ou externes de l'organisation, ce qui nécessite une hiérarchisation des activités en fonction du contexte. Afin que les demandes du public soient identifiées et traitées, l'apprenant analyse les situations de communication de manière systémique à partir des caractéristiques suivantes : contexte, acteurs, enjeux en présence, interactions (registres de langage, paralangages, codes sociaux) et réagit en conséquence. Il tient compte des chartes, des procédures d'accueil et des règles d'éthique dans son activité quotidienne. Il contribue à véhiculer une image positive de l'organisation notamment en tenant compte de la démarche qualité.

L'agent d'accueil est la première interface entre l'organisation et le public. Les activités de l'accueil le conduisent à gérer des demandes émanant de différents canaux de communication. L'agent d'accueil identifie et traite la demande selon son niveau de complexité en inter-agissant avec son interlocuteur. Dans ce cadre, le repérage des caractéristiques du public permet à l'apprenant d'adapter la prise de contact, l'identification et le traitement de la demande. Il veille à ce que l'objet de la demande soit partagé et compris et la réponse adaptée aux besoins. Il peut être amené à pratiquer un accueil en langue étrangère.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
1.1 Gérer simultanément les activités	La relation de service	L'articulation des composantes de la relation de service	Les activités et les priorités sont repérées La collaboration et l'organisation permettent fluidité et efficacité dans la réalisation des activités
Recenser et prioriser les activités	La communication interpersonnelle	Les enjeux et la mise en œuvre de la démarche qualité	
Organiser ses activités en coordination avec l'équipe	La démarche qualité	Objectifs et usages des chartes et procédures d'accueil	
Repérer et gérer les aléas	Les chartes et procédures d'accueil	La distinction entre démarche qualité, charte et procédure La gestion du temps : urgence, priorité, imprévu, anticipation, échéance, délai, conséquences d'une mauvaise gestion	

<p>1.2 Prendre contact avec le public</p> <p>Identifier le public et repérer ses caractéristiques</p> <p>Recevoir le visiteur</p> <p>1.3 Identifier la demande</p> <p>Appréhender la demande du public</p> <p>Apprécier la complexité de la demande</p> <p>Interagir pour préciser la demande</p> <p>1.4 Traiter la demande</p> <p>Identifier et mobiliser les ressources utiles</p> <p>Apporter une réponse adaptée</p> <p>Construire une réponse personnalisée en termes d'orientation, d'information, de conseils et d'accompagnement</p> <p>1.5 Gérer les flux</p> <p>Identifier les paramètres générant du flux</p> <p>Mesurer l'impact du flux sur l'attente</p> <p>Repérer les signes de tensions générées par l'attente</p> <p>Accompagner l'attente du public</p>	<p>La gestion du temps et ses outils</p> <p>Les acteurs internes et externes de l'organisation</p> <p>L'accueil multicanal</p> <p>La découverte des besoins</p> <p>Les règles de confidentialité et d'éthique</p> <p>Les ressources internes et externes de l'organisation</p> <p>La gestion du flux</p>	<p>Les principaux outils de planification et méthodes organisationnelles</p> <p>Le partage de l'information</p> <p>Les caractéristiques du public accueilli</p> <p>La prise de contact en face à face, à distance</p> <p>Les méthodes de découverte des besoins selon le degré de complexité de la demande, dont : questionnement, échanges, écoute active, prise de notes, reformulation</p> <p>Règles formelles et informelles de confidentialité et d'éthique</p> <p>Les sources d'information interne et externe et leurs caractéristiques</p> <p>Les moteurs de recherche, annuaires, Intranet, extranet, internet, portail</p> <p>Les différents acteurs internes (hiérarchiques et non-hiérarchiques) et externes</p> <p>Les dimensions spatio-temporelles de la gestion du flux : files d'attente, espaces d'attente, variations journalières, hebdomadaires, saisonnières, aléas</p> <p>Les outils et méthodes de gestion de l'attente</p>	<p>Les caractéristiques du public sont repérées et permettent de situer le visiteur</p> <p>Les salutations sont adaptées</p> <p>Le niveau de complexité de la demande est repéré</p> <p>L'écoute, le questionnement, les échanges, les reformulations avec le visiteur sont efficaces</p> <p>Les besoins sont cernés et la demande est clairement identifiée</p> <p>Les règles de confidentialité et d'éthique sont respectées</p> <p>Des informations, des outils et des relais professionnels, internes ou externes, sont mobilisés à bon escient</p> <p>Les échanges permettent de co-construire une réponse claire et satisfaisante qui intègre les procédures</p> <p>La réponse est adaptée à la demande.</p> <p>Les indicateurs de mesure sont pertinents et adaptés à l'ampleur du flux</p> <p>Les signaux d'alerte sont repérés et pris en compte</p> <p>Des actions efficaces sont menées pour accompagner l'attente, notamment en collaboration avec d'autres personnels, et en particulier avec le personnel de sécurité</p>
--	--	---	---

