MINISTERE EN CHARGE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

REFERENTIEL PROFESSIONNEL (RP) DU TITRE À FINALITÉ PROFESSIONNELLE

« MANAGER D'UNITÉ MARCHANDE »

NIVEAU III (5)

Introduction

Présentation de l'évolution du titre professionnel

Le titre professionnel Manager d'Univers Marchand comportait trois activités-types.

Ce nouveau millésime est également constitué de trois activités dont le périmètre et le contenu ont été actualisés.

- L'activité « Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement *omnicanal*» couvre la gestion de l'approvisionnement, le pilotage de l'*offre produits*, la réalisation du marchandisage et le développement des ventes.
- L'activité « Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande » couvre l'analyse des résultats afin de bâtir des plans d'actions et l'établissement de prévisions économiques et financières.
- L'activité « Manager une équipe de l'unité marchande » couvre le recrutement et l'intégration d'un collaborateur, la planification et la coordination de l'équipe, l'accompagnement individuel, l'animation d'un collectif ainsi que la conduite de projet.

Pour tenir compte des différents environnements du commerce, l'intitulé a été modifié en « Manager d'unité marchande ».

Contexte de l'examen du titre professionnel

L'analyse du travail menée[1] confirme des changements dans la structuration de l'emploi sans remettre en question les aspects traditionnels du métier qui sont la gestion commerciale, économique et financière d'une unité marchande et le management d'une équipe opérationnelle.

A l'ère de l'*omnicanal* et du *commerce ubiquitaire*, l'exigence porte sur la fluidité du *parcours d'achat* et la fidélisation des clients. Le client s'informe sur les produits et services et n'hésite pas à exprimer son enthousiasme ou son insatisfaction sur les réseaux sociaux. La réussite de l'*expérience client* est donc au cœur de la satisfaction et de la fidélisation du client.

L'utilisation des outils numériques dans le parcours d'achat des consommateurs *(m-commerce*, m- *paiement*) a révolutionné les habitudes de consommation. Les achats peuvent être réalisés en situation de mobilité ou à domicile sur un mobile multifonction ou une tablette. La clé d'entrée pour développer les ventes devient donc le point d'achat.

Les modalités d'achats des consommateurs impliquent une gestion des stocks et des gammes de produits en temps réel et des commandes en juste à temps. Le calendrier et les modalités des offres commerciales et promotionnelles évoluent en synergie avec les grands évènements commerciaux du e-commerce : *French Days*, *Black Friday*, *Cyber Monday*. Ces évolutions obligent les entreprises à repenser la relation distribution - production et à intégrer dans les points de vente des applications marketing et commerciales issues du monde digital afin de développer la dynamique commerciale de l'unité marchande et de nouvelles *chaînes de valeur*.

L'activité « Développer la dynamique commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal» est complétée par une nouvelle compétence intitulée « Piloter l'offre produits» et les compétences existantes ont été actualisées.

Le cœur de l'activité lié à la gestion économique et financière demeure le pilotage de la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande. L'évolution de l'environnement commercial et la digitalisation des modes de consommation et des outils de gestion nécessite une analyse combinatoire et pointue du tableau de bord, du compte de résultat, et l'établissement d'un compte de résultat

prévisionnel. Au vu de ces éléments, les compétences de cette activité ont été renforcées en connaissances et savoir-faire.

Le numérique a changé les modes de travail et les relations à l'intérieur des équipes. Impacté également par cette évolution de la relation client et l'environnement technologique, le manager d'unité marchande doit savoir travailler de manière transversale avec des personnes de services et de milieux différents, mais aussi maîtriser la mise en œuvre et l'utilisation de nouveaux outils. Les contributions individuelles sont fusionnées dans l'action grâce à l'apport des outils numériques, la réussite est collective. Dans ce contexte, le management s'étend en dehors du magasin et se digitalise, le manager d'unité marchande est un animateur de sa communauté professionnelle.

Les interviews et enquêtes réalisés mettent en exergue la nécessité d'adapter pour le manager d'unité marchande sa pratique managériale à la personnalité, la génération du collaborateur et à la pluralité du collectif. Le manager accompagne chaque collaborateur, anime et fédère le collectif autour d'objectifs communs. Les principes de délégation et de *subsidiarité* sont centraux, ils donnent du sens au travail. La cohésion d'équipe est favorisée par l'interactivité, la motivation, la confiance interpersonnelle. La pratique managériale du manager d'unité marchande prédétermine le bon fonctionnement de l'unité marchande et la qualité de vie au travail.

Deux nouvelles compétences adjoignent l'activité « Manager l'équipe de l'unité marchande » : « Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande », « Accompagner la performance individuelle » et les compétences existantes ont été actualisées. L'ensemble des compétences intègrent les savoir-faire liés au management dans différentes situations représentatives du métier.

NB: Un mot en *italique*, renvoie le lecteur à une définition du glossaire technique.
1 : L'emploi de manager d'unité marchande a été analysé au moyen d'enquêtes auprès d'entreprises de la distribution et du commerce de détail, de tailles différentes et avec des structures et des organisations diverses, l'analyse des offres d'emploi, des fiches de poste et de la presse professionnelle.

Liste des activités

Ancien TP : Manager d'univers marchand
Activités :
- Développer la dynamique commerciale d'un univers marchand
- Gérer les résultats économiques d'un univers marchand
- Manager l'équipe d'un univers marchand

Nouveau TP : Manager d'unité marchande
Activités :
- Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal
- Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande
- Manager l'équipe de l'unité marchande

Vue synoptique de l'emploi-type

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal	1	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
		2	Piloter l'offre produits de l'unité marchande
		3	Réaliser le marchandisage de l'unité marchande
		4	Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal
2	Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande	5	Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
		6	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande
3	Manager l'équipe de l'unité marchande	7	Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande
		8	Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
		9	Accompagner la performance individuelle
		10	Animer l'équipe de l'unité marchande
		11	Conduire et animer un projet de l'unité marchande

FICHE EMPLOI TYPE

Manager d'unité marchande

Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice

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 règlementations, 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 sureté, 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.

Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

- Grandes et moyennes surfaces alimentaires ou spécialisées
- Boutiques
- Négoces interentreprises

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Manager de rayon
- Manager d'espace commercial
- Manager de surface de vente
- Manager d'univers commercial
- Manager de rayon fabrication alimentaire/frais
- Manager de rayon non alimentaire ou alimentaire/sec
- Responsable/animateur
- Responsable de magasin
- Gestionnaire de centre de profit
- Chef de rayon
- Responsable de boutique
- Gérant de magasin
- Responsable de succursale
- Responsable de point de vente
- Responsable de département

Réglementation d'activités (le cas échéant) Néant

Equivalences avec d'autres certifications (le cas échéant)

Selon les modalités définies par arrêté relatif au titre professionnel "Manager d'unité marchande" de niveau III de la filière, lien avec le titre professionnel de "Responsable de rayon".

Liste des activités types et des compétences professionnelles

1. 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 marchandisage 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

2. 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

3. 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

Compétences transversales de l'emploi

Mettre en oeuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail
Transmettre les consignes oralement et par écrit
Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande

Niveau et/ou domaine d'activité

Niveau III
Convention(s) : néant
Code(s) NSF : 312m - Commerce, vente - pas de fonction dominante

Fiche(s) Rome de rattachement

D1502 Management/gestion de rayon produits alimentaires
D1503 Management/gestion de rayon produits non alimentaires
D1301 Management de magasin de détail
D1509 Management de département en grande distribution

FICHE ACTIVITE TYPE N° 1

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

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

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 marchandisage 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 évènements 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 règlementations, 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 règlementation du travail et en veillant à mettre en œuvre une démarche de maitrise 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.

Réglementation d'activités (le cas échéant) Néant

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
Piloter l'offre produits de l'unité marchande
Réaliser le marchandisage 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

Compétences transversales de l'activité type

Mettre en oeuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail
Transmettre des consignes oralement et par écrit
Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande

FICHE ACTIVITE TYPE N° 2

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

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

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 règlementations, 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 règlementation comptable et financière. Il veille à mettre en œuvre une démarche de maitrise 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.

Réglementation d'activités (le cas échéant) Néant

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

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

Compétences transversales de l’activité type

Mettre en œuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail
Transmettre des consignes oralement et par écrit
Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l’activité de l’unité marchande

FICHE ACTIVITE TYPE N° 3

Manager l'équipe de l'unité marchande

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

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 maitrise 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 règlementations, 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 règlementation du travail et en veillant à mettre en œuvre une démarche de maitrise 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.

Réglementation d'activités (le cas échéant) Néant

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

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

Compétences transversales de l'activité type

Mettre en œuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail
Transmettre des consignes oralement et par écrit
Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 1

Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 sureté
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
Informer 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**

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 2

Piloter l'offre produits de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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

Informer 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 3

Réaliser le marchandisage de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect du droit et de la réglementation relatifs au commerce, des règles de marchandisage 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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce avec l'équipe et parfois en collaboration avec un *marchandiseur*, 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 marchandisage 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
Maitriser 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 marchandisage et les préconisations de l'entreprise

Adapter le marchandisage selon les résultats et le stock de l'unité marchande
Elaborer ou contrôler la réalisation des vitrines par rapport au guide de marchandisage
Mettre en scène des thématiques de produits
Former l'équipe au marchandisage
Respecter les règles de marchandisage 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 règlementées
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 marchandisage de gestion, d'organisation et de séduction

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 4

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

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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 évènements commerciaux concourant à la stratégie de valorisation de l'offre. Développer des argumentaires adaptés à l'*offre produits*.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 évènements 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
Maitriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Analyser l'évolution des indicateurs de performance
Maitriser les calculs arithmétiques (écarts, pourcentages, cumuls, moyenne)
Utiliser les outils d'aide à la prise de décision
Utiliser des techniques d'écoute
Maitriser 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
Maitriser les différentes méthodes d'encaissement
Maitriser les opérations d'encaissement
Maitriser 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 *chaine de valeur* de l'entreprise
Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité
Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 5

Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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
Maitriser les différents indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Maitriser 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…)
Maitriser 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
Maitriser 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 6

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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 maitrisés
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
Maitriser les différents indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Maitriser 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…)
Maitriser 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 7

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 évènement 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 8

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

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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 évènements. Prévenir les risques professionnels et mettre en œuvre les principes généraux de prévention.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 évènements 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
Informer 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 9

Accompagner la performance individuelle

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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 maitrise 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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 maitrise 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 10

Animer l'équipe de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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 évènements, 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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 maitrisées
Les techniques de briefing et débriefing d'équipe sont maitrisées
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 maitrise 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

FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 11

Conduire et animer un projet de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

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.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

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 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...)*
Maitriser 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*

FICHE DES COMPETENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

Mettre en oeuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Prendre en compte les principes généraux de prévention des risques professionnels dans la planification, l'organisation, la mise en œuvre, le suivi et le déroulement des activités de l'unité marchande. Identifier les risques liés à ses activités de travail et à celles de l'équipe. S'assurer du respect des règles d'hygiène, de sécurité et de sûreté par l'ensemble des membres de l'équipe afin de préserver la santé physique et psychique des collaborateurs et des clients, de garantir le niveau de service et les intérêts de l'entreprise. Adopter un comportement adapté en cas d'incident, accident et dysfonctionnement. Evaluer les risques d'accident ou d'atteinte à la santé des collaborateurs. Mettre en œuvre des mesures correctives de prévention (organisationnelles, collectives, individuelles). Analyser les indicateurs de la santé et de sécurité au travail.

Critères de performance

Les règles d'hygiène, de sécurité et de sûreté sont respectées
Les risques liés à l'activité du manager de l'unité marchande et des collaborateurs sont identifiés
Le comportement lors d'incidents, d'accidents ou de dysfonctionnements est adapté.
Les risques d'accident ou d'atteinte à la santé des collaborateurs sont évalués
Les mesures correctives de prévention sont mises en œuvre
Les indicateurs de santé et de sécurité au travail sont analysés

Transmettre les consignes oralement et par écrit

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la stratégie commerciale et des procédures de l'entreprise, communiquer les consignes, orales ou écrites, précises et donner du sens à ces consignes. S'assurer de leur compréhension afin de garantir la qualité et continuité du service client, l'atteinte des objectifs commerciaux et la réalisation des indicateurs de performance.

