GESTIONNAIRE D'UNITÉ COMMERCIALE

Titre RNCP Niveau 5 (BAC+2)

GUC

CCI BAYONNE PAYS BASQUE
Euskal Herri
1er ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

INFOS PRATIQUES

Lieu de formation

CCI Formations
CCI Bayonne Pays Basque
50/51 Allées Marines - 64100 Bayonne
05 59 46 58 03
cciformations@bayonne.cci.fr
www.cciformations-bayonne.com

Référents

Référent Formation
Damien ORIOU
05 59 46 58 07
d.oriou@bayonne.cci.fr

Référent Apprentissage
Camille PEALAPRA
05 59 46 58 23
c.pealapra@bayonne.cci.fr

Référent Handicap
Emmanuelle POURTAU
05 59 46 59 04
e.pourtau@bayonne.cci.fr

SOMMAIRE

PAGE 01- Introduction

PAGE 02- Domaines d'activité

PAGE 04- Objectifs

PAGE 04- Compétences visées

PAGE 05- Public, conditions d'admission et financement

PAGE 07- Méthode pédagogique

PAGE 08- Période en entreprise pendant la formation

PAGE 09- Référentiel

PAGE 10- Contenu de la formation

PAGE 15- Dispositif de certification

PAGE 16- Tarif

INTRODUCTION

Points forts de la formation

Formation qui combine **apports théoriques et mises en pratique** en lien direct avec la réalité du terrain. Des intervenants experts dans leurs domaines respectifs. La formation s'articule autour de 4 blocs de compétences.

Résultats attendus

Le gestionnaire d'unité commerciale doit pouvoir être en mesure de gérer l'activité d'un centre de profit, celui-ci pouvant être un point de vente permanent ou éphémère, un rayon d'une grande ou moyenne surface, un magasin indépendant, une franchise ou une succursale.

DOMAINES D'ACTIVITÉ

Description des activités

Vente de biens ou de services

Conseil client

Gestion des flux physiques

Organisation du front et back office de l'unité commerciale

Mise en place d'actions commerciales ciblées

Désignation du métier et des fonctions

- Analyser l’offre de son marché
- Assurer une veille concurrentielle
- Optimiser la relation client
- Appliquer la politique commerciale définie
- Mettre en place des opérations marketing
- Optimiser le merchandising
- Gestion et animation d’équipe

OBJECTIFS

Attentif à fidéliser sa clientèle, il veille à la qualité des relations qu'il entretient avec elle, tient compte de l'évolution de ses besoins et de ses comportements d'achat, conseille, vend et gère toute situation critique au mieux des intérêts du client, tout en respectant ceux de son unité.
Participe à la gestion administrative et financière courante du point de vente de même qu'il veille à optimiser la gestion de ses stocks et/ou la mise à disposition de services.

COMPÉTENCES VISÉES

- Développer sa capacité d'écoute
- Savoir faire preuve d'empathie
- Être bon communicant
- Savoir convaincre
- Développer sa capacité d'organisation
- Savoir gérer ses priorités
- Savoir gérer une unité commerciale
- Savoir animer une équipe

PUBLIC, CONDITIONS D'ADMISSION ET FINANCEMENT

Prérequis

Justifier d'un diplôme de niveau 4 ou baccalauréat validé.
Ou
Justifier de 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité commerce-distribution.
Satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Modalités de financement

Cette formation peut être financée dans le cadre :

De l'alternance (contrat de professionnalisation et contrat d'apprentissage)	Du CPF de transition professionnelle
D'un financement individuel	Du compte personnel de formation (CPF)

Candidat en poursuite d'études, salarié en contrat de professionnalisation, salarié en Pro A, CPF de Transition Professionnelle, demandeur d'emploi.

Délais et modalités d'inscription

Présenter un dossier de candidature **complet** comportant toutes les preuves relatives aux pré-requis au plus tard 7 jours avant le début de la formation.

Passer les tests de positionnement (bureautique - orthographe - métier).

Matériel recommandé

Afin de faciliter le travail personnel entre les journées de formation et de suivre des cours en distanciel en cas d'impératif liés à la situation sanitaire ou pour des raisons de santé, il est recommandé de disposer d'un ordinateur personnel avec une connexion à internet (et, dans l'idéal, équipé du Pack Office le plus récent).

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Partages d'expériences et exercices d'applications nombreux et sur des sujets variés pour montrer l'adaptabilité des outils et faciliter leur utilisation ultérieure. L'objectif est de rapprocher les concepts et théories à la réalité du terrain d'application des stagiaires.

