

## Processus de certification

### 1- Appréciation des compétences

Chaque modalité d'évaluation décrite ci-dessous donne lieu à l'examen des compétences par une évaluation de type compétence « présumée validée » ou « présumée non validée ».

A l'issue des évaluations (mises en situation professionnelles réelles reconstituées, mémoire professionnel et Business Game), les jurys et correcteurs d'épreuves complètent une fiche récapitulative comportant les résultats et leurs justifications à destination des membres du jury du grand oral, décisionnaire en matière d'octroi de la certification professionnelle.

### 2- L'expérience professionnelle

L'expérience professionnelle donne lieu à des comptes rendus d'activités professionnelles réalisés par le candidat à la certification. Ces 4 comptes rendus portent sur chacun des blocs constitutifs de la certification (un compte rendu par bloc de compétences). Ils sont évalués par le tuteur entreprise (ou maître d'apprentissage) du candidat et/ou le référent de la certification professionnelle en centre de formation à l'occasion du second suivi en entreprise, si la formation est suivie par le candidat par le biais d'un contrat d'alternance.

Ces comptes rendus donnent lieu à l'évaluation des compétences professionnelles par une évaluation de type compétence « présumée validée » ou « présumée non validée ». Une fiche récapitulative comportant les résultats et leurs justifications est complétée à destination du jury du grand oral, décisionnaire en matière d'octroi de la certification professionnelle.

L'expérience professionnelle sert aussi de cadre à l'évaluation des compétences transversales par domaine (commercial, comportemental, managérial, organisationnel, technique, linguistique), voir tableau ci-après, selon un total de 20 critères. Celles-ci sont évaluées par le candidat lui-même (auto-évaluation) et par son référent en entreprise (tuteur ou maître d'apprentissage). La fiche d'évaluation des compétences transversales est transmise au jury du grand oral qui doit confirmer la validation d'au moins 4 domaines de compétences transversales (dont le domaine managérial) pour l'octroi de la certification professionnelle.

### 3- L'employabilité

Un livret d'employabilité est constitué par le candidat sous un format numérique et composé de plusieurs rubriques :

- Présentation (identité et coordonnées, valeurs personnelles, test de personnalité professionnelle, personal branding et réseaux sociaux),
- Parcours (de formation, professionnel, activités extra-professionnelles),
- Compétences (métiers, transversales, interpersonnelles, informatiques et digitales, linguistiques),
- Projet professionnel (ambitions, motivations, plan d'actions),
- Curriculum vitae,

Ce livret prend la forme d'un site web personnel ayant pour but de démontrer l'employabilité du candidat lors de son passage devant le jury du grand oral. Le candidat peut faire le choix d'intégrer à ce site tout élément qu'il juge utile pour démontrer sa capacité à occuper le poste ciblé.

#### 4- Le grand oral

Le candidat présente au jury de grand oral son livret d'employabilité pendant une durée maximale de 20 min, s'ensuit un échange avec le jury sur les éléments présentés et tout autre aspect professionnel que le jury souhaite approfondir, pendant un maximum de 30 min.

A l'issue de l'échange et après délibération, le jury évalue de manière définitive toutes les compétences, en statuant sur le fait qu'elles sont acquises ou non acquises. En effet, son rôle porte sur :

- Toutes les compétences professionnelles constitutives de chacun des blocs ainsi que la validation des blocs de compétences eux-mêmes. Le seuil minimal à atteindre étant de 4 compétences professionnelles validées sur 6 pour le bloc 1, de 3 compétences professionnelles validées sur 5 pour le bloc 2, de 3 compétences professionnelles validées sur 5 pour le bloc 3, de 4 compétences professionnelles validées sur 6 pour le bloc 4,
- Les compétences transversales, le seuil minimal à atteindre étant la validation d'au moins 4 domaines de compétences transversales sur 6, dont le domaine managérial

Enfin le jury de Grand Oral atteste que sont démontrés :