Critères de performance

Les consignes transmises à l'équipe respectent les modalités définies par l'entreprise
Les consignes sont transmises de manière précise et dans un langage adapté au destinataire

Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la règlementation, de la législation relative à la collecte, à l'utilisation et à la protection des données personnelles, utiliser les outils numériques, les logiciels d'échanges d'information, les logiciels de traitement des données, les applicatifs de gestion d'un espace de vente et de la relation client afin de garantir la continuité et la qualité du service client.

Critères de performance

Les modes opératoires spécifiques à chaque outil sont respectés

Le niveau de service visé est atteint

La réglementation et la législation en matière de collecte, d'utilisation et de protection des données personnelles sont respectées

Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de connaître les évolutions et usages des produits et services vendus, en s'appuyant sur des données techniques, commerciales, économiques, règlementaires et des échanges avec la clientèle, actualiser ses connaissances. Rechercher les informations sur l'évolution du marché, de l'offre, des comportements d'achat, de la concurrence en utilisant différents moyens internes et externes. Anticiper l'intégration de nouveaux éléments dans l'assortiment. Mettre en place une dynamique de recherche et de partage d'informations avec l'équipe afin de développer l'efficacité commerciale. Etre force de proposition en matière d'ajustements et d'évolutions.

Critères de performance

La connaissance des produits et services vendus est précise
L'organisation et les méthodes mises en œuvre pour la recherche d'informations sont adaptées
Les évolutions de produits et/ou de gammes du marché sont suivies
Les caractéristiques des consommateurs et leurs comportements d'achat sont identifiés
Les principaux concurrents sont connus et leur positionnement identifié
Les éléments de la veille sont transmis aux interlocuteurs et sont intégrés dans le développement de la dynamique commerciale

Glossaire technique

Black Friday

Aux États-Unis et au Canada, le Black Friday (littéralement le vendredi noir, parfois traduit par vendredi fou) se déroule le lendemain du repas de Thanksgiving. Il marque traditionnellement le coup d'envoi de la période des achats de fin d'année.

Blogosphère

Désigne la communauté des personnes qui rédigent des blogs et de celles qui les lisent.

Cahier des évènements

Désigne l'outil utilisé pour noter les évènements principaux de la journée de vente qui impactent le chiffre d'affaires de la journée. Cet outil sert à établir le prévisionnel de l'année suivante.

Category manager ou catman

Le category manager a pour rôle de développer le chiffre d'affaires des gammes de produits qui lui sont confiées. Il travaille en étroite collaboration avec le chef de produit et le commercial.

Chaîne de valeur

Selon la définition de Porter : « la chaine de valeur est une approche systématique visant à examiner le développement d'un avantage concurrentiel ». Se divise en deux grandes familles : les activités principales (production, logistique, vente, marketing, services) et les activités de soutien (approvisionnement, R&D, développement, ressources humaines, qualité, finances, DG, juridiques, relations publiques, etc.).

Commerce ubiquitaire

Le commerce ubiquitaire ou « U-Commerce » est né de la convergence entre l'informatique du web3.0. et du tagging (géotagging, puces, RFID…). Il permet au commerçant d'interagir avec les clients par tous les canaux de communication.

Community manager

Désigne l'individu en charge du développement et de la gestion de la présence d'une marque ou organisation sur les réseaux sociaux et autres espaces communautaires contrôlés ou non par la marque. Il est souvent considéré comme le garant de la réputation et de l'engagement à l'égard de la marque sur les réseaux sociaux, mais peut également avoir un rôle plus promotionnel à travers la mise en place d'animations et jeux concours divers.

Cyber Monday

Expression anglophone créée en 2004 par la branche shop.org de l'association commerciale professionnelle américaine, National Retail Federation, dans un but de dynamiser les ventes en ligne à l'aide d'une animation nationale. Le Cyber Monday est le lundi qui suit immédiatement le vendredi du Black Friday de Thanksgiving.

Démarche QHSE

Désigne la démarche qui consiste à prendre en compte la globalité des risques autour des quatre thèmes : qualité, hygiène sécurité et environnement, sans ignorer les contraintes économiques le tout en intégrant dans son activité le respect du « capital humain » et les exigences environnementales.

Diagramme d'Ishikawa ou diagramme de causes à effets

Le diagramme d'ISHIKAWA, ou diagramme de cause à effet, est une représentation structurée de toutes les causes qui conduisent à une situation. Son intérêt est de permettre aux membres d'un groupe d'avoir une vision partagée et précise des causes possibles d'une situation. Le schéma comprend les facteurs causaux identifiés et catégorisés selon la règle des " 7 M ": la matière, ou les matériaux (de manière générale ce sur quoi on agit dans la situation, le matériel employé, le milieu, ou le contexte, qu'il soit culturel, social ou matériel (disposition des locaux par exemple), les méthodes, la main d'œuvre, les moyens financiers et le management.

E-réputation

Parfois appelée web-réputation, cyber-réputation, réputation numérique, sur le Web, sur Internet ou en ligne, est la réputation, l'opinion commune sur le Web d'une entité, personne morale ou physique, réelle ou imaginaire.

Expérience client

Désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. C'est le résultat de l'ensemble des interactions qu'un client peut avoir avec la marque ou l'entreprise. L'expérience client est donc la résultante complexe d'éléments et facteurs hétérogènes intervenant lors du parcours client (ton publicitaire, ambiance point de vente, relation vendeur, expérience d'usage, relation support client, etc.).
La nature et les composantes de l'expérience client peuvent fortement varier selon les domaines d'activité et sont liées à la notion de parcours client. Dans certains domaines, l'expérience client va être essentiellement ressentie sur le point de vente / service alors que dans d'autres, elle peut être beaucoup plus éclatée à travers différents points de contacts.

forums

En informatique, un forum est un espace de discussion publique (ou au moins ouvert à plusieurs participants). Les discussions y sont archivées ce qui permet une communication asynchrone (c'est ce qui différencie les forums de la messagerie instantanée).

French Days

C'est la réponse des commerçants en ligne français au Black Friday, Cyber Monday et autres Amazon Prime Day.

GANTT

Désigne l'un des outils couramment utilisé en gestion de projet. Il est un des plus efficaces pour représenter visuellement l'état d'avancement des différentes activités (tâches) qui constituent un projet. La colonne de gauche du diagramme énumère toutes les tâches à effectuer, tandis que la ligne d'en-tête représente les unités de temps les plus adaptées au projet (jours, semaines, mois etc.). Chaque tâche est matérialisée par une barre horizontale, dont la position et la longueur représentent la date de début, la durée et la date de fin.