Le travail personnel en dehors des journées de formation joue un rôle capital dans le développement des compétences visées. Il permet de les renforcer ou de pallier certaines difficultés qui pourraient ralentir la progression.

Des supports de cours et exercices sont communiqués par chaque intervenant afin de favoriser le travail personnel entre les journées de formation.

Un rythme alterné entre la formation et l'entreprise pour permettre une application immédiate.

Un suivi personnalisé et des évaluations régulières permettent de mesurer la progression et de valider les compétences du participant.

Horaires de 8h45 à 12h15 et de 13h30 à 17h (7h de formation par jour)

PÉRIODE EN ENTREPRISE PENDANT LA FORMATION

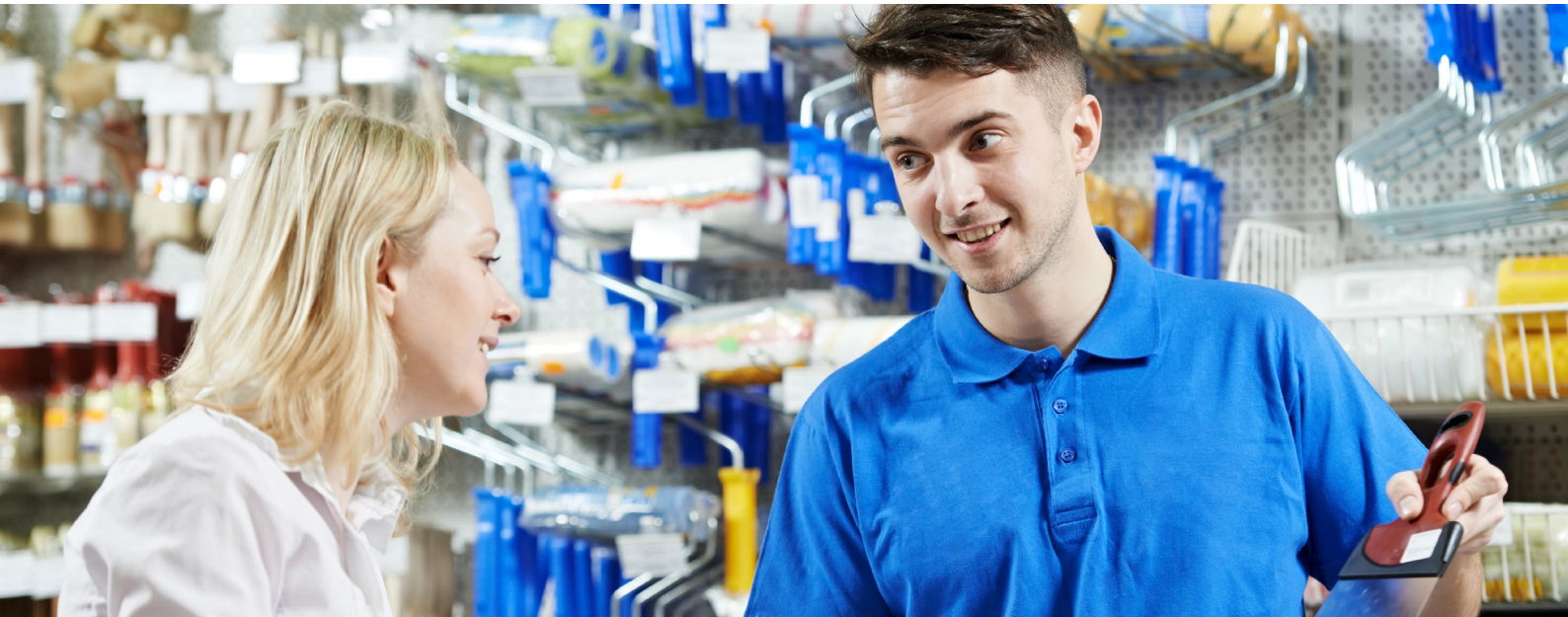
Formation en continu

Les participant(e)s à la formation doivent réaliser une période en entreprise à partir du quatrième mois de formation au plus tard.

Pour les personnes demandeuses d'emploi, la période en entreprise s'effectuera sous forme de stage. La recherche de stage est effectuée par le futur stagiaire. Le stage donnera lieu à la réalisation d'une convention de stage entre le stagiaire, l'entreprise et le centre de formation.

Formation en apprentissage

Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail à durée déterminée accessible aux jeunes de 16 à 29 ans révolus, et sans limite d'âge pour les personnes en situation de handicap. L'apprenti a le statut de salarié.