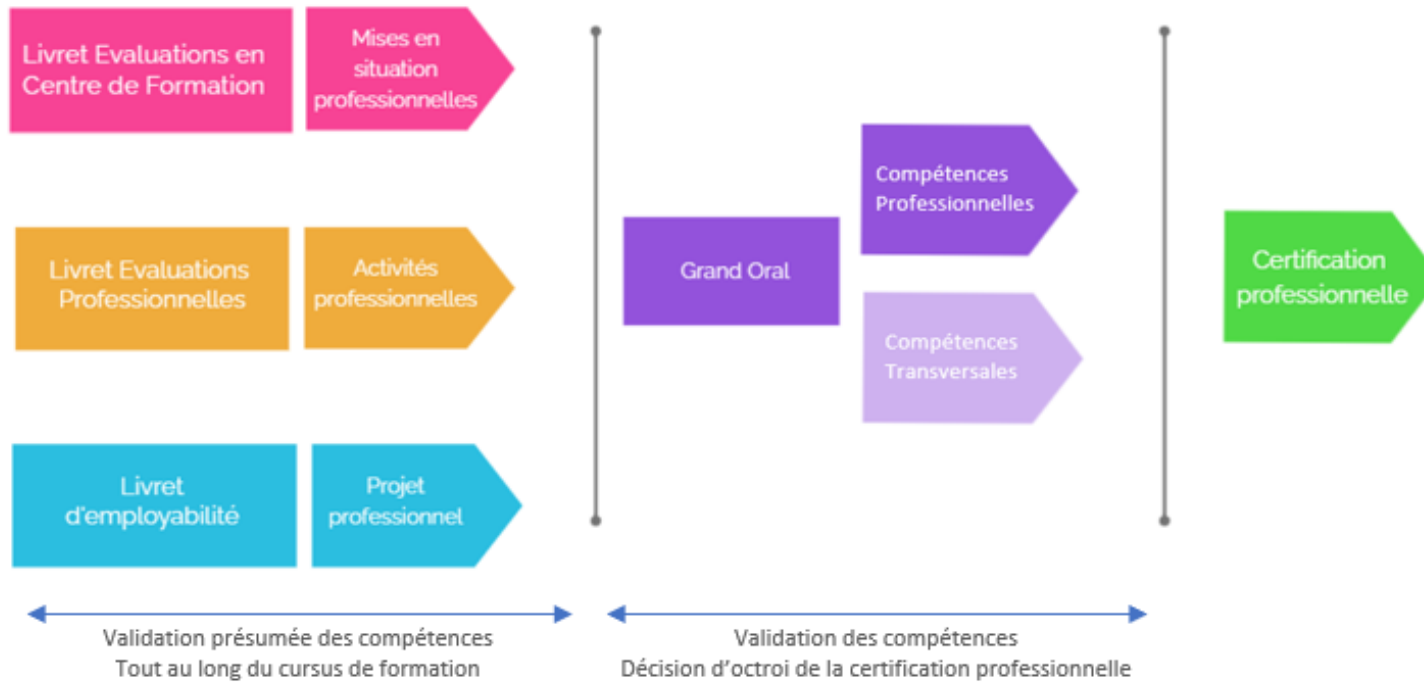
- La complexité des savoirs associés à l'exercice de l'activité professionnelle
- Le niveau des savoir-faire, qui s'apprécie notamment en fonction de la complexité et de la technicité d'une activité dans un processus de travail
- Le niveau de responsabilité et d'autonomie au sein de l'organisation de travail correspondent à une certification professionnelle de niveau 6

Et que le candidat a donné les preuves de sa capacité à :

- Organiser son travail dans des environnements complexes et changeants
- Concevoir et organiser des processus de travail
- Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe

Après la complétion de ces éléments, le jury de grand oral peut juger de la délivrance de la certification professionnelle au candidat. Il est seul décisionnaire en matière d'octroi de la certification professionnelle. Il peut délivrer la certification dans son intégralité, décider d'une validation partielle (qui donnera lieu à la délivrance d'un certificat par bloc de compétences obtenu), ou ne pas attribuer la certification. Il doit communiquer des éléments explicatifs dans les deux derniers cas et donner des axes d'amélioration au candidat, notamment s'il souhaite se présenter à une autre session de la certification.

