

Animer à distance une équipe de managers de point de vente

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse :
- **Tous les domaines liés à la mode et au luxe :**
 - **Textile**
 - **Maroquinerie**
 - **Cosmétiques**
 - **Horlogerie / Joaillerie**
 - **Accessoires**
 - **Habillement**
 - **Commerce**
 - **Art de vivre**

Tout public, salarié comme demandeur d'emploi

Code(s) NAF : **85.59A**
Code(s) NSF : **312**, **241**, **242p**
Code(s) ROME : **M1704**, **D1501**, **D1301**, **D1214**, **D1406**
Formacode : **34561**

Date de création de la certification : **15/06/2018**

Mots clés : **Animation**, **RESEAUX**, **management**, **retail**

Identification

Identifiant : **3637**

Version du : **19/07/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **N/A**

Non formalisé :

- [Le bien-être en boutique, RMS \(3ème édition, 2018\)](#)
- [Les mots clés du luxe : émotion et lien personnalisé](#)
- [Observatoire de la consommation 2018](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Monter en compétences des responsables de réseau de points de vente sur l'animation à distance de ses managers de points de vente.

emmener son équipe de managers grâce à sa vision stratégique du réseau de points de vente
organiser le travail de chacun en priorisant et planifiant efficacement les tâches récurrentes
visiter efficacement les points de vente de son réseau
communiquer à distance en individuel et collectif avec ses managers

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- aucun

Descriptif général des compétences constituant la certification

A1. Définition d'une stratégie collective pour le réseau de point de vente

Construire la stratégie du fonctionnement des responsables en tenant compte des objectifs de sa direction et du fonctionnement de l'équipe.

Public visé par la certification

- Tous les salariés du secteur de la vente à distance et en magasin

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de donner du sens à la mission de ses managers de point de vente afin de les fédérer et de garantir leur bonne participation à la performance du réseau de point de vente.

A partir de la stratégie commerciale déterminée par son entreprise, des objectifs commerciaux fixés pour le réseau de points de vente et des règles de fonctionnement définies au sein de son réseau, le responsable de managers de point de vente est capable de construire la stratégie commerciale de son réseau de points de vente et le plan d'action opérationnel qui en découle. Il a les outils nécessaires pour le faire, tout en respectant les valeurs et l'ADN de la marque. Il sait utiliser un vocabulaire et une gestuelle qui suscitent l'adhésion de son équipe de managers lorsqu'il les partage oralement avec elle pour les engager.

A2. Analyse de la répartition du temps de travail

Élaborer un planning organisationnel afin d'optimiser l'organisation de son temps de travail.

L'objectif pour le responsable du réseau de points de vente est de déterminer une organisation de son temps de travail optimum, en particulier grâce à une meilleure anticipation. Cela lui permettra d'identifier ses priorités et de réduire les urgences, afin de dédier un temps important au développement des compétences de son équipe de managers et au développement de projets structurants pour le réseau de points de vente.

A partir de la législation du travail, du calendrier commercial déterminé par l'entreprise et des objectifs prévisionnels d'activité, le responsable de réseau de points de vente est capable d'élaborer sa propre planification des tâches. Il sait s'adapter aux objectifs à atteindre et à la fluctuation de l'activité, pour prioriser ses tâches à effectuer et celles de son équipe de managers. Il est capable de déléguer les tâches en fonction de l'importance et de l'urgence de chacune et d'identifier les managers responsables de l'exécution de chaque tâche pour optimiser son propre temps.

A3. Réalisation d'une visite de point de vente

Accompagner le manager dans le développement de ses compétences et des objectifs de son point de vente

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de responsabiliser ses managers sur le développement de leurs compétences managériales et de la performance commerciale de leur point de vente, grâce à une approche participative et valorisante de coaching de situation, et à la mise en place d'accompagnements courts et concrets, afin de les rendre plus performants plus rapidement.