RÉFÉRENTIEL

Modules de formation	Apprentissage		Continue	
	Heures	Jours	Heures	Jours
BLOC 1 - Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygitales de l'unité commerciale	**245 h**	**35 J**	**119 h**	**17 j**
M1.1 - Etudier l'offre et se positionner sur son marché	49 h	7 J	21 h	3 J
M1.2 - Analyser les expériences clients proposées par les concurrents	14 h	2 J	14 h	2 J
M1.3 - Repérer les tendances de consommation en émergence	14 h	2 J	14 h	2 J
M1.4 - Optimiser l'expérience client au sein de la surface de vente	28 h	4 J	14 h	2 J
M1.5 - Booster les ventes par des actions de promotions innovantes	56 h	8 J	14 h	2 J
M1.6 - Renforcer l'attractivité de l'unité commerciale par la communication omni-canale	42 h	6 J	7 h	1 J
M1.7 - Gérer un projet	42 h	6 J	35 h	5 J
BLOC 2 - Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal	**175 h**	**25 J**	**84 h**	**12 J**
M2.1 - Analyser les caractéristiques de ses clients	21 h	3 J	7 h	1 J
M2.2 – Personnaliser l'accueil sur les différents canaux de vente	28 h	4 J	14 h	2 J
M2.3 – Conseiller, argumenter et vendre	70 h	10 J	35 h	5 J
M2.4 - Assurer le traitement des réclamations	28 h	4 J	14 h	3 J
M2.5 - Fidéliser ses clients	28 h	4 J	14 h	2 J
BLOC 3 - Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale	**168 h**	**24 J**	**77 h**	**11 J**
M3.1 - Suivre les indicateurs commerciaux et effectuer le reporting	63 h	9 J	28 h	4 J
M3.2 - Analyser les résultats et proposer des axes d'amélioration	56 h	8 J	28 h	4 J
M3.3 - Optimiser les commandes de produits	35 h	5 J	14 h	2 J
M3.4 - Contrôler les réceptions des produits	14 h	2 J	7 h	1 J
BLOC 4 - Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe	**140 h**	**20 J**	**84 h**	**12 J**
M4.1 - Contribuer à l'organisation du travail et du planning des collaborateurs	56 h	8 J	28 h	4J
M4.2 - Veiller aux respects des règles d'hygiène et de sécurité	7 h	1 J	7 h	1 J
M4.3 - Contrôler et optimiser la réalisation des activités	7 h	1 J	7 h	1 J
M4.4 - Gérer les conflits au sein de l'équipe	35 h	5 J	21 h	3 J
M4.5 - Accompagner et former ses collaborateurs en situation de travail	35 h	5 J	21 h	3 J
Modules complémentaires	**112 h**	**16 j**	**56 h**	**8 j**
Bureautique	45,5 h	6,5 j	28 h	4 j
Anglais	35 h	5 j		
TRE (Techniques de Recherche d'Emploi)	31,5 h	4,5 j	28 h	4 j
Volume formation avec les évaluations	**875 h**	**125 J**	**455 h**	**65 J**
Volume entreprise apprentis et pour stagiaire (si demandeur d'emploi)	**2639 h**	**377 J**	**280 h**	**40 J**

CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1

Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygitales de l'unité commerciale

- Caractériser l'offre produits/services et la promesse commerciale, afin de prendre la mesure de la concurrence et ainsi saisir la singularité, les forces et faiblesses d'une enseigne.
- Analyser les parcours et expériences clients. Repérer les tendances en émergence et les facteurs influant sur les comportements.
- Mise en place de ses actions commerciales. Organiser la surface de vente de l'unité commerciale en cohérence avec l'image de l'enseigne. Mettre en place des outils d'aide à la vente numériques innovants.
- Mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, des actions commerciales afin de contribuer à l'attractivité de l'unité commerciale et au développement de ses ventes. Déployer les outils de communication commerciale physiques et digitaux de son unité.

Évaluations

Une proposition d'aménagement d'un espace de vente et de mise en oeuvre d'une action promotionnelle sur les canaux physiques et digitaux, s'appuyant sur l'analyse des pratiques de la concurrence et de l'évolution des comportements d'achat

Méthodes

Combinaison de cours et d'exercices pratiques. Études de cas.