<p>Hiérarchiser les activités pour organiser l'attente</p> <p>1.6 Gérer les conflits</p> <p>Repérer les signes de tension susceptibles de déboucher sur un conflit</p> <p>Interagir pour désamorcer la tension, le conflit</p> <p>Mettre en œuvre les solutions pour résoudre le conflit</p>	<p>Les sources et les types de conflits</p> <p>Les facteurs de stress et le contrôle de soi</p> <p>La gestion des conflits</p>	<p>L'origine des conflits : l'organisation et/ou l'individu</p> <p>La distance professionnelle</p> <p>Les postures</p> <p>Les interactions</p> <p>La prévention des situations difficiles</p> <p>La médiation</p> <p>La négociation</p> <p>Le recours hiérarchique et non-hiérarchique</p>	<p>Une organisation efficace permet d'optimiser le temps d'attente</p> <p>Les signes de tensions sont repérés</p> <p>Les interactions permettent d'apaiser les éventuelles tensions</p> <p>Des solutions adaptées à la résolution de conflits</p>
---	--	--	---

Explication du bloc de compétences 2 : Gérer l'information et des prestations à des fins organisationnelles

L'agent d'accueil dispose, construit et met à disposition de l'information de façon permanente. Il s'appuie ainsi à la fois sur le système d'information de l'organisation et sur des réseaux d'informations internes et externes qu'il sollicite.

L'apprenant est mis en activité dans un environnement numérique où l'exploitation d'information via les intranets, les extranets, les médias sociaux, les espaces de stockage numérique, les plateformes collaboratives et/ou contributives... est intégrée. Il doit savoir collecter des informations, les vérifier, les formaliser en ressources utiles et les organiser en vue de leur mise à disposition et/ou diffusion. Ces informations peuvent présenter un caractère pérenne tout comme avoir une durée de vie très limitée, qui nécessite une mise à jour régulière, voire quasi continue. L'ensemble garantit la qualité de l'information.

Les activités de l'apprenant doivent considérer les codes et usages de l'organisation dans laquelle l'accueil est réalisé. Elles s'inscrivent dans un collectif de travail qui intègre les comptes rendus écrits ou oraux demandés notamment dans le cadre de la nécessaire continuité du service.

Pour gérer l'information, l'agent d'accueil agit dans un environnement numérique qu'il met à jour, avec d'autres, de façon quasi continue. Il s'appuie sur le système d'information de l'organisation dans laquelle il exerce et sur des réseaux d'informations internes et externes qu'il sollicite : intranet, extranet, GED, plateformes collaboratives et/ou contributives...

Intégré dans un collectif de travail, l'apprenant est destinataire d'un certain nombre d'informations qu'il doit vérifier, organiser, mettre à disposition et/ou diffuser, notamment dans le cadre de la nécessaire continuité du service ou des comptes rendus d'activité qui lui sont demandés. Il intègre ainsi l'ensemble des activités de collecte, de traitement, d'organisation et de transmission de l'information. Sa communication est professionnelle et maîtrisée, tant à l'oral qu'à l'écrit, et il sait s'adapter aux codes et usages de l'organisation dans laquelle il exerce.