Lean Management

Le Lean management est un ensemble de pratiques qui visent à réduire ou à éliminer toutes les activités non rentables d'une entreprise, comme les méthodes du Kanban (méthode de gestion des stocks et plus particulièrement une méthode de juste à temps par étiquette), du point de commande et du juste-à-temps.

Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte

La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) publiée au Journal Officiel du 18 août 2015, ainsi que les plans d'action qui l'accompagnent visent à permettre à la France de contribuer plus efficacement à la lutte contre le dérèglement climatique et à la préservation de l'environnement, ainsi que de renforcer son indépendance énergétique tout en offrant à ses entreprises et ses citoyens l'accès à l'énergie à un coût compétitif.
Ces outils seront à la disposition des citoyens, des entreprises et des territoires pour agir concrètement, pour donner du pouvoir d'achat en réduisant les factures d'énergie des ménages, pour améliorer la qualité de vie en protégeant mieux la planète et la santé publique, et pour saisir les opportunités de croissance, de compétitivité et d'emploi pour les industries existantes et les filières d'avenir.

M-commerce

Désigne l'ensemble des transactions commerciales effectuées par le biais des terminaux mobiles, en particulier les smartphones et tablettes (les ordinateurs portables traditionnels ne sont pas inclus dans cette catégorie). Du point de vue économique, le M-commerce est inclus dans le e-commerce.

M-paiement

Désigne les paiements par le consommateur depuis son téléphone multifonctions.

Macro-environnement

Désigne les différents facteurs extérieurs qui influencent l'entreprise : facteurs économiques, démographiques, socio-culturels, environnementaux et écologiques, politiques, fiscaux, juridiques et technologiques.

Management agile

Désigne une méthode de management reposant sur trois principes : plus d'autonomie pour les équipes, des cycles de productions plus courts avec des ajustements plus fréquents, un client repositionné au coeur du processus. L'objectif de ce mode de management est de pouvoir adapter l'entreprise à un environnement en constante évolution, et avoir des équipes très réactives.

Marchandiseur

Il est responsable de la mise en scène des produits pour un réseau de points de vente ou entreprise.
Ses principales missions sont :

- d'appliquer des présentations produits généralement issus d'un book vitrines et indoor ;
- de veiller au respect de la charte communication / graphique de l'entreprise ;
- de veiller au respect des préconisations dans les points de vente ;
- d'accompagner / former les acteurs terrains (étalagistes, vendeurs) dans la mise en place des produits ;
- de concilier l'esthétique et l'efficacité commerciale.

Offre produits

L'offre produits est la réponse aux besoins du consommateur. Élaborer une telle réponse implique de connaître quantitativement et qualitativement ces besoins, mais aussi les réponses apportées par la concurrence, les canaux utilisables pour mettre cette offre en contact avec la clientèle, ainsi que tous les éléments de l'environnement juridique du marché.

Omnicanal

Désigne le fait que tous les canaux de contact et de vente possibles entre l'entreprise et ses clients sont utilisés et mobilisés dans le parcours d'achat du client.

Outils de gestion de la relation client

Encore appelée gestion des relations avec les clients, ou en anglais « Customer Relationship Management » (CRM), est l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant le meilleur service.

Outils de traçabilité

Outils qui permettent de retrouver l'historique, l'utilisation et la composition de produits industriels ou alimentaires à partir de la chaîne de production jusqu'à la chaîne de distribution et de consommation. L'un des outils de traçabilité le plus fréquemment utilisé est le « tag RFID » ou « puce RFID ». RFID est l'acronyme de "Radio Frequency Identification". La technologie RFID présente de nombreux avantages. Elle permet de scanner des produits en masse sans avoir à les voir, sans avoir à les toucher et donc permet un gain de temps considérable.
Elle est surtout utilisée pour la gestion de chaînes logistiques : le suivi des stocks, la traçabilité de la chaîne du froid, la traçabilité sanitaire dans l'alimentaire.
Ces tags peuvent également être utilisés dans le cadre de mesures de surveillance en tant que système antivol : en apposant un marqueur sur l'objet de la surveillance, on peut être immédiatement informé d'un mouvement anormal ou de la sortie du champ de lecture.

Outils de travail collaboratifs

Ils permettent la communication entre employés d'une même organisation en combinant plateforme de collaboration, outils de réseau social d'entreprise, intranet « corporate », et potentiellement en intégrant le tout avec des ressources accessibles sur Internet.

Outils participatifs

Espaces collaboratifs où l'on peut concevoir et produire ensemble, les messageries électroniques permettant des échanges rapides, les espaces dédiés à un travail collectif sur des serveurs informatiques ou sur des sites internet ou intranet.

Parcours d'achat

Le parcours d'achat est généralement une représentation des démarches et actions entreprises par un client en situation de préparation et de réalisation d'achat d'un produit ou service donné.
Le parcours d'achat est généralement étudié et pris en compte pour optimiser les actions marketing pouvant amener à l'achat et pour optimiser l'expérience d'achat.

PDCA ou roue de Deming

Désigne l'acronyme de Plan (planifier) Do (réaliser) Check (vérifier) Act (assurer et améliorer). C'est une démarche d'amélioration continue ou de résolution de problème. Cette démarche permet d'avoir une méthode structurée et de mettre en œuvre les solutions les plus adaptées et pérennes. La roue de Deming est une transposition graphique de la méthode de gestion de la qualité dite PDCA (plan-do-check-act).

Plan d'intégration individualisé

Le plan d'intégration individualisé permet de suivre efficacement les étapes de l'intégration. C'est une opération clé du processus d'intégration. Il donne également plus d'objectivité à la décision qui sera prise en fin de période d'essai.

Principe de subsidiarité

Consiste à considérer que toute responsabilité doit être assumée par le niveau directement confronté à la problématique à résoudre, les échelons supérieurs n'intervenant que si la réponse à donner excède les capacités du niveau évoqué.

Processus d'achat

Séquence des opérations mentales et physiques conduisant un client à choisir et à acheter un produit. On distingue six étapes dans un processus étendu : la reconnaissance du besoin, la recherche d'information, la comparaison des offres, la prise de décision, l'évaluation et la fidélité. On distingue les processus d'achat routinier, limité et étendu.

