

5 - REFERENTIELS

MANAGER UNE EQUIPE D'UN POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>ORGANISATION ET ANIMATION DES EQUIPES</p> <p>Le manager de rayon à une fonction managériale et est amené à organiser et animer des équipes quelle que soit sa position et son statut dans l'entreprise, la taille et l'organisation de la structure avec la présence ou non des fonctions supports RH d'un siège</p> <p>Selon ces critères, l'autonomie du manager de rayon/vente est variable : Il/elle travaille seul(e) avec son équipe ou sous la responsabilité d'un(e) responsable de secteur, d'un(e) directeur(rice) de magasin et en transversalité avec les autres départements.</p>	<p>Dans un contexte de turn-over très fréquent recruter les candidats et assurer leur intégration afin d'optimiser leur expérience professionnelle dans la structure</p> <p>Organiser l'équipe du point de vente/rayon en intégrant les compétences de chacun et les particularités de l'environnement commercial (organisation par objectifs, réactivité accrue ...), dans le but de rendre efficace l'organisation de travail</p> <p>Élaborer et gérer le planning de l'équipe dans le respect du droit social applicable au secteur (logiciel de gestion de planning) pour garantir la répartition des tâches</p> <p>Fédérer des équipes afin de créer une synergie dans un contexte professionnel en mouvements constants</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>A partir de la situation d'une entreprise fictive à caractère exceptionnel (décès, maladie grave...), il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablir la fiche de poste en vue du remplacement - Définir le process d'intégration - Communiquer à l'équipe la nouvelle organisation et les nouveaux plannings 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les items de La fiche de poste permettent de sélectionner efficacement des CV ✓ La procédure d'intégration décrite correspond aux spécificités du point de vente/rayon. ✓ Les tâches à effectuer et les compétences associées sont définies et planifiées en fonction de l'activité. ✓ Les méthodes et outils de communication sont adaptés à la situation de management à traiter. ✓ Le style de management choisi (collectif et individuel) est adapté à la situation et aux interlocuteurs.

MANAGER UNE EQUIPE D'UN POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>ADMINISTRATION DU PERSONNEL DANS LE RESPECT DE LA LEGISLATION</p> <p>Selon la nature, la taille et l'organisation de la structure le manager de rayon participe à l'administration du personnel avec la présence ou non des fonctions supports RH d'un siège.</p>	<p>Instruire les documents relatifs à l'administration du personnel en utilisant les outils bureautiques et en respectant le code du travail et la convention collective en vigueur</p> <p>Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail</p> <p>Suivre les procédures liées au disciplinaire et à la rupture de contrats afin d'éviter les recours au Conseil de Prud'hommes</p>	<p>Mises en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>1/ A partir d'une situation d'arrivée d'un nouveau collaborateur dans une entreprise fictive, il est demandé au candidat d'établir un contrat de travail.</p> <p>2/ A partir de la situation d'un collaborateur qui n'a pas respecté le règlement intérieur, dans une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les fautes du collaborateur grâce au règlement intérieur - Mettre fin à un contrat de travail avec la législation et la réglementation en vigueur 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les documents liés à l'administration du personnel sont établis en conformité avec la législation et la réglementation en vigueur. ✓ La planification des ressources humaines est en rapport avec l'activité et respecte le cadre légal. ✓ La gestion d'un dossier conflictuel respecte les étapes légales et la sanction envisagée est adaptée à la situation.

SUIVRE L'ACTIVITE COMMERCIALE D'UN POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>EVALUATION DE L'ATTEINTE DE SES OBJECTIFS</p> <p>Le manager de rayon réalise le suivi de l'activité commerciale avec différents outils (méthodologiques et bureautiques) selon la taille de la structure.</p> <p>Il/elle travaille dans tous les cas sous la responsabilité d'un supérieur (directeur de vente, commercial, de secteur, de magasin ...) dans l'évaluation de l'atteinte de ses objectifs.</p> <p>Son niveau d'initiative quant à l'atteinte des objectifs commerciaux peut être plus moins important selon l'organisation de travail dans laquelle il opère.</p> <p>Il/elle travaille seul(e) avec son équipe ou sous la responsabilité d'un(e) responsable de secteur, d'un(e) directeur(rice) de magasin et en transversalité avec les autres départements.</p>	<p>Calculer les différents indicateurs de performance (coûts, charges, marges, les seuils, ratios...) à l'aide d'outils bureautiques et dans l'optique d'évaluer les actions menées sur une période donnée</p> <p>Dans une démarche d'amélioration continue, réaliser des reportings et des tableaux de suivi d'activité afin de mettre en place des mesures correctives</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>A partir de données chiffrées concernant l'activité commerciale d'une entreprise fictive-il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser et analyser le suivi quantitatif - Etablir des propositions de mesures correctives 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les indicateurs choisis par rapport aux objectifs fixés sont cohérents. ✓ Les méthodes de calcul des indicateurs de performance et leurs résultats sont justes. ✓ Les tableaux de bord établis à l'aide d'un tableur sont clairs et lisibles. ✓ Les 2 propositions d'actions correctives utilisent la méthode SMART (Simple, Mesurable, Accepté, Réaliste, délimité dans le Temps).