Afin que l'information puisse être transformée en ressources par l'ensemble des acteurs internes et/ou externes d'une organisation, une intelligence collective se met en place. Elle facilite les échanges et une réalisation collective en organisant les interactions entre ces acteurs et les systèmes d'information. Elle permet ainsi la contribution rationnelle de chacun à l'élaboration d'un service ou d'un projet collectif.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
<p>2.1 Gérer l'information</p> <p>Repérer les sources d'information</p> <p>Contrôler l'information</p> <p>Actualiser une base de données</p> <p>Sélectionner l'information utile au service</p> <p>Mutualiser l'information nécessaire à la continuité du service</p> <p>Rendre compte de l'activité</p>	<p>La communication professionnelle orale et écrite</p> <p>L'intelligence collective</p> <p>Les méthodes et outils de recherche d'information</p> <p>La qualité de l'information</p> <p>Le système d'information</p> <p>Le traitement, la formalisation et la diffusion de l'information</p> <p>Le compte rendu d'activités</p>	<p>Les codes et les usages de la communication orale et écrite dans l'organisation</p> <p>La communication formelle et informelle</p> <p>Les enjeux, principes et outils de l'intelligence collective</p> <p><i>Les sources d'information interne et externe et leurs caractéristiques</i></p> <p><i>Les moteurs de recherche, annuaire, Intranet, extranet, internet, portail</i></p> <p><i>Les critères de qualité de l'information</i></p> <p>Le rôle d'un système d'information : aide à la communication, à la gestion de l'information (accès, stockage, sécurisation, circulation), à la décision</p> <p>Les espaces numériques de travail et de stockage, les plateformes collaboratives et contributives</p> <p><i>Le compte rendu oral</i></p> <p>Le compte rendu écrit à l'aide de supports types</p>	<p>Les informations recueillies sont pertinentes, fiables et utiles à l'organisation</p> <p>Le système d'information est utilisé de manière efficace</p> <p>Le compte rendu d'activités permet la continuité du service et le suivi de l'activité</p>
<p>2.2 Gérer des prestations internes et externes</p> <p>Identifier les prestations inhérentes aux activités d'accueil</p> <p>Formaliser une demande et/ou une offre de prestations</p>	<p>Les prestations internes</p> <p>Les prestations externes</p>	<p>Les réseaux de prestataires internes et externes</p> <p>La gestion du courrier, des colis, des agendas, des plannings</p> <p>La gestion de la réservation de salles, de matériels</p> <p>Les services aux visiteurs et aux membres de l'organisation</p> <p>Le processus « achat » : étapes, documents commerciaux associés, documents types internes</p>	<p>Les besoins en prestations sont identifiés et la réponse est adaptée</p>

<p>Assurer le suivi d'une prestation</p> <p>Mesurer la qualité des prestations et proposer d'éventuelles améliorations</p> <p>2.3 Contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil</p> <p>Appréhender les enjeux du projet</p> <p>Participer à la réalisation et à la coordination du projet</p> <p>Analyser la qualité de la contribution et transmettre les résultats au porteur du projet</p>	<p>La démarche de projet</p>	<p>Les outils de mesure de la qualité d'une prestation : enquêtes, veille sur les médias sociaux, forums, blogs...</p> <p>Les enjeux du projet : image de l'organisation, enjeux humains, matériels et financiers</p> <p>Les types de projets : l'événementiel, la démarche qualité liée à l'accueil, l'organisation de l'espace d'accueil, l'amélioration de l'accueil</p> <p>Le projet : cahier des charges, étapes, acteurs, budget</p> <p>L'organisation du projet : échéancier, agenda, tableau de répartition des tâches, liste de contrôle, formalités administratives</p> <p>Les outils de suivi et de gestion de projet : logiciels/applications de gestion de projet,</p> <p>tableau de bord, rapport d'étape, relevé de conclusions, de réunion, le bilan de fin de projet</p> <p>Les communications inhérentes au projet</p> <p><i>Le travail collaboratif : données partagées, agendas partagés, web-conférence, plateforme collaborative</i></p> <p><i>Les outils d'échange : courriel, téléphone, lettre, visio, médias sociaux</i></p>	<p>La qualité de la prestation est évaluée et fait l'objet, le cas échéant, de mesures correctives</p> <p>L'action menée répond de manière efficace aux enjeux du projet</p> <p>La coordination entre les acteurs garantit une action performante</p> <p>Les points forts et les points d'amélioration sont repérés et communiqués formellement</p>
--	------------------------------	--	---

Explicitation du bloc de compétences 3 : Gérer la relation commerciale

L'agent d'accueil a une approche mercatique de l'environnement commercial et du positionnement de l'organisation sur son marché. Il établit et développe une relation commerciale, digitale et personnalisée avec le client/usager. Le parcours client/usager est multicanal et multiexpérientiel ; l'agent d'accueil peut intervenir sur tout ou partie de ce parcours. L'agent d'accueil contribue au maintien d'une relation commerciale durable avec le client/usager, la qualité de la relation favorisant la satisfaction et la fidélisation du client.

