



PLAN DE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES

TITRE PROFESSIONNEL

MANAGER D'UNITE MARCHANDE



L2B Conseil & Formation

488, rue de la Chapelle – Immeuble MOEDE 2 - 97 122 BAIE-MAHAULT
Siret : 799 709 688 000 11 N° D'AGRÉMENT : 01 973 342 897 N° UAI DU CFA 9711248E
Mail : foad.l2bformation@gmail.com Tel : 0590 99 21 82

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Obtenir la certification Titre professionnel de Manager d'unité marchande (MUM), délivré par le ministère du Travail (JO 18/12/2018), Niveau 5 (anciennement niveau III éq. Bac + 2)

Le titulaire du TITRE PRO Manager d'Unité Marchande (diplôme de niveau 5 = BTS) a pour perspective d'assurer les missions de gestion, d'animation et de développement d'un rayon ou d'un secteur marchand au sein d'une enseigne de la grande distribution générale ou spécialisée.

L'objectif de la formation est d'acquérir les compétences suivantes :

- 1/ Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal
- 2/ Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande
- 3/ Manager l'équipe de l'unité marchande

LES MISSIONS

Dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation du client, le manager d'unité marchande pilote l'offre produits, maintient l'unité marchande attractive, gère les stocks et optimise les ventes. Il gère et anime l'équipe. Il accompagne la performance individuelle de chaque collaborateur. Il assure la gestion financière et économique et contribue à l'atteinte des objectifs commerciaux et budgétaires, à l'optimisation du rendement économique et financier de l'unité marchande. En s'appuyant sur l'équipe et afin de maintenir la continuité du parcours client, le manager d'unité marchande entretient et développe l'aspect marchand et l'attractivité de l'unité marchande en tenant compte de l'offre produits et des modes de consommation des clients. Il suit et analyse les états des ventes en utilisant les applicatifs de l'entreprise et adapte les stocks et les gammes de produits. Le manager d'unité marchande établit un compte de résultat prévisionnel annuel d'unité marchande et calcule les objectifs mensuels, hebdomadaires, et quotidiens. Il s'assure de la réalisation des objectifs commerciaux et budgétaires. Le manager d'unité marchande organise et coordonne l'activité de l'équipe. Il peut recruter des collaborateurs. Il identifie les besoins en perfectionnement, conçoit des plans de formation et anime des actions de formation opérationnelle. Il réalise les entretiens individuels. Avec son responsable hiérarchique et en collaboration avec l'équipe, il conduit et anime les projets de l'unité marchande. L'emploi s'exerce en petite, moyenne ou grande surface, alimentaire, non alimentaire, spécialisée, dans l'espace de vente, dans les réserves et dans un bureau. Les conditions d'exercice, l'effectif et la composition de l'équipe varient selon la taille de l'unité marchande et la nature des produits et des services proposés. L'emploi peut nécessiter des déplacements hors de l'unité marchande pour assister à des réunions et des formations organisées par l'entreprise. Le manager d'unité marchande exerce l'emploi sous la responsabilité de sa hiérarchie à laquelle il rend compte. Dans le cadre des réglementations, des procédures internes à l'entreprise et de sa

délégation de pouvoir, le manager d'unité marchande peut être force de proposition et prendre des initiatives dans l'organisation de l'activité de l'unité marchande, dans la conception et la mise en œuvre de projets et de plans d'actions. Il respecte et fait respecter les règles d'hygiène et de sécurité, de sûreté, de qualité de vie au travail (QVT) et de protection de la santé au travail. En cas d'imprévus ou de dysfonctionnements, il réagit rapidement, modifie ses priorités, s'adapte à la situation du moment et il alerte sa hiérarchie et les services internes. En concertation avec l'ensemble des acteurs concernés, il met en œuvre un plan d'actions adapté. Le manager d'unité marchande est en contact direct avec les clients. Il assure l'interface, en communiquant par mail et téléphone, avec les transporteurs, les fournisseurs, les conseillers commerciaux, le réceptionnaire, le gestionnaire de stocks, les employés libre-service, la hiérarchie, le personnel de sécurité et de maintenance et les services internes de l'entreprise tels que les ressources humaines, le contrôle de gestion, le service paie, le service marketing et communication, le service client, la centrale d'achat, la comptabilité et la logistique. En fonction des contraintes de l'activité, des fluctuations clients et aléas, ses horaires de travail peuvent être décalés et des astreintes sont possibles. Il peut être amené à travailler le dimanche et certains jours fériés. Généralement, l'emploi s'exerce dans un environnement bruyant et nécessite de nombreux déplacements dans l'espace de vente. Les variations de température peuvent être importantes. Le manager d'unité marchande peut être amené à participer aux tâches de manutention, pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis. Le manager d'unité marchande prend en compte au quotidien la loi sur la transition énergétique pour la croissance verte et la responsabilité sociale des entreprises (RSE) appliquée à l'entreprise..

PRE REQUIS

Deux profils sont possibles :

- 1) Niveau scolaire bac +1 ou équivalent.
- 2) Diplôme/titre professionnel de niveau bac dans le secteur et un an d'expérience professionnelle ou équivalent.

Admission après étude du dossier de candidature, entretien et test.

DUREE :

- 6 mois en alternance (2 jours de formation par semaine en moyenne voir calendrier)

VALIDATION

Intitulé du titre professionnel : Manager d'unité marchande

Sigle du titre professionnel : MUM
Niveau : 5 (Cadre national des certifications 2019)
Code(s) NSF : 312m - Commerce, vente - pas de fonction dominante
Code(s) ROME : D1502, D1503, D1301, D1509
Formacode : 34566, 34587, 34588, 34559, 34502
Date de l'arrêté : 10/12/2018
Date de parution au JO de l'arrêté : 18/12/2018
Date d'effet de l'arrêté : 04/03/2019

LES DEBOUCHES

Visual merchandiser (ROME : B1301),
E-merchandiser (ROME : D1506)
Chef de rayon produits alimentaires (ROME : D1502) ou non-alimentaires (ROME : D1503)
Responsable e-commerce (ROME : M1707), Animateur de site multimédia (ROME : E1101)
Responsable de drive (ROME : D1509)
Responsable de magasin (ROME : D1301)
Responsable de secteur/département (ROME : D1509)

PROGRAMME DE LA FORMATION

← Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal

- Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
- Piloter l'offre produits de l'unité marchande
- Réaliser le merchandising de l'unité marchande
- Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal

← Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande

- Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
- Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande

← Manager l'équipe de l'unité marchande

- Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande
- Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
- Accompagner la performance individuelle
- Animer l'équipe de l'unité marchande
- Conduire et animer un projet de l'unité marchande