SUIVRE L'ACTIVITE COMMERCIALE D'UN POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>GESTION DES STOCKS ET DES FLUX</p> <p>Le manager de rayon supervise la gestion des stocks grâce à des outils bureautiques et/ou de gestion. Il/elle travaille dans tous les cas sous la responsabilité d'un supérieur (directeur de vente, commercial, de secteur, de magasin ...). Son niveau d'initiative quant à la gestion des stocks peut être plus moins important selon l'organisation de travail dans laquelle il opère. Il/elle travaille seul(e) avec son équipe ou sous la responsabilité d'un(e) responsable de secteur, d'un(e) directeur(rice) de magasin et en transversalité avec les autres départements.</p>	<p>Calculer les différents indicateurs (taux de rotation, stock moyen, taux de couverture, stock final...)</p> <p>Superviser la gestion des stocks et des flux (outil de gestion, cadenciers, fiches de stocks, inventaire ...) en veillant au respect des clauses contractuelles</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>A partir de données chiffrées d'un point de vente/rayon d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat d'élaborer un outil de gestion des stocks.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les méthodes de calcul et résultats sont corrects (taux de rotation, taux de couverture, stock final...). ✓ Les mouvements de stocks et des flux sont correctement retracés. ✓ Les démarques connue et inconnue sont justes.

SUIVRE L'ACTIVITE COMMERCIALE D'UN POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>SUIVI DE LA RELATION CLIENT</p> <p>Le manager de rayon suit le degré de satisfaction de sa clientèle en utilisant différents outils (enquêtes, sondages...), et met en place des mesures correctives et des actions de fidélisation.</p>	<p>Analyser des enquêtes de satisfaction à l'aide d'outils bureautiques avec pour buts de maximiser les ventes et fidéliser la clientèle</p> <p>Dans un environnement marchand concurrentiel, gérer les insatisfactions et les litiges, afin de garantir la qualité de la relation client</p> <p>Optimiser la relation client au sein de son point de vente/ rayon à l'aide d'un outil de gestion de la relation client (GRC)</p> <p>Développer une stratégie de fidélisation de son portefeuille clients par des actions commerciales omnicanales ciblées, dans le respect de la politique commerciale et de l'éthique de l'entreprise</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>A partir de résultats d'enquête de satisfaction d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrire une méthode de suivi de la relation client - Définir un process de traitement des litiges - Proposer une action de fidélisation 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'analyse des enquêtes de satisfaction client est regroupée dans une matrice « attente-satisfaction ». ✓ La technique de communication choisie permet la résolution du litige. ✓ L'action de fidélisation proposée est pertinente et évaluée financièrement.

PROMOUVOIR SON POINT DE VENTE/RAYON

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>REALISATION ET OPTIMISATION DU MARCHANDISAGE</p> <p>Les activités d'un manager de rayon relèvent d'une fonction marketing et commerciale.</p> <p>Le manager de rayon est amené à les réaliser ou à y participer quelle que soit sa position et son statut dans l'entreprise, la taille et l'organisation de la structure avec la présence ou non des fonctions supports siège marketing, communication, commercial.</p> <p>Selon ces critères, l'autonomie du manager de rayon est variable :</p> <p>Il/elle travaille seul(e) avec son équipe ou sous la responsabilité d'un(e) responsable de secteur, d'un(e) directeur(rice) de magasin et en transversalité avec les autres départements.</p> <p>Il s'appuie sur des ressources méthodologiques et bureautiques pour mener à bien ces activités.</p>	<p>Bâtir le plan d'implantation des produits dans le respect des consignes de merchandising afin de développer l'attractivité des produits et des ventes</p> <p>Organiser la signalétique, le balisage et la théâtralisation des produits en fonction de la clientèle ciblée dans le but d'optimiser ses ventes</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel, à l'écrit</p> <p>A partir de la situation d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bâtir un nouveau plan d'implantation des produits dans le respect des contraintes externes et internes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'implantation des produits, est rigoureuse et en cohérence avec les objectifs commerciaux, la clientèle cible et l'implantation géographique. ✓ Les aspects essentiels du merchandising sont étudiés (vitrine, agencement, assortiment, ambiance, publicité sur le lieu de vente).