Qualité de vie au travail (QVT)

Désigne un sentiment de bien-être au travail perçu collectivement et individuellement qui englobe l'ambiance, la culture de l'entreprise, l'intérêt au travail, les conditions de travail, le sentiment d'implication, le degré d'autonomie et de responsabilisation, l'égalité, un droit à l'erreur accordé à chacun, une reconnaissance et une valorisation du travail effectué.

Réseau PERT

Désigne la modélisation de projet qui vient de l'américain Program Evaluation and Review Technique, ou technique d'évaluation et de révision de Programme. Elle consiste à mettre en ordre sous forme de réseau plusieurs tâches qui grâce à leurs dépendances et à leur chronologie permettent d'avoir un produit fini.
Les caractéristiques PERT sont les suivantes : les tâches sont représentées par des flèches, le réseau visualise des dépendances entre tâches.

Réseaux sociaux et professionnels

Désigne généralement l'ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles. Ils fournissent à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

Rétroplanning

Désigne le calendrier prévisionnel élaboré en partant de la date à laquelle le travail doit être terminé.

RPS ou Risques Psycho-sociaux

Désigne les risques qui peuvent être induits par l'activité elle-même ou générés par l'organisation et les relations de travail. L'exposition à ces situations de travail peut avoir des conséquences sur la santé des salariés, notamment en termes de maladies cardio- vasculaires, de troubles musculo-squelettiques, de troubles anxio-dépressifs, d'épuisement professionnel, voire de suicide.

RRRA

Abréviation comptable qui signifie : Rabais Remises Ristournes Accordés.

RRRO

Abréviation comptable qui signifie : Rabais Remises Ristournes Obtenus

RSE

La RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) regroupe l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable (social, environnemental et économique).

Story telling

Désigne un levier de communication orale qui se traduit concrètement par un récit que le narrateur utilise comme vecteur de messages.

Tableau de répartition des tâches (TRT)

Désigne un outil permettant de représenter et/ou d'améliorer la répartition des tâches entre les acteurs dans un domaine ou un processus. Il a pour finalités de clarifier le « QUI FAIT QUOI » dans un domaine ou dans un processus.

Team building

Désigne un concept utilisé par les entreprises. Il consiste à planifier des activités ludiques dans le but de créer ou de favoriser les compétences groupales. Il permet de renforcer ou d'améliorer la cohésion d'équipe.

(Sources : bivi.afnor.org, cedip.developpement-durable.gouv.fr, cnrtl.fr, definitions-marketing.com, dunod.fr, inrs.fr, mercator-publicitor.fr, Tissot éditions)

Glossaire du RP

Activité type

Une activité type est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées. Elle renvoie au certificat de compétences professionnelles (CCP).

Activité type d'extension

Une activité type d'extension est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au certificat complémentaire de spécialisation (CCS).

Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir-faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

Savoir-faire organisationnel

C'est un savoir et un savoir-faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

Savoir-faire relationnel

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat, etc.).

Savoir-faire technique

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

MINISTERE EN CHARGE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION
(RC)
DU TITRE À FINALITÉ PROFESSIONNELLE

« MANAGER D'UNITÉ MARCHANDE »

NIVEAU III (5)

1. Références de la spécialité

Intitulé du titre professionnel : Manager d'unité marchande
Sigle du titre professionnel : MUM
Niveau : III (5)

Référence en France métropolitaine
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

2. Modalités d'évaluation du titre professionnel

2.1. Les compétences des candidats par VAE ou issus d'un parcours continu de formation pour l'accès au titre professionnel sont évaluées par un jury au vu :

a) 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).

b) Du dossier professionnel et de ses annexes éventuelles.

c) Des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.

d) 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.

2.2. Les compétences des candidats issus d'un parcours d'accès par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) pour l'accès au titre professionnel sont évaluées par un jury au vu :

a) Du livret de certification au cours 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. Cet entretien se déroule en fin de session du dernier CCP.

2.3. Les compétences des candidats pour l'accès aux CCP sont évaluées par un jury au vu :

a) 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).

b) Du dossier professionnel et de ses annexes éventuelles.

c) Des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.

2.4. Les compétences des candidats issus d'un parcours continu de formation ou justifiant d'un an d'expérience dans le métier visé pour l'accès aux certificats complémentaires de spécialisation (CCS) sont évaluées par un jury au vu :

a) Du titre professionnel obtenu.

b) 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).

c) Du dossier professionnel et de ses annexes éventuelles.

d) Des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.

e) D'un entretien avec le jury destiné à vérifier le niveau de maîtrise par le candidat des compétences requises pour l'exercice de l'activité du CCS visé.

Chaque modalité d'évaluation, identifiée dans le RC comme partie de la session du titre, du CCP ou du CCS, est décrite dans le dossier technique d'évaluation. Celui-ci précise les modalités et les moyens de mise en œuvre de l'épreuve pour le candidat, le jury, et le centre organisateur.

3 Dispositif d'évaluation pour la session du titre professionnel MUM

3.1. Modalités d'évaluation des compétences et organisation de l'épreuve

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Mise en situation professionnelle	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande Piloter l'offre produits de l'unité marchande Réaliser le marchandisage 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 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 Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande Conduire et animer un projet de l'unité marchande	04 h 30 min	La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'une étude de cas. L'étude de cas se déroule dans un contexte de magasin fictif. Dans le cadre d'un projet d'une unité marchande, le candidat réalise différents travaux à l'aide de consignes. Il élabore, à l'aide d'un logiciel de présentation, un diaporama présentant le projet et son déploiement. Pour réaliser les travaux demandés, le candidat dispose : • d'un dossier papier comprenant les consignes et les documents nécessaires ; • d'un dossier informatique comprenant les maquettes préétablies nécessaires. Le candidat renseigne ces maquettes sur son poste de travail à l'aide d'outils bureautiques (logiciels de traitement de texte et de tableur).
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			
▪ Entretien technique	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande Piloter l'offre produits de l'unité marchande Réaliser le marchandisage 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 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 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	01 h 45 min	L'entretien technique a lieu après la mise en situation. Il comporte trois parties : Première partie : préparation (15 min) Le candidat prépare l'entretien. Il dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation. Deuxième partie (30 min) Pendant 10 minutes, le candidat présente un diaporama réalisé lors de la mise en situation. Pendant 20 minutes, le jury échange avec le candidat sur ses travaux.