Module 1 : Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal

Le manager d'unité marchande développe la dynamique commerciale de l'unité marchande. Il s'assure de l'approvisionnement, de la disponibilité et de l'attractivité de

l'offre produits. Il respecte les procédures, la stratégie commerciale et omnicanale de l'entreprise. Il s'appuie sur sa connaissance des produits, de l'environnement commercial et concurrentiel de l'unité marchande pour optimiser le processus d'achat des consommateurs. En prévenant les risques liés à l'activité physique, secondé par l'équipe, le manager d'unité marchande réalise les inventaires pour ajuster les stocks. Il valide les commandes en fonction des ventes, des réservations clients, des anomalies, des objectifs commerciaux et budgétaires. Le manager d'unité marchande organise la réception, le stockage, le rangement et la mise à disposition des produits et y participe si nécessaire. A partir de l'état des ventes et des évolutions des habitudes de consommation, il manage l'offre produits en utilisant les outils de traçabilité afin de garantir la fluidité du parcours d'achat du client et d'augmenter le chiffre d'affaires et la rentabilité de l'unité marchande. En collaboration avec l'équipe, en tenant compte des objectifs commerciaux, budgétaires, des indicateurs de performance et de la réglementation, le manager d'unité marchande prépare, organise et met en place les implantations et les opérations commerciales selon le merchandising de gestion, d'organisation et de séduction et veille à l'aspect commerçant et à l'attractivité de l'unité marchande. Il adapte l'offre de service proposée afin de développer le chiffre d'affaires. Il conçoit et met en place des événements commerciaux contribuant à la valorisation de l'offre. Ses conditions d'exercice varient selon la taille de l'unité marchande et la nature des produits vendus. Il peut être amené à conseiller les clients et à vendre les produits et services de l'entreprise, à encaisser et à participer aux tâches de manutention pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis et à parler anglais selon la zone de chalandise de l'unité marchande. Le manager d'unité marchande se sert couramment des applicatifs et outils de gestion de l'entreprise. L'activité s'exerce en surface de vente, dans un bureau et dans les réserves. Le manager d'unité marchande exerce cette activité sous la responsabilité de sa hiérarchie à laquelle il rend compte. Dans le respect des réglementations, des procédures internes à l'entreprise concernant la gestion commerciale et du cadre de sa délégation de pouvoir, le manager d'unité marchande est force de proposition auprès de sa hiérarchie. Il prend des initiatives pour organiser l'activité commerciale de l'unité marchande et pour concevoir et mettre en œuvre des plans d'actions. Le manager d'unité marchande exerce cette activité dans le respect de la réglementation du travail et en veillant à mettre en œuvre une démarche de maîtrise des risques professionnels en cohérence avec la politique des ressources humaines de l'entreprise. Il tient compte des prévisions en termes d'activité commerciale et des contraintes liées à l'unité marchande et des politiques RH et RSE de l'entreprise. Le manager d'unité marchande est en contact direct avec l'équipe, sa hiérarchie, et les services internes de l'entreprise tels que le service marketing et communication, le service client, la centrale d'achat, la comptabilité et la logistique.

Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande

Suivre les stocks en temps réel, en utilisant les outils de traçabilité afin de garantir la disponibilité des produits et la fluidité du parcours d'achat du client. Pour définir les quantités à commander, réaliser des inventaires en prenant en compte l'état des stocks, des ventes, des réservations clients et des objectifs commerciaux et budgétaires de l'unité marchande. Réceptionner les produits en collaboration avec l'équipe ou le réceptionnaire, vérifier la conformité des documents liés à la réception. Traiter les anomalies. Stocker, ranger et mettre à disposition les produits dans le respect de la sécurité et d'optimisation de l'effort.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe ou le réceptionnaire, sur la surface de vente, en réserve ou à la réception. Elle s'exerce à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil

bureautique de type tableur. Elle implique une relation avec les services internes et externes concernés.

Critères de performance

Les stocks sont suivis en utilisant les outils de traçabilité La disponibilité des produits est garantie La fluidité du parcours d'achat du client est garantie Les inventaires sont réalisés dans le respect des procédures et de la stratégie commerciale de l'entreprise Les quantités commandées sont définies en fonction des stocks, des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux et budgétaires de l'unité marchande La conformité des documents liés à la réception est vérifiée Les anomalies liées à la réception sont repérées et traitées Les principes de sécurité et d'optimisation de l'effort sont appliqués

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
Appliquer et faire appliquer par l'équipe les mesures de lutte contre les différentes démarques
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté
Appliquer et faire appliquer l'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
Appliquer et faire appliquer les mesures de prévention des risques professionnels
Utiliser les outils informatiques de gestion de la relation client
Utiliser les différents outils bureautiques
Identifier et utiliser les principaux indicateurs de performance
Appliquer et faire appliquer les règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans le magasin
Appliquer et faire appliquer les principes de prévention des risques liés à l'activité physique et aux chutes
Utiliser les outils de gestion commerciale, de gestion des stocks et des flux
Déterminer les quantités de produits à commander en tenant compte des objectifs de l'unité marchande
Veiller à l'utilisation conforme des matériels de stockage et de manutention Identifier les circuits de distribution alternatifs (circuits courts...)
Déléguer des tâches et contrôler le résultat/la performance
Organiser, dans le respect des réglementations, des règles d'hygiène, de sécurité et de protection de la santé au travail, la réception, le stockage et le rangement des produits
Suivre et contrôler les stocks et les flux
Identifier et évaluer les risques d'accidents ou d'atteinte à la santé liés aux situations de travail
Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Communiquer avec sa hiérarchie, ses collègues et les collaborateurs
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Informar les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés
Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise
Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en espace de vente
Connaissance des règles liées au protocole de sécurité pour les opérations de chargements et déchargements
Connaissance des facteurs de risques de chutes et des risques liés aux circulations internes
Connaissance des principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Connaissance des procédures et des règles de gestion commerciales internes
Connaissance des causes de la démarque en magasin et des moyens de lutte contre celle-ci
Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution

Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client
Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes
Connaissance des parcours d'achat des clients
Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier de l'unité commerciale
Connaissance des circuits d'approvisionnement et des circuits de distribution des marchandises
Connaissance des méthodes de gestion des stocks
Connaissance des contraintes liées à la nature des produits et leurs conditions de stockage
Connaissance des différents matériels de manutention et des différents mobiliers
Connaissance de la législation et la réglementation en matière d'économie circulaire
Connaissance du Lean Management

Piloter l'offre produits de l'unité marchande

A partir de l'état des ventes, des évolutions des habitudes de consommation d'achat des clients, définir, animer, suivre et gérer l'offre produits en temps réel, en utilisant les outils de traçabilité afin de garantir la fluidité du parcours d'achat du client, d'augmenter le chiffre d'affaires et la rentabilité d'une ou plusieurs gammes de produits. Mettre en œuvre des plans d'actions pertinents pour adapter la structure de l'assortiment à l'état des stocks, aux ventes, aux réservations clients, aux anomalies et aux objectifs commerciaux et budgétaires de l'unité marchande.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe, le service marketing et parfois en collaboration avec un category manager, sur la surface de vente, en réserve ou dans un bureau. Elle s'exerce à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil bureautique de type tableur. Elle implique une relation avec les services internes et externes concernés.

Critères de performance

L'offre produits est gérée en temps réel
La fluidité du parcours d'achat du client est garantie
Le chiffre d'affaires d'une ou plusieurs gammes de produits augmente
La rentabilité d'une ou plusieurs gammes de produits augmente
Les plans d'actions mis en œuvre sont pertinents

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Analyser les comportements d'achats des consommateurs à l'aide de panels
Analyser le positionnement d'une gamme de produits ou d'une collection en lien avec la stratégie commerciale et marketing
S'informer sur les évolutions du marché et les attentes de la clientèle
Analyser la concurrence
Elaborer un plan commercial pour la catégorie de produit ou un plan de collection chiffré
Définir l'offre produits et veiller à sa mise en œuvre dans les magasins
Définir des objectifs annuels des gammes de produits et les communiquer à l'équipe
Développer de la notoriété ou de la visibilité d'une gamme de produits
Animer l'offre produits
Gérer un budget annuel d'achats pour une gamme de produits
Effectuer le suivi de la performance commerciale des produits
Proposer des modifications ou des aménagements pour améliorer la présentation de l'assortiment en vue d'optimiser la rentabilité
Contrôler la rentabilité financière des gammes de produit et des actions promotionnelles mises en place