A partir de l'observation de situations managériales en point de vente lors d'une visite, le responsable de réseau de points de vente est capable d'analyser et faire ressortir les compétences acquises et les compétences manquantes de son manager. Il est également capable d'accompagner le manager dans l'analyse des performances de son point de vente et l'élaboration d'un plan d'action. Il sait apporter des conseils pertinents au manager, pour l'accompagner en palliant les manques et est capable de mettre en place un plan

d'accompagnement. Il connaît la posture à prendre pour permettre au manager d'être proactif sur l'auto-analyse de ses compétences managériales et commerciales et sur les solutions de développement à identifier, tout en le valorisant. Il sait quels outils potentiels il peut utiliser pour suivre l'accompagnement de ses managers afin de les développer de manière durable.

A4. Communication à distance

Préparer et animer des réunions téléphoniques participatives et valorisantes avec ses managers de point de vente.

L'objectif pour le responsable de réseau points de vente est de trouver les moyens de tirer parti des réunions téléphoniques régulières avec ses managers de point de vente pour les fédérer, les motiver et développer leur compétences. Cela contribuera également à développer la performance commerciale.

Le responsable de réseau de points de vente est capable de concevoir un point téléphonique avec son équipe à partir d'un ordre du jour identifié à l'avance et transmis à ses managers. Il sait comment l'animer de manière participative, factuelle et structurée afin de susciter l'adhésion de son équipe de managers et de développer leurs compétences. Il déroule des différents thèmes à aborder (analyse de la performance, objectifs à atteindre, moyens pour les atteindre, arrivée de la nouvelle collection, merchandising, opération commerciale...) en donnant la parole à ses managers pour qu'eux même présentent leurs résultats et donnent leurs avis sur certains points de l'ordre du jour afin de les fédérer et de les engager.

Modalités générales

La durée de la formation menant à la certification est de 28 heures.

La répartition dans le temps est adaptée en fonction des besoins du client.

La certification se compose des activités suivantes :

A1. Définition d'une stratégie collective pour le réseau de point de vente

Analyse de la situation du réseau de point de vente.

Analyse des objectifs quantitatifs transmis par sa direction.

Réalisation de relances auprès de l'équipe sur les objectifs à atteindre.

Organisation du travail et répartition des tâches entre les membres de l'équipe.

Animation de réunions pour transmettre la stratégie de son réseau.

A2. Analyse de la répartition du temps de travail

Identification de ses tâches, de leur récurrence et de leur durée.

Identification de ses priorités par rapport aux objectifs de la direction.

Réalisation d'une projection de ses activités à trois mois.

A3. Réalisation d'une visite de point de vente

Définition des règles de la visite de point de vente.

Préparation de la visite de point de vente.

Identification des actions à mettre en place avec le manager de point de vente.

Développement des compétences des managers de point de vente lors de la visite.

Formalisation de la visite de point de vente.

A4. Communication à distance

Définition des règles de communication à distance.

Identification des moyens de communication à distance et de leurs usages.

Identification et utilisation des leviers de motivation des membres de son équipe.
Animation des équipes grâce à des outils de communication à distance.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Montée en compétence dans le secteur.
Meilleure employabilité.
Gestion de son organisation de travail.
Création de lien personnalisé avec le client.
Validation certifiante des acquis.

Pour l'entité utilisatrice

Montée en compétence de l'équipe.
Homogénéisation des compétences.
Contribution au développement de la performance.
Valorisation de la marque employeur.
Engagement, motivation des équipes.
Identification des profils à haut potentiel.

Evaluation / certification

Pré-requis

Détenir une première expérience de management d'équipe de vente.

Compétences évaluées

L'ensemble des compétences sont évaluées.

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

N/A

Centre(s) de passage/certification

- Au sein de RMS ou au sein de l'entreprise cliente

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : oui

Étendue de la certification partielle :
Permanente

Durée de validité des composantes acquises :
Permanente

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :
24 mois

Matérialisation officielle de la certification :
Certificat de compétences

Plus d'informations

Statistiques

Statistiques sur les 3 dernières années : 61 candidats ont été formés à tout ou partie de la formation menant à la certification en 2015, 75 en 2016 et plus de 100 en 2017.

Autres sources d'information

<https://www.retailmanagementservices.fr/fr/formation/>