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
	Conduire et animer un projet de l'unité marchande		Troisième partie (1 h) En s'appuyant sur un guide d'entretien, le jury questionne le candidat sur sa pratique et sa connaissance de l'accompagnement de la performance individuelle et de l'animation d'équipe.
▪ Questionnaire professionnel	Sans objet	00 h 00 min	Sans objet
▪ Questionnement à partir de production(s)	Sans objet	00 h 00 min	Sans objet
Entretien final		00 h 30 min	Y compris le temps d'échange avec le candidat sur le dossier professionnel. Le jury vérifie la compréhension du métier et de son contexte d'exercice par le candidat.
	Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	06 h 45 min	

Informations complémentaires concernant la mise en situation professionnelle :
A partir de consignes, le candidat élabore un diaporama présentant le projet et son déploiement. Il réalise des travaux liés au développement de la dynamique commerciale de l'unité marchande, à l'optimisation de sa performance économique, à sa rentabilité financière, et au management de l'équipe.

Informations complémentaires concernant l'entretien technique :
L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle.
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux effectués dans le cadre de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Avant le temps de préparation du candidat, le jury transmet au candidat un dossier avec ses travaux imprimés, sans annotations du jury.
Au début de l'entretien, le candidat commente le diaporama, réalisé obligatoirement lors de la mise en situation professionnelle, présentant le projet et son déploiement.

3.2. Critères d'évaluation des compétences professionnelles

Compétences professionnelles	Critères d'évaluation	Mise en situation professionnelle	Autres modalités d'évaluation		
			Entretien technique	Questionnaire professionnel	Questionnement à partir de production(s)
Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal					
Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande	Les stocks sont suivis Les quantités commandées sont adaptées La conformité des documents liés à la réception est vérifiée Les anomalies liées à la réception sont repérées et traitées	☒	☒	☐	☐
Piloter l'offre produits de l'unité marchande	L'offre produits est gérée 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	☒	☒	☐	☐
Réaliser le marchandisage de l'unité marchande	Les règles de marchandisage sont respectées Le droit et la réglementation relatifs au commerce sont respectés L'implantation des produits est efficace ou la mise en place de l'opération commerciale est cohérente L'analyse des résultats de l'implantation ou de l'opération commerciale est pertinente Les plans d'actions élaborés sont adaptés	☒	☒	☐	☐
Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal	La stratégie commerciale de l'entreprise est respectée L'offre de service est améliorée Les argumentaires sont adaptés à l'offre produits Les actions de fidélisation sont adaptées à la situation	☒	☒	☐	☐
Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande					
Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande	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	☒	☒	☐	☐

Compétences professionnelles	Critères d'évaluation	Mise en situation professionnelle	Autres modalités d'évaluation		
			Entretien technique	Questionnaire professionnel	Questionnement à partir de production(s)
Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande	Le tableau de bord ou le compte de résultats est renseigné Les calculs commerciaux sont maitrisés 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	☒	☒	☐	☐
Manager l'équipe de l'unité marchande					
Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande	Le besoin en ressources humaines est identifié Les candidatures sont sélectionnées à partir de critères définis Le parcours d'intégration individualisé est élaboré	☒	☒	☐	☐
Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande	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 productivité est optimisée dans le respect de la réglementation	☒	☒	☐	☐
Accompagner la performance individuelle	Le niveau de maitrise d'une compétence par 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 explicitées	☐	☒	☐	☐
Animer l'équipe de l'unité marchande	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 explicitées Les briefings et débriefings sont adaptés à la situation	☐	☒	☐	☐
Conduire et animer un projet de l'unité marchande	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	☒	☒	☐	☐

Compétences professionnelles	Critères d'évaluation	Mise en situation professionnelle	Autres modalités d'évaluation		
			Entretien technique	Questionnaire professionnel	Questionnement à partir de production(s)
Obligations règlementaires le cas échéant : Sans objet					

3.3. Évaluation des compétences transversales

Les compétences transversales sont évaluées au travers des compétences professionnelles.

Compétences transversales	Compétences professionnelles concernées
Mettre en oeuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail	Accompagner la performance individuelle
	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande
	Animer l'équipe de l'unité marchande
	Conduire et animer un projet 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
	Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
	Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
	Réaliser le marchandisage de l'unité marchande
	Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande
Transmettre les consignes oralement et par écrit	Accompagner la performance individuelle
	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande
	Animer l'équipe de l'unité marchande
	Conduire et animer un projet 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
	Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
	Piloter l'offre produits de l'unité marchande
	Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
	Réaliser le marchandisage de l'unité marchande
	Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande
Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande	Accompagner la performance individuelle
	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande
	Animer l'équipe de l'unité marchande
	Conduire et animer un projet de l'unité marchande
	Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le

Compétences transversales	Compétences professionnelles concernées
	parcours d'achat omnicanal
	Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
	Piloter l'offre produits de l'unité marchande
	Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
	Réaliser le marchandisage de l'unité marchande
	Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande	Accompagner la performance individuelle
	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande
	Animer l'équipe de l'unité marchande
	Conduire et animer un projet 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
	Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande
	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande
	Piloter l'offre produits de l'unité marchande
	Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande
	Réaliser le marchandisage de l'unité marchande

4. Conditions de présence et d'intervention du jury propre au titre MUM

4.1. Durée totale de présence du jury pendant l'épreuve du candidat : 02 h 15 min

4.2. Protocole d'intervention du jury :

Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux issus de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.

Le responsable de session doit prévoir un temps supplémentaire d'intervention du jury pour la prise de connaissance de l'épreuve et des dossiers candidats ainsi que la prise en compte des temps de correction et de délibération.

4.3. Conditions particulières de composition du jury :

Sans objet

5. Conditions de surveillance et de confidentialité au cours de la session titre

Un surveillant est présent pendant la mise en situation professionnelle et le temps de préparation avant l'entretien technique.