Organiser la veille sur les produits et les tendances marchés en lien avec le service marketing Organiser l'assortiment type, la présentation et la mise en scène des produits, le positionnement en surface de vente, par gammes de produits

Suivre et contrôler les stocks et les flux

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation

Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats

Communiquer avec sa hiérarchie, ses collègues et les collaborateurs

Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement

Informers les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés

Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise et des consignes de la hiérarchie

Connaissance des principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul

Connaissance des procédures et des règles de gestion commerciales internes

Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution

Connaissance des outils et techniques de veille produits et services

Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client

Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes Connaissance des parcours d'achat des clients

Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier de l'unité commerciale

Connaissance des circuits d'approvisionnement et des circuits de distribution des marchandises

Connaissance des méthodes de gestion des stocks

Connaissance des méthodes de recueil des informations auprès d'un panel

Réaliser le merchandising de l'unité marchande

Dans le respect du droit et de la réglementation relatifs au commerce, des règles de merchandising de gestion, d'organisation et de séduction, implanter l'offre produits et mettre en place des opérations commerciales afin de maintenir ou de développer l'aspect commerçant et l'attractivité de l'unité marchande. Tenir compte des objectifs commerciaux, budgétaires et des indicateurs de performance. Analyser et exploiter les résultats commerciaux et budgétaires de l'implantation ou de l'opération commerciale. Elaborer un plan d'actions adapté. Communiquer à l'équipe le plan d'actions afin de le mettre en œuvre. Veiller à la mise en œuvre des mesures de prévention adaptées aux risques de chute, de manutention et de manipulation d'équipement de travail.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe et parfois en collaboration avec un merchandiseur, principalement sur la surface de vente et parfois en présence des clients. Elle s'exerce tout au long de la journée à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil bureautique de type tableur. Elle implique une relation avec les services internes et externes concernés.

Critères de performance

Les règles de merchandising sont respectées

Le droit et la réglementation relatifs au commerce sont respectés

L'implantation des produits est efficace et en cohérence avec les objectifs commerciaux, budgétaire et les indicateurs de performance

La mise en place de l'opération commerciale est en cohérence avec les objectifs commerciaux, budgétaires et les indicateurs de performance

L'analyse des résultats de l'implantation ou de l'opération commerciale est pertinente

Les plans d'actions élaborés sont adaptés

Les plans d'actions sont transmis à l'équipe et mis en œuvre

Les mesures de prévention des risques sont adaptées et mises en œuvre

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Appliquer et faire appliquer les règles de prévention en matière de gestes et postures au travail
 Appliquer et faire appliquer par l'équipe les mesures de lutte contre les différentes démarques
 Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
 Appliquer et faire appliquer l'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
 Appliquer et faire appliquer les mesures de prévention des risques professionnels
 Identifier et évaluer les risques d'accidents ou d'atteinte à la santé liés aux situations de travail Utiliser les outils informatiques de gestion
 Utiliser les différents outils bureautiques
 Identifier et utiliser les principaux indicateurs de performance
 Maîtriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul Utiliser des règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans l'unité marchande
 Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches
 Appliquer la stratégie commerciale de l'entreprise
 Respecter les préconisations de l'entreprise
 Mettre en place une opération commerciale
 Mettre à jour un cahier d'évènement
 Appliquer et faire appliquer les normes de merchandising et les préconisations de l'entreprise Adapter le merchandising selon les résultats et le stock de l'unité marchande
 Elaborer ou contrôler la réalisation des vitrines par rapport au guide de merchandising
 Mettre en scène des thématiques de produits
 Former l'équipe au merchandising
 Respecter les règles de merchandising de gestion, d'organisation et de séduction
 Implanter un assortiment de produit permanent ou saisonnier
 Utiliser un plan d'implantation
 Utiliser les différents matériels de manutention et de présentation
 Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches
 Organiser une opération commerciale
 Mettre en œuvre des plans d'actions
 Coopérer avec les autres services
 Organiser les moyens matériels nécessaires aux implantations et aux opérations commerciales
 Organiser les stockages de façon à faciliter et limiter les manutentions manuelles, les chutes et les coupures
 Organiser au sein du magasin l'implantation des zones correspondant aux opérations commerciales
 Communiquer avec l'équipe de manière adaptée à la situation
 Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
 Informer les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés
 Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
 Déléguer des tâches
 Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise
 Connaissance des principes de prévention des risques liés à l'activité physique et aux chutes
 Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en surface de vente
 Connaissance des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
 Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier du rayon ou de l'espace vente
 Connaissance des différents matériels de manutention et des différents mobiliers
 Connaissance des règles relatives à l'affichage et à la réduction des prix
 Connaissance de la réglementation relative aux ventes réglementées
 Connaissance de la réglementation relative au commerce de détail alimentaire et non alimentaire
 Connaissance des règles relatives à la sécurité des personnes dans un espace de vente

Connaissance des différents ratios et indices permettant d'évaluer l'efficacité d'une implantation ou d'une opération commerciale
Connaissance de la concurrence
Connaissance des caractéristiques des produits et des services proposés
Connaissance des règles du merchandising de gestion, d'organisation et de séduction

Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal

A l'aide d'outils de gestion de la relation client, en collaboration avec l'équipe, afin de contribuer à la fidélisation du client, à la réussite de son expérience client et de développer les ventes, améliorer au quotidien le conseil client et l'offre de service de l'unité marchande. Prendre en compte le parcours d'achat du client, le conseiller et répondre à ses souhaits afin de le fidéliser. Adopter en toutes circonstances, y compris lors de litiges, d'incivilités et de réclamations clients des comportements favorables à la fidélisation du client et mettre en œuvre des actions de fidélisation correspondant à la situation. Concevoir et mettre en place des événements commerciaux concourant à la stratégie de valorisation de l'offre. Développer des argumentaires adaptés à l'offre produits.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe, principalement sur la surface de vente en présence des clients et parfois en collaboration avec le community manager. Elle s'exerce tout au long de la journée à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil bureautique de type tableur. Selon l'organisation de l'unité marchande, l'encaissement, le conseil client et la vente de produits et de services peuvent être demandés. La compétence implique une relation avec les services internes et externes concernés et tout particulièrement avec le service client lors du traitement de litiges et de réclamations. Selon la zone de chalandise de l'unité marchande, l'usage de l'anglais peut être nécessaire.

Critères de performance

La stratégie commerciale de l'entreprise est respectée
L'offre de service est améliorée au quotidien
Les événements commerciaux concourent à la valorisation de l'offre
Les argumentaires sont adaptés à l'offre produits
Les actions de fidélisation prennent en compte le parcours d'achat du client Les actions de fidélisation sont adaptées à la situation

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles de protection des données personnelles de tous types
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
Utiliser les outils informatiques de gestion de la relation client
Utiliser les différents outils bureautiques
Maîtriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Analyser l'évolution des indicateurs de performance
Maîtriser les calculs arithmétiques (écarts, pourcentages, cumuls, moyenne)
Utiliser les outils d'aide à la prise de décision Utiliser des techniques d'écoute