Schéma récapitulatif :



Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

B1 - Optimiser l'organisation et la gestion d'un espace de vente

B1 - Optimiser l'organisation et la gestion d'un espace de vente			
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 Nomenclature : Critère + Nro Bloc + Nro Compétence + Nro critère
<p>Les activités du Manager, qu'il soit dans le secteur de la grande distribution ou dans le commerce de détail, consistent à l'optimisation et la gestion de l'espace commercial, elles portent sur :</p> <p><b>A1.1-</b> La dynamisation de la surface de vente par la mise en œuvre d'animations commerciales, y compris la communication de celles-ci</p>	<p><b>B1 / C1 :</b> Mettre en œuvre des animations commerciales et les promouvoir en exploitant la communication commerciale du point de vente par des techniques et outils de communication média et hors média (catalogue, affiches, etc) dans une logique brand content et content marketing appropriés afin de dynamiser l'espace commercial</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle réelle reconstituée E1</u> <u>Bloc 1 / Compétences 1 + 2</u></p> <p>Le cas-sujet de la mise en situation se base sur des demandes telles que les candidats pourraient en recevoir en situation réelle en lien avec l'optimisation et la gestion d'un espace de vente.</p> <p>Travail de groupe de 2 à 3 candidats maximum avec restitution orale commune aux candidats de l'équipe devant un jury composé de 3 personnes (un intervenant du bloc 1 et deux professionnels).</p> <p>A partir d'un cas d'entreprise, il est demandé aux candidats de présenter un rapport d'analyse comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des recommandations en termes de valorisation des produits et de merchandising</li> </ul>	<p><b>CR 1.1.1-</b> La démarche Brand Content est exploitée : cible, positionnement de la marque, benchmark</p> <p><b>CR 1.1.2-</b> Les animations commerciales sont suivies et analysées (les objectifs sont identifiés, les indicateurs suivis, les résultats analysés)</p> <p><b>CR 1.1.3-</b> Les outils de créations de communication commerciale sont appropriés, exploités et justifiés au regard des objectifs poursuivis</p> <p><b>CR 1.1.4-</b> Les contenus créés sont cohérents et s'inscrivent dans la stratégie de l'enseigne</p>
<p><b>A1.2-</b> Le développement de l'attractivité du point de vente par la mise en scène des produits, le suivi des indicateurs de résultats du positionnement des produits</p>	<p><b>B1 / C2 :</b> Valoriser les produits et appliquer les règles d'agencement et de merchandising du point de vente pour en renforcer l'attractivité en respectant les nouvelles tendances de consommation (comme les produits durables, vente sans emballage) et suivre les performances des actions (KPI)</p>		<p><b>CR 1.2.1-</b> Les règles d'agencement et de merchandising sont appliquées</p> <p><b>CR 1.2.2-</b> Des indicateurs clés et ratios de performance sont présentés et exploités</p> <p><b>CR 1.2.3-</b> Les tendances de consommation sont connues et exploitées</p>