REFERENTIEL D'EVALUATION

DES CERTIFICATS

DE COMPETENCES PROFESSIONNELLES

Manager d'unité marchande

CCP

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

Modalités d'évaluation des compétences et organisation de l'épreuve

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Mise en situation professionnelle	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande Piloter l'offre produits de l'unité marchande Réaliser le marchandisage 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	02 h 30 min	La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'une étude de cas. L'étude de cas se déroule dans un contexte de magasin fictif. Dans le cadre d'un projet d'une unité marchande, le candidat réalise différents travaux à l'aide de consignes. Pour réaliser les travaux demandés, le candidat dispose : • d'un dossier papier comprenant les consignes et les documents nécessaires ; • d'un dossier informatique comprenant les maquettes préétablies nécessaires. Le candidat renseigne ces maquettes sur son poste de travail à l'aide d'outils bureautiques (logiciels de traitement de texte et de tableur).
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			
▪ Entretien technique	Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande Piloter l'offre produits de l'unité marchande Réaliser le marchandisage 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	00 h 30 min	L'entretien technique a lieu après la mise en situation. Il comporte deux parties : Première partie : préparation (10 min) Le candidat prépare l'entretien. Il dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation. Deuxième partie (20 min) Le jury échange avec le candidat sur ses travaux.

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
▪ Questionnaire professionnel	Sans objet		Sans objet
▪ Questionnement à partir de production(s)	Sans objet		Sans objet
	Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	03 h 00 min	

Informations complémentaires concernant la mise en situation professionnelle :
A partir de consignes, le candidat réalise des travaux liés au développement de la dynamique commerciale de l'unité marchande.

Informations complémentaires concernant l'entretien technique :
L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle.
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux effectués dans le cadre de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Avant le temps de préparation du candidat, le jury transmet au candidat un dossier avec ses travaux imprimés, sans annotations du jury.

Informations complémentaires concernant le questionnaire professionnel :
Sans objet

Informations complémentaires concernant le questionnement à partir de production(s) :
Sans objet

Conditions de présence et d'intervention du jury propre au CCP Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal

Durée totale de présence du jury pendant l'épreuve du candidat : 00 h 30 min

Protocole d'intervention du jury :
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux issus de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.

Le responsable de session doit prévoir un temps supplémentaire d'intervention du jury pour la prise de connaissance de l'épreuve et des dossiers candidats ainsi que la prise en compte des temps de correction et de délibération.

Conditions particulières de composition du jury :
Sans objet

Conditions de surveillance et de confidentialité au cours de la session CCP
Un surveillant est présent pendant la mise en situation professionnelle et le temps de préparation avant l'entretien technique.

CCP

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

Modalités d'évaluation des compétences et organisation de l'épreuve

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Mise en situation professionnelle	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande	02 h 00 min	La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'une étude de cas. L'étude de cas se déroule dans un contexte de magasin fictif. Le candidat réalise différents travaux à l'aide de consignes. Pour réaliser les travaux demandés, le candidat dispose : • d'un dossier papier comprenant les consignes et les documents nécessaires ; • d'un dossier informatique comprenant les maquettes préétablies nécessaires. Le candidat renseigne ces maquettes sur son poste de travail à l'aide d'outils bureautiques (logiciels de traitement de texte et de tableur).
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			
▪ Entretien technique	Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande	00 h 30 min	L'entretien technique a lieu après la mise en situation. Il comporte deux parties : Première partie : préparation (10 min) Le candidat prépare l'entretien. Il dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation. Deuxième partie (20 min) Le jury échange avec le candidat sur ses travaux.

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
▪ Questionnaire professionnel	Sans objet		Sans objet
▪ Questionnement à partir de production(s)	Sans objet		Sans objet
	Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	02 h 30 min	

Informations complémentaires concernant la mise en situation professionnelle :
A partir de consignes, le candidat réalise des travaux liés à l'optimisation de la performance économique et à la rentabilité financière de l'unité marchande.

Informations complémentaires concernant l'entretien technique :
L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle.
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux effectués dans le cadre de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Avant le temps de préparation du candidat, le jury transmet au candidat un dossier avec ses travaux imprimés, sans annotations du jury.

Informations complémentaires concernant le questionnaire professionnel :
Sans objet

Informations complémentaires concernant le questionnement à partir de production(s) :
Sans objet

Conditions de présence et d'intervention du jury propre au CCP Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande

Durée totale de présence du jury pendant l'épreuve du candidat : 00 h 30 min

Protocole d'intervention du jury :
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux issus de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Le responsable de session doit prévoir un temps supplémentaire d'intervention du jury pour la prise de connaissance de l'épreuve et des dossiers candidats ainsi que la prise en compte des temps de correction et de délibération.

Conditions particulières de composition du jury :
Sans objet

Conditions de surveillance et de confidentialité au cours de la session CCP
Un surveillant est présent pendant la mise en situation professionnelle et le temps de préparation avant l'entretien technique.

CCP

Manager l'équipe de l'unité marchande

Modalités d'évaluation des compétences et organisation de l'épreuve

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Mise en situation professionnelle	Conduire et animer un projet 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	02 h 30 min	La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'une étude de cas. L'étude de cas se déroule dans un contexte de magasin fictif. Dans le cadre d'un projet d'une unité marchande, le candidat réalise différents travaux à l'aide de consignes. Il élabore, à l'aide d'un logiciel de présentation, un diaporama présentant le projet et son déploiement. Pour réaliser les travaux demandés, le candidat dispose : • d'un dossier papier comprenant les consignes et les documents nécessaires ; • d'un dossier informatique comprenant les maquettes préétablies nécessaires. Le candidat renseigne ces maquettes sur son poste de travail à l'aide d'outils bureautiques (logiciels de traitement de texte et de tableur).
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			
▪ Entretien technique	Accompagner la performance individuelle Conduire et animer un projet de l'unité marchande Animer 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	01 h 40 min	L'entretien technique a lieu après la mise en situation. Il comporte trois parties : Première partie : préparation (15 min) Le candidat prépare l'entretien. Il dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation. Deuxième partie (25 min) Pendant 10 minutes, le candidat présente un diaporama réalisé lors de la mise en situation. Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur ses travaux.