Maîtriser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés
 Utiliser les outils et techniques d'encaissement
 Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise pour effectuer des recherches
 Mettre en œuvre des actions correctives
 Gérer la fidélisation d'un client dans un parcours omnicanal
 Encaisser à l'aide des outils, matériels et applicatifs de l'entreprise
 Communiquer et converser avec la clientèle anglophone (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 Accueillir et conseiller la clientèle anglophone sur les produits et les services de l'entreprise (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 Exposer en anglais les avantages et les inconvénients de différentes possibilités proposées (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 Pratiquer, en français et en anglais, les techniques d'écoute, de gestion de conflit et d'incivilité
 Faire de la veille sur l'e-réputation de l'entreprise sur les réseaux sociaux et professionnels, la blogosphère et les forums
 Appliquer et faire appliquer les procédures internes et la réglementation liées à l'encaissement
 Maîtriser les différentes méthodes d'encaissement
 Maîtriser les opérations d'encaissement
 Maîtriser les techniques de vente et de conseil client
 Organiser la stratégie commerciale en fonction des ventes et des remontées d'information client Adapter son organisation au parcours omnicanal en tenant compte des flux Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement Informer l'équipe des variations constatées Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution Connaissance des outils et techniques de veille produits et services Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes Connaissance des parcours d'achat des clients Connaissance de la structure de l'assortiment Connaissance de la concurrence Connaissance des caractéristiques des services proposés et des produits Connaissance de la réglementation relative aux conditions générales de vente Connaissance des outils de communication de l'entreprise et de la concurrence Connaissance des outils et techniques de gestion de la relation client Connaissance des valeurs et de la culture de l'entreprise Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce

Module 2 : Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande

En s'appuyant sur la stratégie commerciale de l'entreprise, sa connaissance du marché, de l'offre et de la demande, de l'environnement commercial et concurrentiel, le manager d'unité marchande optimise la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande dans le respect des procédures financières internes et des règles de gestion. Il établit un compte de résultat prévisionnel annuel en prenant en compte les résultats de l'exercice précédent, les préconisations de l'entreprise, les données de la zone de chalandise, les projets de développement et les tendances du marché. Le manager d'unité marchande interprète le compte de résultat et les résultats

économiques de l'unité marchande. En intégrant les effets calendaires, à partir des prévisions, il calcule les objectifs mensuels, hebdomadaires et quotidiens de l'unité marchande. Le manager d'unité marchande présente ces prévisions à l'équipe de manière adaptée. Tout au long de l'année, il collecte les données liées à la gestion commerciale et financière, renseigne le tableau de bord et le compte de résultat. Il calcule et analyse les variations et les ratios de rentabilité afin d'atteindre les objectifs commerciaux, financiers et budgétaires. Il élabore un plan d'actions pertinent qu'il transmet à l'équipe. Le manager d'unité marchande se sert couramment des applicatifs et outils de gestion de l'entreprise. L'activité s'exerce principalement dans un bureau. Le manager d'unité marchande exerce cette activité sous la responsabilité de sa hiérarchie à laquelle il rend compte. Dans le respect des réglementations, des procédures internes à l'entreprise concernant la gestion financière et du cadre de sa délégation de pouvoir, le manager d'unité marchande est force de proposition auprès de sa hiérarchie. Il prend des initiatives pour optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande et pour concevoir et mettre en œuvre des plans d'actions. Le manager d'unité marchande exerce cette activité dans le respect de la réglementation comptable et financière. Il veille à mettre en œuvre une démarche de maîtrise des risques professionnels en cohérence avec la politique des ressources humaines de l'entreprise. Il tient compte des prévisions en termes d'activité commerciale et des contraintes liées à l'unité marchande et des politiques RH et RSE de l'entreprise. Les conditions d'exercice varient selon la taille de l'espace de vente, de la nature des produits vendus, de la composition et de la taille de l'équipe. Le manager d'unité marchande est en contact direct avec l'équipe et sa hiérarchie, et avec les services internes de l'entreprise tels que les ressources humaines, le contrôle de gestion, la comptabilité, le service paie et la centrale d'achat.

Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande

Afin d'établir les prévisions économiques et financières, élaborer, à l'aide d'une méthodologie pertinente, un compte de résultat prévisionnel annuel cohérent tenant compte des résultats de l'exercice précédent, des préconisations de l'entreprise, des données de la zone de chalandise, des projets de développement et des tendances du marché. Calculer, en prenant en compte les effets calendaires, les objectifs mensuels, hebdomadaires, quotidiens de l'unité marchande à partir des objectifs annuels. Proposer ses prévisions à la hiérarchie afin de les faire valider. Présenter ses prévisions à l'équipe de manière adaptée.

Cette compétence s'exerce parfois en collaboration avec le contrôleur de gestion, dans un bureau, à l'aide du système d'information, des applicatifs de l'entreprise, ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance

La méthodologie d'établissement du compte de résultat prévisionnel est pertinente Le compte de résultat prévisionnel est cohérent

Le calcul des objectifs mensuels, hebdomadaires, quotidiens prend en compte les effets calendaires

Les prévisions sont proposées à la hiérarchie pour validation

Les prévisions sont présentées à l'équipe de manière adaptée

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
Utiliser les outils informatiques de gestion
Utiliser les différents outils bureautiques
Utiliser les fonctions avancées d'un tableur
Maîtriser les différents indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Maîtriser les différents éléments comptables et ratios financiers, leurs définitions et les méthodes de calcul (le chiffre d'affaires, les RRRO/RRRA, les marges, les démarques, les frais de personnel, les frais généraux et les stocks, le ratio d'activité, le taux de rentabilité net, le taux de marge commerciale, le ratio de productivité...)
Maîtriser les calculs arithmétiques et algébriques complexes
Utiliser les outils d'aide à la prise de décision
Collecter les éléments nécessaires au calcul des indicateurs de performances
Saisir les données dans le système d'information de l'entreprise
Analyser l'évolution des indicateurs de performance
Analyser l'évolution des différents éléments comptables et ratios financiers
Utiliser le vocabulaire comptable et financier adéquat
Maîtriser les calculs des variables essentielles du compte de résultats prévisionnel (le chiffre d'affaires prévisionnel, les charges d'exploitation prévisionnelles, les impôts et taxes prévisionnels, les charges financières prévisionnelles, les amortissements prévisionnels.)
Renseigner un compte de résultat prévisionnel
Expliciter un compte de résultat prévisionnel Identifier et utiliser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés
Utiliser les fonctions d'analyse d'un tableur
Utiliser les formules financières d'un tableur
Traiter les informations de gestion Utiliser les outils d'aide à l'analyse stratégique
Analyser, à partir du tableau de bord social les indicateurs de la santé et de sécurité au travail
Structurer les informations
Contrôler la cohérence des résultats Identifier et hiérarchiser des étapes Respecter les échéances
Organiser la collecte permanente et le tri des données comptables et financières
Organiser la collecte permanente et le tri des données de gestion
Organiser le traitement des informations de gestion
Mettre en place des traitements de gestion automatisés
Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes individuellement et collectivement
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables Informer l'équipe des prévisions
Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise
Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution
Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client
Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes Connaissance de l'origine de la démarque en magasin et des moyens de lutte contre celle-ci Connaissance des définitions, caractéristiques et méthode de calcul des indicateurs de performance Connaissance des définitions, caractéristiques et méthodes de calcul des différents éléments comptables et financiers
Connaissance des définitions, caractéristiques et méthodes de calcul des différents ratios financiers
Connaissance des outils et méthodes de mesure, de suivi et contrôle de la performance commerciale
Connaissance des outils et méthodes de mesure, de suivi et contrôle de la performance financière
Connaissance de la structure et des postes du compte de résultat Connaissance des règles de base de la comptabilité générale
Connaissance des bases de la comptabilité analytique

Connaissance précise de l'organisation et des circuits économiques de l'entreprise Connaissance des traitements statistiques de base

Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande

Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande Description de la compétence – processus de mise en œuvre Afin d'atteindre les objectifs commerciaux, budgétaires et financiers, collecter les données liées à la gestion commerciale et financière, renseigner le tableau de bord et le compte de résultat. Calculer et analyser les variations et les ratios de rentabilité. Elaborer un plan d'actions pertinent. Transmettre à l'équipe les mesures correctives de manière adaptée.