<p><b>A1.3-</b> Le respect de l'application des règles de sécurité et de la réglementation en vigueur, y compris dans le cadre de la prise en compte de la diversité des publics</p>	<p><b>B1 / C3 :</b> Veiller à la sécurité et au respect de la réglementation en analysant les dangers pour définir les bonnes pratiques appropriées sur le principe de la responsabilisation de l'entreprise et de la diversité des publics</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des recommandations en termes d'animation et de communication commerciale</li> </ul> <p>Les recommandations seront justifiées au regard d'un diagnostic préalablement établi, elles seront objectivées, suivies par des indicateurs spécifiques, ...</p> <p>Les candidats s'appuieront sur les données transmises dans le cas, complété par des recherches documentaires, visites de points de vente, etc...</p>	<p><b>CR 1.3.1-</b> Les obligations en matière de sécurité sont connues et respectées</p> <p><b>CR 1.3.2-</b> La réglementation applicable est connue et respectée, y compris la prise en compte de la diversité des publics, notamment en situation de handicap</p> <p><b>CR 1.3.3-</b> Les dangers sont repérés et analysés, les bonnes pratiques sont définies</p>
<p><b>A1.4-</b> La participation aux approvisionnements en définissant la gamme en fonction de la cible et des tendances du marché</p>	<p><b>B1 / C4 :</b> Participer aux achats en procédant à une analyse fonctionnelle des besoins pour y inclure les fournisseurs locaux et proposer une offre adaptée aux tendances de consommation</p>	<p>Le rapport d'analyse sera présenté de manière collective sous la forme d'un diaporama pendant une durée maximale de 30 min. S'ensuivra un passage individuel de chacun des membres du groupe de candidats de 10 min dans le but de <b>garantir l'individualisation de la validation présumée des compétences concernées.</b></p> <p>Le jury jouera le rôle du décisionnaire en matière de réalisation des recommandations proposées.</p>	<p><b>CR 1.4.1-</b> Un cahier des charges fonctionnel à destination des fournisseurs est réalisé</p> <p><b>CR 1.4.2-</b> Le processus d'évaluation des fournisseurs est connu et mis en œuvre correctement</p> <p><b>CR 1.4.3-</b> La technique de négociation d'achat est connue et utilisée de manière appropriée</p>
<p><b>A1.5-</b> La participation aux approvisionnements du point de vue logistique y compris dans une logique de développement durable</p>	<p><b>B1 / C5 :</b> Intégrer les différentes approches logistiques de la supply chain via des outils de e-logistique (WMS – Warehouse Management System, TMS – Transport Management System), dans un contexte omnicanal, y compris les mobilités douces, pour trouver des leviers d'optimisation dans une logique RSE</p>	<p style="text-align: center;"><u>Mise en situation professionnelle réelle reconstituée E2</u> <u>Bloc 1 / Compétences 3 + 4 + 5 + 6</u></p> <p>Etude de cas écrite individuelle – 3h30</p> <p>Le sujet support de l'étude de cas est une mise en situation professionnelle écrite dont le contexte et la situation peuvent s'inspirer d'un</p>	<p><b>CR 1.5.1-</b> Les approches logistiques de la supply chain sont connues y compris les outils de la e-logistique</p> <p><b>CR 1.5.2-</b> Les KPI logistiques sont connus, exploités et analysés pour définir des axes de progrès</p> <p><b>CR 1.5.3-</b> Des leviers d'optimisation de la logistique sont identifiés, dans le cadre d'une démarche RSE</p>

<p><b>A1.6-</b> La gestion du stock et la valorisation des invendus dans les principes de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire</p>	<p><b>B1 / C6 :</b> Gérer le stock et valoriser les invendus par la mobilisation des filières de recyclage (économie circulaire, plateformes de collecte, circuits de recyclage, etc) pour réduire les sources de gaspillage dans le respect de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire</p>	<p>cas réel en lien avec l'optimisation et la gestion d'un espace de vente.</p> <p>Le candidat devra mobiliser ses compétences et démontrer sa capacité à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Comprendre une situation</li> <li>· Utiliser des ressources de manière pertinente</li> <li>· Mobiliser ses connaissances en matière de sécurité et de respect de la réglementation, de supervision des approvisionnements (achats et logistique) et de valorisation des invendus</li> <li>· Amener des solutions argumentées à la situation professionnelle présentée initialement</li> </ul> <p>La mise en situation E2 sera évaluée par un intervenant du bloc 1 et pourra faire l'objet d'une évaluation croisée pour en garantir l'objectivité.</p>	<p><b>CR 1.6.1-</b> Les performances du stock sont identifiées</p> <p><b>CR 1.6.2-</b> La data est exploitée au service de la gestion du stock</p> <p><b>CR 1.6.3-</b> Les principes de l'économie circulaire sont connus et exploités</p>
---	---	--	--

Validation partielle : Dans l'hypothèse où la certification professionnelle ne serait pas validée dans son intégralité, un certificat sera délivré à l'issue de la validation du 1<sup>er</sup> bloc de compétences