Il s'agit ici pour l'apprenant de gérer la relation :

- par la prise en compte du profil, des besoins et des attentes des clients/usagers,
- par la connaissance de l'offre commerciale sur un territoire donné,
- par la transformation de l'information commerciale en ressources.

Il doit disposer d'informations qualitatives et quantitatives sur le public, l'offre et les concurrents, nourrir le système d'information de l'organisation et contribuer à une vision dynamique de l'offre et du public.

L'apprenant est mis en activité dans un environnement numérique et professionnel. Il prend aussi en considération le parcours client/usager. En présentiel et/ou à distance, en direct et/ou en différé, les interactions avec le client/usager permettent de parvenir à une solution adaptée. Cela peut le conduire à gérer plusieurs clients en même temps.

L'apprenant doit être capable d'utiliser des outils y compris numériques pour mesurer les motifs de satisfaction ou d'insatisfaction des clients et les analyser.

Il contribue à la fidélisation des clients à travers des blogs, les réseaux sociaux, des événements et opérations commerciales, stands, actions de mercatique directe... Il est capable de mesurer l'efficacité des différentes actions. Il prend également en charge les réclamations des clients/usagers. Il rend compte des situations rencontrées.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
<p>3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale</p> <p>Identifier les supports utiles à la relation commerciale</p> <p>Repérer les caractéristiques du public</p> <p>Appréhender l'offre de l'organisation</p> <p>Situer l'offre de l'organisation sur son marché</p> <p>Contribuer à l'amélioration de la connaissance du public</p>	<p>La relation client et la relation usager</p> <p>La personnalisation de l'offre</p> <p>Les supports de la relation commerciale</p> <p>La segmentation du public</p> <p>Le positionnement de l'organisation sur le marché</p> <p>La recherche de la solution adaptée au client/usager</p> <p>Le parcours client, l'expérience client, le ressenti client</p>	<p>Les enjeux, démarche et outils de la relation client et de la relation usager</p> <p>La documentation commerciale, les bornes interactives et les automates, les outils tactiles, les logiciels et les applications dédiées à la relation commerciale</p> <p>Les critères de segmentation</p> <p>Les différents produits et services proposés par l'organisation, par la concurrence</p> <p>Les éléments qualitatifs et quantitatifs du positionnement de l'organisation sur le marché</p>	<p>Les supports adéquats sont repérés</p> <p>Les caractéristiques des produits et services sont connues</p> <p>Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées</p> <p>Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié</p> <p>Le système d'information est enrichi</p>
<p>3.2 Satisfaire et fidéliser le public</p> <p>Co construire avec le public la solution adaptée à ses besoins</p> <p>Finaliser la relation commerciale</p>	<p>Les outils de collecte et d'analyse des motifs de satisfaction et d'insatisfaction</p>	<p>Les outils de collecte et d'analyse de motifs de satisfaction et d'insatisfaction : enquêtes, les médias sociaux, logiciels/applications d'aide à l'analyse...</p>	<p>Le questionnement, les échanges, les reformulations permettent d'identifier clairement le besoin</p> <p>Les échanges et la coopération avec le public permettent de</p>

<p>Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation</p> <p>Collecter et identifier les motifs de satisfaction et d'insatisfaction</p> <p>Mesurer l'efficacité des actions de fidélisation</p> <p>3.3 Gérer les réclamations</p> <p>Recueillir les réclamations</p> <p>Interagir pour comprendre les motifs de réclamation</p> <p>Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement</p> <p>Rendre compte des situations rencontrées</p>	<p>La fidélisation</p> <p>Le traitement des réclamations</p>	<p>Les enjeux de la fidélisation</p> <p>Les modalités de collecte et de traitement des réclamations : orales, écrites, en présentiel et à distance</p> <p>Les procédures de traitement des réclamations</p> <p><i>Le compte rendu oral, écrit, hiérarchique et non-hiérarchique des situations rencontrées</i></p>	<p>proposer une offre, une solution adaptée</p> <p>La relation commerciale est concrétisée</p> <p>Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction sont recensés et mis en évidence</p> <p>Les actions de fidélisation sont pertinentes et leur suivi permet la pérennisation de la relation</p> <p>L'écoute et les échanges permettent de comprendre les réclamations</p> <p>Les motifs sont clairement identifiés</p> <p>Une solution adaptée clairement expliquée permet d'apporter une réponse pertinente</p> <p>La transmission des situations rencontrées est effectuée</p>
--	--	--	---