Cette compétence s'exerce quotidiennement, avec l'équipe et parfois en collaboration avec le contrôleur de gestion, dans un bureau ou en surface de vente, à l'aide du système d'information, des applicatifs de l'entreprise, ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance

Les procédures et les règles de gestion commerciales internes sont respectées

Les données liées à la gestion commerciale et financière sont collectées

Le tableau de bord est renseigné

Le compte de résultat est renseigné

Les calculs commerciaux sont maîtrisés

Les variations sont calculées et analysées

Les ratios financiers sont calculés et analysés

Le plan d'actions défini pour l'atteinte des objectifs commerciaux et financiers fixés est pertinent Les mesures correctives sont transmises de manière adaptée à l'équipe

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise

Utiliser les outils informatiques de gestion

Utiliser les différents outils bureautiques

Utiliser les fonctions avancées d'un tableur

Maîtriser les différents indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul

Maîtriser les différents éléments comptables et ratios financiers, leurs définitions et les méthodes de calcul (le chiffre d'affaires, les RRRO/RRRA*, les marges, les démarques, les frais de personnel, les frais généraux et les stocks, le ratio d'activité, le taux de rentabilité net, le taux de marge commerciale, le ratio de productivité...)

Maîtriser les calculs arithmétiques et algébriques complexes Utiliser les outils d'aide à la prise de décision

Collecter les éléments nécessaires au calcul des indicateurs de performances

Saisir les données dans le système d'information de l'entreprise

Analyser l'évolution des indicateurs de performance

Analyser l'évolution des différents éléments comptables et ratios financiers

Utiliser le vocabulaire lié aux objectifs commerciaux et aux indicateurs de performance

Identifier et utiliser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés

Créer un tableau de bord avec des indicateurs multiples

Renseigner des tableaux de bord Expliciter un tableau de bord Renseigner un compte de résultat

Expliciter un compte de résultat Utiliser des outils d'aide au diagnostic (diagramme d'ishikawa...)

Elaborer des plans d'actions
 Structurer les informations
 Contrôler la cohérence des résultats
 Respecter les échéances Identifier et hiérarchiser des étapes
 Être réactif face à des variations d'indicateurs de performance, comptables et financiers
 Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
 Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
 Transmettre des consignes individuellement et collectivement
 Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables Informer l'équipe des variations constatées
 Connaissance de la stratégie commerciale de l'entreprise
 Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution
 Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
 Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes Connaissance de l'origine de la démarque en magasin et des moyens de lutte contre celle-ci Connaissance des définitions, caractéristiques et méthodes de calcul des indicateurs de performance Connaissance des définitions, caractéristiques et méthodes de calcul des différents éléments comptables et financiers
 Connaissance des définitions, caractéristiques et méthodes de calcul des différents ratios financiers
 Connaissance des différentes typologies de tableau de bord
 Connaissance des outils et méthodes de mesure, de suivi et contrôle de la performance commerciale
 Connaissance des outils et méthodes de mesure, de suivi et contrôle de la performance financière
 Connaissance des éléments constitutifs d'un tableau de bord
 Connaissance de la structure et des postes du compte de résultat
 Connaissance des règles et de la réglementation en matière de prix de vente, T.V.A et marge

Module 3 : Manager l'équipe de l'unité marchande

Dans le cadre de la politique des ressources humaines, de la stratégie commerciale de l'entreprise, du respect de la législation sociale et du droit du travail, le manager d'unité marchande recrute et accompagne les membres de l'équipe. Il organise et coordonne l'activité de l'équipe et suscite l'implication individuelle et collective. En coopération avec les services des ressources humaines, le manager d'unité marchande identifie les besoins en collaborateurs. Il conçoit des fiches de poste et des offres d'emploi, analyse et trie les curriculum vitae des candidats et les reçoit. Il élabore et met en œuvre un parcours d'intégration, de tutorat et de formation individualisés. Il veille au respect des échéances liées à la période d'essai. A partir du prévisionnel en termes d'activité commerciale, des contraintes, des objectifs commerciaux et budgétaires, le manager d'unité marchande détermine la charge de travail, identifie et planifie les tâches selon les procédures de l'entreprise. Il suit la réalisation des tâches dans le temps imparti et met en place des ajustements lors d'écarts. Il établit des plannings horaires. Le manager d'unité marchande contribue au développement des compétences individuelles des collaborateurs en suivant au quotidien leurs performances afin d'identifier le niveau de maîtrise d'une compétence, le degré d'implication et le potentiel du collaborateur. Il met en place des plans d'accompagnement individualisés. Il conçoit et anime des actions de formation opérationnelle adaptées aux besoins des collaborateurs et

il conduit les différents entretiens professionnels. Il fédère l'équipe, la mobilise autour d'objectifs communs et valorise les réussites de l'équipe. A partir de l'analyse des résultats quantitatifs et qualitatifs de l'unité marchande, et en concertation avec l'équipe, le manager d'unité marchande établit un plan d'actions afin de développer la performance collective. Il suit les relations entre les membres de l'équipe, et, si nécessaire, il intervient afin de prévenir les tensions ou conflits. A partir d'une demande de la hiérarchie ou d'une initiative propre au magasin le manager d'unité marchande conduit et anime un projet en associant l'équipe à l'élaboration, à la réalisation du projet et au bilan du projet. Il se sert couramment des applicatifs et outils de gestion de l'entreprise. L'activité s'exerce en surface de vente, dans un bureau et dans les réserves. Le manager d'unité marchande exerce cette activité sous la responsabilité de sa hiérarchie à laquelle il rend compte. Dans le respect des réglementations, des procédures internes à l'entreprise concernant les ressources humaines et du cadre de sa délégation de pouvoir, le manager d'unité marchande est force de proposition auprès de sa hiérarchie. Il prend des initiatives pour organiser l'activité de l'équipe et pour concevoir et mettre en œuvre des plans d'actions. Le manager d'unité marchande exerce cette activité dans le respect de la réglementation du travail et en veillant à mettre en œuvre une démarche de maîtrise des risques professionnels et de qualité de vie au travail (QVT) en cohérence avec la politique des ressources humaines de l'entreprise. Il tient compte des prévisions en termes d'activité commerciale et des contraintes liées à l'unité marchande et des politiques RH et RSE de l'entreprise. Les conditions d'exercice varient selon la taille de l'espace de vente, de la nature des produits vendus, de la composition et de la taille de l'équipe. Le manager d'unité marchande est en contact direct avec l'équipe et sa hiérarchie, et avec les services internes de l'entreprise tels que les ressources humaines, le contrôle de gestion, le service paie, le service marketing et communication, le service client, la centrale d'achat et la logistique.

Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre Afin de garantir la continuité de service, le niveau de satisfaction client et la performance de l'unité marchande, à partir du besoin identifié en ressources humaines, élaborer une fiche de poste précise et synthétique, rédiger une offre d'emploi et la diffuser. Collecter et sélectionner les candidatures à partir de critères définis. S'assurer de l'adéquation entre la fiche de poste et le profil du candidat lors d'un entretien individuel. Choisir le candidat, informer la recrue et les candidats non retenus. Réaliser les formalités administratives liées au recrutement en collaboration avec les services des ressources humaines. Elaborer et mettre en œuvre un parcours d'intégration individualisé. Accompagner les nouvelles recrues par un tutorat adapté à leur statut. Respecter les échéances liées à la période d'essai. Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre Cette compétence s'exerce avec l'équipe en collaboration avec le service des ressources humaines, dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'information.