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
			Troisième partie (1 h) En s'appuyant sur un guide d'entretien, le jury questionne le candidat sur sa pratique et sa connaissance de l'accompagnement de la performance individuelle et de l'animation d'équipe.
▪ Questionnaire professionnel	Sans objet		Sans objet
▪ Questionnement à partir de production(s)	Sans objet		Sans objet
	Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	04 h 10 min	

Informations complémentaires concernant la mise en situation professionnelle :

A partir de consignes, le candidat élabore un diaporama présentant le projet et son déploiement. Il réalise des travaux liés au management de l'équipe de l'unité marchande.

Informations complémentaires concernant l'entretien technique :

L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle.
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux effectués dans le cadre de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Avant le temps de préparation du candidat, le jury transmet au candidat un dossier avec ses travaux imprimés, sans annotations du jury.
Au début de l'entretien, le candidat commente le diaporama, réalisé obligatoirement lors de la mise en situation professionnelle, présentant le projet et son déploiement.

Informations complémentaires concernant le questionnaire professionnel :

Sans objet

Informations complémentaires concernant le questionnement à partir de production(s) :

Sans objet

Conditions de présence et d'intervention du jury propre au CCP Manager l'équipe de l'unité marchande

Durée totale de présence du jury pendant l'épreuve du candidat : 01 h 40 min

Protocole d'intervention du jury :
Préalablement à l'entretien technique, le jury étudie les travaux issus de la mise en situation professionnelle afin de préparer l'entretien technique.
Le responsable de session doit prévoir un temps supplémentaire d'intervention du jury pour la prise de connaissance de l'épreuve et des dossiers candidats ainsi que la prise en compte des temps de correction et de délibération.

Conditions particulières de composition du jury :
Sans objet

Conditions de surveillance et de confidentialité au cours de la session CCP
Un surveillant est présent pendant la mise en situation professionnelle et le temps de préparation avant l'entretien technique.

Annexe 1

Plateau technique d'évaluation Manager d'unité marchande

Locaux

Modalité d'évaluation	Désignation et description des locaux	Observations
Mise en situation professionnelle	Une salle équipée de tables et de chaises, en quantité suffisante au regard du nombre de candidat et préservant la confidentialité des travaux.	Locaux équipés aux normes de sécurité et de prévention. Les postes de travail doivent être suffisamment espacés et de taille suffisante pour permettre aux candidats de consulter leur dossier et effectuer les travaux demandés sur poste informatique.
Entretien technique	Un local fermé équipé au minimum d'une table et trois chaises, et d'un poste informatique équipé d'un logiciel de présentation relié à un vidéoprojecteur.	Adapter le nombre de bureaux ou de salles en fonction du nombre de passations simultanées de candidats.
Entretien final	Un local fermé équipé au minimum d'une table et trois chaises.	Ce local doit garantir la qualité et la confidentialité des échanges. Adapter le nombre de bureaux ou de salles en fonction du nombre de passations simultanées de candidats.

Ressources (pour un candidat)
Certaines ressources peuvent être partagées par plusieurs candidats.
Leur nombre est indiqué dans la colonne « Nombre maximal de candidats pouvant partager la ressource en simultané pendant l'épreuve »

Désignation	Nombre	Description	Nombre maximal de candidats pouvant partager la ressource en simultané pendant l'épreuve	Observations
Postes de travail	1	Poste informatique équipé : • d'un port USB • d'un pack bureautique avec un logiciel tableur, traitement de texte et de présentation • d'un accès à une imprimante couleur en réseau	1	Un poste organisateur doit permettre la lecture de CD-ROM.
	1	Vidéoprojecteur	1	Le vidéoprojecteur est utilisé lors de l'entretien technique.
Outils / Outillages	1	• 1 support de stockage de données amovible ou dématérialisé • 1 calculatrice par candidat • feuilles de papier vierge, surligneurs et stylos	1	1 calculatrice par membre du jury

ANNEXE 2

CORRESPONDANCES DU TP

Le titre professionnel Manager d'unité marchande est composé de certificats de compétences professionnelles (CCP) dont les correspondances sont :

	Manager d'univers marchand		**Manager d'unité marchande**
CCP	Développer la dynamique commerciale d'un univers marchand	CCP	Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal
CCP	Gérer les résultats économiques d'un univers marchand	CCP	Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande
CCP	Manager l'équipe d'un univers marchand	CCP	Manager l'équipe de l'unité marchande

Annexe 3

Glossaire des modalités d'évaluation du référentiel de certification (RC)

Mise en situation professionnelle

Il s'agit d'une reconstitution qui s'inspire d'une situation professionnelle représentative de l'emploi visé par le titre. Elle s'appuie sur le plateau technique d'évaluation défini dans l'annexe 1 du référentiel d'évaluation.

Présentation d'un projet réalisé en amont de la session

Lorsqu'une mise en situation professionnelle est impossible à réaliser, il peut y avoir présentation d'un projet réalisé dans le centre de formation ou en entreprise. Dans cette hypothèse, le candidat prépare ce projet en amont de la session. Dans ce cas, la rubrique « Informations complémentaires concernant la présentation du projet réalisé en amont de la session » mentionne en quoi consiste ce projet.

Entretien technique

L'entretien technique peut être prévu par le référentiel d'évaluation. Sa durée et son périmètre de compétences sont précisés. Il permet si nécessaire d'analyser la mise en situation professionnelle et/ou d'évaluer une (des) compétence(s) particulière(s).

Questionnaire professionnel

Il s'agit d'un questionnaire écrit passé sous surveillance. Cette modalité est nécessaire pour certains métiers lorsque la mise en situation ne permet pas d'évaluer certaines compétences ou connaissances, telles des normes de sécurité. Les questions peuvent être de type questionnaire à choix multiples (QCM), semi-ouvertes ou ouvertes.

Questionnement à partir de production(s)

Il s'agit d'une réalisation particulière (dossier, objet…) élaborée en amont de la session par le candidat, pour évaluer certaines des compétences non évaluables par la mise en situation professionnelle. Elle donne lieu à des questions spécifiques posées par le jury. Dans ce cas, la rubrique « Informations complémentaires concernant le questionnement à partir de production(s) » mentionne en quoi consiste/nt cette/ces production(s).

Entretien final

Il permet au jury de s'assurer, que le candidat possède :
La compréhension et la vision globale du métier quel qu'en soit le contexte d'exercice ;
La connaissance et l'appropriation de la culture professionnelle et des représentations du métier.
Lors de l'entretien final, le jury dispose de l'ensemble du dossier du candidat, dont son dossier professionnel.

****