BLOC 2

Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal

- Analyser les caractéristiques des clients de l'unité commerciale selon leur catégorie d'appartenance et leur typologie.
- Déterminer les facteurs contribuant à leur décision d'achat. Exercer une fonction de vendeur conseil
- Mettre en œuvre une démarche d'accueil des clients. Vérifier la mise en place des dispositions spécifiquement adaptées à l'accueil de la clientèle en situation de handicap. Analyser les attentes de ses clients, en développant une démarche d'écoute.
- Développer un argumentaire sur les caractéristiques des produits/services proposés.
- Assurer un service après-vente permettant de régler les problèmes rencontrés avec les clients. Contribuer à la fidélisation des clients. Vérifier le niveau de satisfaction des clients.

Évaluations

La réalisation d'un acte de conseil/vente, intégrant la gestion d'une situation relationnelle difficile ou atypique avec un client

Méthodes

Combinaison d'exposés-synthèses et applications pratiques. Études de cas en groupes.

BLOC 3

Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale

- Vérifier les encaissements résultant de la vente des produits/services de l'unité commerciale.
- Assurer l'actualisation des indicateurs de suivi d'activité de l'unité commerciale.
- Analyser les résultats commerciaux de l'unité, rechercher les causes de succès ou de méventes des différents produits/services.
- Déterminer les actions correctives à mettre en œuvre.
- Gérer les stocks de produits distribués dans l'unité commerciale.
- Passer les commandes de produits auprès des fournisseurs ou de la centrale d'achat de son enseigne.
- Contrôler la quantité et la qualité des produits livrés.
- Établir les documents nécessaires au règlement des produits livrés.

Évaluations

L'analyse des résultats d'une activité commerciale et la proposition de mesures correctives contribuant à la dynamisation des ventes

Méthodes

Combinaison d'exposés-synthèses et applications pratiques.
Études de cas en groupes.

BLOC 4

Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe

- Participer à l'organisation du travail au sein de l'unité commerciale.
- Contribuer à l'élaboration de son planning et celui des collaborateurs.
- Veiller à la mise en oeuvre des dispositions hygiéniques et sanitaires au sein de la surface de vente.
- Contrôler la réalisation des activités de l'unité commerciale.
- Proposer des solutions opérationnelles à mettre en œuvre.
- Résoudre les situations problématiques et les conflits interpersonnels au sein de l'unité commerciale, afin de maintenir la sérénité du climat de travail.
- Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail.
- Contribuer au développement de leurs compétences et à l'adoption d'une attitude conforme au positionnement de l'enseigne

Évaluations

Une proposition d'organisation de travail liée à :
- une activité quotidienne,
- une activité exceptionnelle.

Méthodes

Combinaison d'exposés-synthèses et applications pratiques.
Études de cas en groupes.

PÉRIODE EN ENTREPRISE

Rythme

1 semaine par mois en centre de formation + 3 semaines en entreprise

Evaluation

Écrit : dossier professionnel
Oral : soutenance du dossier professionnel
Situationnel : évaluation de l'entreprise

DISPOSITIF DE CERTIFICATION

VALIDATION TOTALE

La certification totale est délivrée si le candidat obtient 10 de moyenne générale avec une note d'évaluation professionnelle d'au moins 10/20 (150 points) sous réserve de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 8 sur l'un des 4 blocs (note éliminatoire).

VALIDATION PARTIELLE

VALIDATION PARTIELLE DE LA CERTIFICATION, AVEC REMISE DE « CERTIFICAT DE BLOC ».

Dans l'hypothèse où le candidat obtient une moyenne générale égale ou supérieure à 10 mais une note inférieure à 8/20 (note éliminatoire) dans un ou plusieurs blocs, il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20.

Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale, il n'obtient donc pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20, pour une durée de 5 ans.

Validation totale du titre

Les blocs 1, 2, 3 et 4 doivent obligatoirement être validés.

Possibilité de présenter les blocs séparément

Évaluations finales

Toutes les épreuves sont présentées sous la forme d'une étude de cas d'entreprise qui se décompose en dossiers thématiques ou d'une épreuve orale.
Un soin tout particulier sera porté à la clarté rédactionnelle, à la lisibilité des documents annexés, à la présentation, ainsi qu'à l'orthographe.

Équivalences

Titre professionnel RNCP niveau 5 (Bac+2)

Suites de parcours

Titre professionnel RNCP de niveau 6 domaine Commerce / distribution

Suite de parcours professionnel :
• Conseiller commercial sédentaire
• Adjoint responsable de rayon produits alimentaires ou produits non-alimentaires
• Adjoint responsable de magasin de détail
• Chef de rayon produits alimentaires ou produits non-alimentaires
• Responsable de boutique

TARIF

4 500€

GUC