Critères de performance

Le besoin en ressources humaines est identifié La fiche de poste est précise et synthétique
Les candidatures sont sélectionnées à partir de critères définis

Le profil du candidat est en adéquation avec le profil du poste
Les formalités administratives liées au recrutement sont réalisées
Le parcours d'intégration individualisé est élaboré
Le parcours d'intégration individualisé est mis en œuvre Le tutorat est adapté
Les échéances liées à la période d'essais sont respectées

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
Appliquer et faire respecter le règlement intérieur
Appliquer et faire respecter les règles liées à la législation du travail
Appliquer et faire respecter les dispositions prévues dans la convention collective
Appliquer et faire respecter les dispositions prévues dans l'accord de branche ou convention de branche
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'entreprise
Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
Traiter des informations et définir des actions Identifier des besoins RH
Identifier les sources de recrutement adaptées Intégrer la QVT dans sa pratique managériale Intégrer un nouveau collaborateur
Adopter une posture d'accompagnement
Appliquer et faire appliquer les techniques de tutorat Identifier les besoins en formation d'un collaborateur
Mettre en œuvre des techniques de formation en situation de travail
Effectuer les formalités et renseigner les documents administratifs obligatoires
Appliquer une procédure interne en matière d'administration du personnel
Rechercher une information juridique dans une source officielle
Produire un écrit professionnel
Rechercher et sélectionner des descriptifs de poste
Analyser et synthétiser les données
Rédiger un profil de poste
Evaluer un collaborateur
Sanctionner un collaborateur
Conduire un entretien de recrutement en français et en anglais (niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues)
Evaluer lors de mise en situation professionnelle
Construire une guide d'entretien
Construire une grille d'évaluation d'un entretien
Mettre en œuvre les techniques de conduite d'entretien Rédiger un compte rendu d'entretien
Proposer des parcours de progression professionnelle respectant la politique R.H. de l'entreprise
Effectuer une sélection de candidatures
Appliquer et faire respecter une procédure
Coopérer avec les autres services Identifier et hiérarchiser des étapes d'un processus de recrutement et d'intégration
Respecter les échéances Organiser un événement d'intégration pour un salarié
Planifier les opérations du programme d'intégration et en assurer le suivi Identifier et transmettre les besoins de formation
Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables

Communiquer sur les enjeux et les acteurs de la prévention des risques
 Communiquer sur les facteurs de risques psychosociaux liés à l'organisation du travail (RPS)
 Collecter des données auprès de collaborateurs
 Respecter les règles de confidentialité
 Communiquer une image positive de l'entreprise
 Assurer l'interface entre le salarié et le service RH
 Mettre en œuvre les processus de recrutement, d'intégration et de formation des salariés
 Restituer les résultats d'entretien individuel Transmettre des bonnes pratiques
 Adopter une posture neutre et bienveillante lors d'un entretien Respecter la confidentialité des informations
 Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
 Connaissance des outils de développement des compétences des membres de l'équipe
 Connaissance des règles relatives à la formation des salariés
 Connaissance du plan de formation de l'entreprise
 Connaissance du code du travail appliqué à son contexte professionnel
 Connaissance des techniques de conduite d'entretien
 Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
 Connaissance des outils de communication interpersonnelle
 Connaissance des techniques d'animation de réunion et de formation
 Connaissance des techniques d'intégration d'un nouveau membre de l'équipe
 Connaissance des techniques de recrutement
 Connaissance des textes conventionnels applicables dans l'entreprise
 Connaissance du cadre légal et conventionnel en matière d'embauche
 Connaissance des formalités administratives liées à l'embauche
 Connaissance des règles juridiques en matière de période d'essai
 Connaissance des indicateurs sociaux
 Connaissance des institutions représentatives du personnel et de leurs attributions Connaissance des calculs statistiques de la fonction RH
 Connaissance du cadre légal du bilan social

Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande

A partir du prévisionnel en termes d'activité commerciale, des objectifs commerciaux et des contraintes, estimer les besoins humains adaptés à l'activité prévue et la charge de travail de manière réaliste. Dans le respect de la réglementation, des règles d'organisation interne, afin d'optimiser la productivité horaire, de maintenir la continuité et la qualité du service clients de l'unité marchande, planifier et ajuster les horaires de travail et la répartition des tâches en associant l'équipe. Communiquer à l'équipe ces différents plannings selon la législation du travail, la réglementation et les procédures de l'entreprise. Suivre la réalisation des tâches et réguler en fonction des événements. Prévenir les risques professionnels et mettre en œuvre les principes généraux de prévention.

Cette compétence s'exerce, avec l'équipe, dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'informations adapté.

Critères de performance

Les besoins humains sont adaptés à l'activité prévue
 La charge de travail est évaluée de manière réaliste
 La planification horaire respecte la réglementation
 La planification des tâches respecte la réglementation
 La productivité est optimisée dans le respect de la réglementation
 La gestion des événements est adaptée au contexte

L'organisation du travail tient compte de la prévention des risques professionnels

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
Identifier et évaluer les risques d'atteinte à la santé liés aux situations de travail
Participer à la mise en œuvre des mesures de prévention, de protection et des consignes pour les équipes
Prendre en compte les facteurs d'apparition des RPS pour organiser les activités de travail de l'unité marchande
Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches
Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'entreprise
Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
Traiter des informations et définir des actions
Mettre en œuvre des ajustements, une action corrective ou un plan d'actions rectificatif
Utiliser les techniques de gestion du temps
Calculer les différents indicateurs liés à la productivité horaire Intégrer la QVT dans sa pratique managériale
Créer un retroplanning des activités et des tâches de l'équipe
Organiser et planifier les activités de l'équipe à l'aide d'un tableau de répartition des tâches
Planifier les horaires de travail de l'équipe
S'assurer de la réalisation des tâches dans les délais impartis
Etre réactif face à des écarts de réalisation des tâches dans des délais impartis
Mettre en œuvre des ajustements, une action corrective ou un plan d'actions rectificatif
Appliquer et faire respecter une procédure
Déléguer des tâches et contrôler le résultat/la performance
Respecter les échéances
Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
Informers les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés
Transmettre un plan d'activité aux membres de l'équipe
Identifier et hiérarchiser des étapes
Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise et des consignes de la hiérarchie
Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en surface de vente
Connaissance des indicateurs de santé et sécurité au travail
Connaissance des enjeux et des acteurs de la prévention des risques
Connaissance des facteurs de risques psychosociaux (RPS) liés à l'organisation du travail
Connaissance des règles relatives au temps de travail et congés
Connaissance des règles relatives aux instances représentatives du personnel
Connaissance des règles relatives à la négociation collective dans l'entreprise
Connaissance des techniques de gestion du temps
Connaissance des outils informatiques de gestion
Connaissance de la politique managériale et de ressources humaines de l'entreprise
Connaissance des fondamentaux du management d'équipe
Connaissance des principes de la délégation
Connaissance de suivi de réalisation des tâches

Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
Connaissance des techniques et des outils d'organisation et de planification des tâches

Accompagner la performance individuelle

Afin de fidéliser, de faire grandir en compétences le collaborateur et de développer sa performance individuelle, analyser les évolutions de l'environnement professionnel, des emplois et des postes. Evaluer le niveau de maîtrise d'une compétence, le degré d'implication et le potentiel du collaborateur. Identifier ses freins et ses leviers motivationnels. Concevoir et animer des actions de formation opérationnelle adaptées. Analyser les actes de vente et les indicateurs de performance du collaborateur et mettre en place des plans d'accompagnement et de formation individualisés. Conduire les différents types d'entretiens individuels.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe, parfois en collaboration avec le service des ressources humaines et sa hiérarchie, dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'information d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance

Le niveau de maîtrise d'une compétence par un collaborateur est évalué
Le degré d'implication d'un collaborateur est évalué
Le potentiel d'un collaborateur est évalué
Les freins et les leviers motivationnels sont identifiés
Les indicateurs de performance du collaborateur sont analysés
Les plans d'accompagnement et de formation sont individualisés
Les techniques de conduite d'entretien individuel sont maîtrisées

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise

Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité

Prendre en compte les facteurs d'apparition des RPS pour organiser les activités de travail de l'unité marchande

Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'entreprise
Identifier les besoins en formation des membres de l'équipe

Mettre en œuvre des techniques de formation en situation de travail

Evaluer un collaborateur

Mener des entretiens de sanctions, professionnels, de félicitation, de recrutement, d'évaluation, d'objectif, de délégation, de responsabilisation, de recadrage, du « dire-non », à l'initiative du collaborateur

Concevoir des parcours individuels de progression professionnelle

Définir les missions dans une perspective de développement en lien avec l'entretien professionnel

Intégrer la QVT dans sa pratique managériale

Coopérer avec les autres services

Synthétiser les informations

Structurer les informations
Identifier et hiérarchiser des étapes

Respecter les échéances
Identifier et transmettre les besoins de formation

Prendre en compte les évolutions de l'environnement

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation

Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats

Transmettre des consignes orales et écrites individuellement

Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables

Communiquer sur les enjeux et les acteurs de la prévention des risques

Communiquer sur les facteurs de risques psychosociaux liés à l'organisation du travail (RPS)

- Savoir mener un entretien individuel avec un collaborateur
- Proposer des parcours de progression professionnelle
- Collecter des données et des informations auprès de collaborateurs
- Respecter les règles de confidentialité
- Expliquer une procédure
- Communiquer une image positive de l'entreprise
- Assurer l'interface entre le salarié, le service RH
- Déployer et assurer la diffusion des procédures RH
- Restituer les résultats d'entretien individuel
- Transmettre des bonnes pratiques
- Connaissance de la politique managériale de l'entreprise
- Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
- Connaissance des outils de développement des compétences des membres de l'équipe
- Connaissance des règles relatives à la formation des salariés
- Connaissance du plan de formation de l'entreprise
- Connaissance du code du travail appliqué à son contexte professionnel
- Connaissance des techniques de conduite d'entretien
- Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
- Connaissance des outils de communication interpersonnelle
- Connaissance des techniques d'animation de réunion et de formation
- Connaissance des indicateurs sociaux
- Connaissance des différents types, styles et techniques de management
- Connaissance des actions et des outils à mettre en place pour prévenir les risques psycho-sociaux au travail
- Connaissance des techniques d'entretien individuel
- Connaissance des techniques de résolution de conflit interpersonnel
- Connaissance des outils participatifs et collaboratifs
- Connaissance de la réglementation relative aux litiges et conflits

Animer l'équipe de l'unité marchande

A partir de l'analyse des résultats quantitatifs et qualitatifs de l'unité marchande afin de développer la performance collective, de fédérer l'équipe et de la mobiliser autour d'objectifs spécifiques communs. Utiliser au moment opportun les outils de stimulation d'équipe adaptés à la situation (tels que les challenges, concours...).

Préparer et animer les réunions d'équipe.

Briefer et débriefer l'équipe selon les événements, les objectifs et les résultats et lancer la journée. En collaboration avec l'équipe, élaborer et mettre en place des plans d'actions et les suivre.

Adapter sa pratique managériale à la diversité des situations rencontrées.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'information et d'applicatifs de l'entreprise.

Critères de performance

La pratique managériale est adaptée à la diversité des situations rencontrées

Les techniques de stimulation pour développer et entretenir la motivation sont pertinentes

La préparation et la conduite de réunion sont maîtrisées

Les techniques de briefing et débriefing d'équipe sont maîtrisées

Les briefings et débriefings sont adaptés à la situation

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
 Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise
 Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
 Prendre en compte les facteurs d'apparition des RPS pour organiser les activités de travail de l'unité marchande
 Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'entreprise
 Concevoir des parcours collectifs de progression professionnelle
 Adopter un management situationnel
 Adopter un management agile, adaptable
 Adopter un management collaboratif
 Déléguer des tâches
 Responsabiliser les collaborateurs
 Adapter sa pratique managériale aux situations
 Analyser sa pratique managériale
 Intégrer la QVT dans sa pratique managériale
 Manager une équipe de débutants
 Manager une équipe expérimentée
 Manager une équipe d'anciens collègues
 Manager une équipe intergénérationnelle
 Manager la diversité
 Fédérer les membres de l'équipe
 Accompagner les membres de l'équipe dans l'atteinte des objectifs
 Assurer l'animation, l'information des membres de l'équipe en utilisant les techniques d'animation d'équipe
 Développer et entretenir la motivation des membres de l'équipe en utilisant les leviers de motivations appropriées
 Préparer et animer une réunion
 Conduire et accompagner le changement
 Anticiper et gérer les conflits
 Gérer les outils de travail collaboratifs
 Utiliser les techniques et outils de team building
 Utiliser les techniques de story telling
 Mettre en place des outils de stimulation de l'équipe (challenges, concours...)
 Participer à l'observation de la santé dans l'entreprise (indicateurs financiers, statistiques,...)
 Mettre en pratique une démarche de maîtrise des risques professionnels en cohérence avec le management de l'entreprise
 Coopérer avec les autres services
 Synthétiser les informations
 Structurer les informations
 Identifier et hiérarchiser des étapes
 Respecter les échéances Identifier et transmettre les besoins de formation
 Prendre en compte les évolutions de l'environnement
 Repérer les situations de travail pouvant générer des risques sur la santé et proposer des mesures correctives
 Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
 Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
 Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
 Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
 Communiquer sur les enjeux et les acteurs de la prévention des risques
 Communiquer sur les facteurs de risques psychosociaux liés à l'organisation du travail (RPS)

Collecter des données et des informations auprès des collaborateurs
Respecter les règles de confidentialité
Expliquer une procédure
Communiquer une image positive de l'entreprise
Transmettre des bonnes pratiques
Communiquer en situation de management
Connaissance de la politique managériale de l'entreprise
Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
Connaissance des outils de développement des compétences des membres de l'équipe
Connaissance des règles relatives à la formation des salariés
Connaissance du plan de formation de l'entreprise
Connaissance du code du travail appliqué à son contexte professionnel
Connaissance des techniques de conduite d'entretien
Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
Connaissance des outils de communication interpersonnelle
Connaissance des techniques d'animation de réunion et de formation
Connaissance des textes conventionnels applicables dans l'entreprise
Connaissance des indicateurs sociaux
Connaissance des différents types, styles et techniques de management
Connaissance des actions et des outils à mettre en place pour prévenir les risques psycho-sociaux au travail
Connaissance des techniques d'entretien individuel
Connaissance des techniques de résolution de conflit interpersonnel

Conduire et animer un projet de l'unité marchande

A partir d'une demande de la hiérarchie ou d'une initiative propre au magasin, définir le périmètre du projet, analyser les enjeux du projet en prenant en compte le macro-environnement de l'unité marchande.

Etablir un budget, calculer et suivre les indicateurs de rentabilité du projet.

Associer l'équipe à l'élaboration et la réalisation du processus.

Suivre le déploiement du projet et mettre en œuvre un plan d'actions adapté en cas d'écarts par rapport aux jalons et aux objectifs afin d'aboutir à la réussite du projet et d'optimiser la performance commerciale de l'unité marchande.

Faire le bilan du projet avec l'équipe.

Cette compétence s'exerce avec l'équipe, dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'information d'applicatifs de l'entreprise ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance :

Les enjeux du projet sont analysés

Le budget prévisionnel est établi

Le calcul des indicateurs de rentabilité est exact

L'équipe est associée à l'élaboration du processus et à la réalisation du projet

Un plan d'actions adapté est mis en œuvre lors d'écarts par rapport aux jalons définis

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'entreprise Identifier et utiliser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés

Traiter les informations de gestion

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
 Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
 Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
 Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'entreprise
 Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
 Analyser et synthétiser les données
 Déléguer des tâches
 Responsabiliser les collaborateurs
 Déléguer des responsabilités
 Analyser ses pratiques managériales
 Utiliser les techniques et outils de team building
 Utiliser les techniques de story telling
 Utiliser les outils d'aide à la planification et à la répartition des tâches Utiliser les outils d'aide à l'analyse stratégique
 Utiliser les outils d'anticipation de la planification des étapes du projet (diagramme de GANTT, réseau PERT...)
 Utiliser des outils d'aide au diagnostic (diagramme d'ishikawa...)
 Maîtriser les principaux indicateurs de rentabilité d'un projet, leurs définitions et les méthodes de calcul
 Manager en transversal
 Cartographier les risques techniques et fonctionnels et estimer leur criticité
 Piloter les risques liés au projet (qualitatifs, budgétaires, contractuels et de planification)
 Assurer l'adéquation entre les ressources et les besoins (financiers, techniques et humains)
 Résoudre des problèmes complexes
 Elaborer des préconisations, proposer des solutions et scénarii d'amélioration
 Coopérer avec les autres services
 Synthétiser les informations
 Structurer les informations Identifier et hiérarchiser des étapes
 Respecter les échéances
 Prendre en compte les évolutions de l'environnement
 Organiser les moyens humains en prenant en compte les dates butoirs
 Organiser les moyens matériels en prenant en compte les dates butoirs
 Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
 Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
 Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
 Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
 Savoir mener un entretien individuel avec un collaborateur
 Collecter des données et des informations auprès de collaborateurs Expliquer une procédure
 Transmettre des bonnes pratiques
 Adopter la bonne attitude dans les différentes étapes du changement
 Cartographier les comportements des collaborateurs face aux changements
 Connaissance du code du travail appliqué à son contexte professionnel
 Connaissance des techniques de conduite d'entretien
 Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
 Connaissance des outils de communication interpersonnelle
 Connaissance des techniques d'animation de réunion et de formation

Connaissance des techniques d'entretien individuel
 Connaissance des techniques de résolution de conflit interpersonnel
 Connaissance des principes de la dynamique de groupe
 Connaissance des méthodes de gestion de projets
 Connaissance de la démarche QHSE (ISO, OHSAS, ERP, IGH...)
 Connaissance du Lean management
 Connaissance de la démarche qualité PDCA ou roue de Deming

Modules transversaux :

Module: DP

Méthodologie et élaboration du DP

Module : Communication- NTIC et Bureautique

Communiquer oralement (comprendre et s'exprimer)

Dans le cadre de son activité quotidienne, communiquer en permanence avec les clients sur la surface de vente, les collègues de travail, le responsable du rayon ou du magasin et les différents services du magasin. Comprendre et utiliser le vocabulaire professionnel, relayer les informations et les consignes à ses collègues.

Traitement de texte, Tableur et Diaporama- Approche des TIC

➤ Postures professionnelles (ATELIER)

VOLUME HORAIRE

N° du BLOC/ Module	Intitulé	Formateurs	NOMBRE D'HEURES
MODULE 1	Gérer l'approvisionnement de l'UM Piloter l'offre produits de l'UM	M. Ganter	80 heures
	Réaliser le merchandising de l'UM Développer les ventes de services et des produits en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal	M. Zou	80 heures

MODULE 2	Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande (OPE)	M. Fanhan	80 heures
MODULE 3	Manager l'équipe de l'unité marchande (MUM)	Mme Cinaur et M. Bride	80 heures
MODULES TRANSVERSAUX	Le DP (méthodologie) + Bureautique et Ntic + STRE	Mme Lambourdière	53 heures
	Communication	Mme Hippas	12 heures
	Postures professionnelles	Mme Cinaur	10 heures
Accueil, Positionnement, Evaluations, Préparation session d'examen, Suivis et Accompagnement personnalisé		Mme Thôle	18 heures
	TOTAL PARCOURS PRO théorique		413 hrs

REGLEMENT D'EXAMEN

Pour l'accès au titre professionnel des candidats, les compétences sont évaluées aux vues :

- D'une mise en situation professionnelle ou d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session, éventuellement complétée par d'autres modalités d'évaluation : entretien technique, questionnaire professionnel, questionnement à partir de production(s).
- Du dossier professionnel et de ses annexes éventuelles.
- Des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.
- D'un entretien avec le jury destiné à vérifier le niveau de maîtrise par le candidat des compétences requises pour l'exercice des activités composant le titre visé.

MOYENS PEDAGOGIQUES:

La formation est encadrée comme suit:

- **Ressources Humains:** Par une équipe de 10 formateurs-consultants (formateurs spécialisés et expert professionnels) ainsi que 5 personnels encadrant (directeur, responsable pédagogique,

responsable administratif référent RGPD, assistante de formation référent handicap et assistante communication commerciale), un référent social et mobilité

- **Ressources matérielles, techniques et technologiques :**

Le formé bénéficie d'un livret d'accueil, il signe le règlement intérieur, il bénéficie de séances de suivi personnalisé, des évaluations continues à froid et à chaud sont réalisées en cours de formation.

Cinq salles climatisées pouvant contenir de 15 à 30 personnes et équipées de tableau, de paper-board et de chaises, de vidéoprojecteur. Des photocopieurs et PC (en wifi) sont mis à disposition pour le formateur et des PC pour les formés. Fonds documentaires physique. Wifi, Plateforme de formation, Classes virtuelles, Supports pédagogiques déposés sur le drive du centre. Groupe whatsapp pour garder le lien et partager des informations.

- **Méthode pédagogique :**

Enseignements pédagogiques en session hybride mix présentiel et distanciel synchrone et asynchrone sous forme de cours magistral, TD et TP et Foad avec DRIVE de la classe, supports de cours partagés).

Outils pédagogiques innovants : mix hybride, Projet, Jeux de rôles et mises en situation ; QCM ; Échange interactif ; Etudes de cas ; Sorties et Visites pédagogiques.

Présentation numérique interactive, PowerPoint (Diaporama) ; Films, Vidéo ; Test ; Exposés. Logiciels spécifiques. Ressources pédagogiques numériques. Supports de cours partagées via le drive du centre.

📍 **LIEUX DE FORMATION :** Locaux de L2B Conseil et Formation : Baie-Mahault (ZI de Jarry) et Petit-Bourg (Zac de Colin local adapté aux personnes en situation de Handicap)

📍 **COUT DE LA FORMATION :**

- Demandeurs d'emploi : aide financière ou financement possible par Organismes tels que CR et Pole Emploi selon les textes en vigueur
- Salarié(es) : CPF, nos conseillers vous accompagnent dans le montage financier du projet de formation selon les textes en vigueur
- Alternants : Prise en charge par les OPCO de branche selon les textes en vigueur

📍 **CALENDRIER : (voir annexe)**