B2 - Développer une culture de la personnalisation client pour le fidéliser			
REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
<i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			Nomenclature : Critère + Nro Bloc + Nro Compétence + Nro critère
<p>Les activités du Manager, qu'il soit dans le secteur de la grande distribution ou dans le commerce de détail, consistent au développement de la culture de la personnalisation client pour le fidéliser,</p> <p>Elles portent sur :</p> <p><b>A2.1-</b> La mise en place d'une démarche Customer Centric par une connaissance et une analyse des attentes clients</p>	<p><b>B2 / C1 :</b> Adopter une démarche Customer Centric et instaurer une culture de la personnalisation client en utilisant des techniques spécifiques (comme élaborer des persona pour connaître son client et susciter son intérêt) et en mesurant la satisfaction afin de l'analyser</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle réelle reconstituée E3</u> <u>Bloc 2 / Compétences 1 + 2 + 3 + 4 + 5</u></p> <p>Le cas-sujet de la mise en situation se base sur des demandes telles que le candidat pourrait en recevoir en situation réelle en lien avec le développement de la culture client et la fidélisation. Le cas-sujet sera transmis au candidat 3 semaines avant la date prévue de la mise en situation professionnelle pour préparation.</p> <p>Travail individuel avec restitution orale de 40 min devant un jury composé de 3 personnes (un intervenant du bloc 2 et deux professionnels).</p> <p>Le candidat devra mobiliser ses compétences et démontrer sa capacité à :</p>	<p><b>CR 2.1.1-</b> La démarche Customer Centric est initiée</p> <p><b>CR 2.1.2-</b> Des outils spécifiques sont employés de manière appropriée</p> <p><b>CR 2.1.3-</b> La satisfaction client est mesurée et analysée</p>

<p><b>A2.2-</b> La définition d'axes d'amélioration de l'expérience client (CX omnicanal) et la mise en œuvre d'outils digitaux</p>	<p><b>B2 / C2 :</b> Introduire des solutions digitales dans l'acte de vente en employant de nouvelles pratiques (digital in store, mobilier connecté, aménagement technologique du point de vente, etc), pour répondre aux tendances de consommation et en estimer le ROI / ROE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre une situation</li> <li>• Utiliser des ressources de manière pertinente</li> <li>• Mobiliser ses connaissances et émettre des recommandations en matière de culture de la personnalisation client et de fidélisation (démarche Customer Centric, solutions digitales dans l'acte de vente, générer du trafic en magasin, techniques de fidélisation, instaurer une relation de qualité après la vente)</li> <li>• Amener des solutions argumentées à la situation professionnelle présentée initialement</li> </ul>	<p><b>CR 2.2.1-</b> Les tendances de consommation de la cible sont connues et analysées</p> <p><b>CR 2.2.2-</b> Des solutions digitales appropriées sont préconisées</p> <p><b>CR 2.2.3-</b> Le retour sur investissement et le retour sur les attentes clients sont mesurés</p>
<p><b>A2.3-</b> La génération d'une hausse de trafic en magasin par l'utilisation d'outils spécifiques digitaux, dans le respect des tendances de consommation</p>	<p><b>B2 / C3 :</b> Générer du trafic en magasin au moyen d'outils digitaux en favorisant le web-to-store, y compris en communiquant autour de l'empreinte écologique des produits : digital to store (expérience magasin, retailtainment, web-couponing, QR codes, click and collect, geofencing et beacons, etc)</p>	<p>Les recommandations seront justifiées au regard d'un diagnostic préalablement établi, elles seront objectivées, suivies par des indicateurs spécifiques, ...</p> <p>Les candidats s'appuieront sur les données transmises dans le cas, complétées par des recherches documentaires.</p>	<p><b>CR 2.3.1-</b> Des outils de web-to-store pertinents sont employés</p> <p><b>CR 2.3.2-</b> Les messages véhiculés sont justifiés au regard des attentes de la cible</p> <p><b>CR 2.3.3-</b> L'évolution du trafic en magasin est mesurée et analysée</p>
<p><b>A2.4-</b> L'instauration d'une relation pérenne avec le client en le fidélisant</p>	<p><b>B2 / C4 :</b> Maintenir une relation durable avec le client pour le fidéliser en mettant en œuvre des techniques appropriées : actions de fidélisation et clienteling</p>	<p>Le candidat présentera ses recommandations sous la forme d'un diaporama.</p> <p>Le jury jouera le rôle du décisionnaire en matière de réalisation des recommandations proposées.</p>	<p><b>CR 2.4.1-</b> Des actions de fidélisation sont déployées et justifiées</p> <p><b>CR 2.4.2-</b> Le process de fidélisation est suivi par des indicateurs spécifiques et analysé (ROI)</p> <p><b>CR 2.4.3-</b> Une communication différenciée est instaurée pour favoriser l'engagement du client</p>



<p><b>A2.5-</b> Le maintien d'une relation de qualité après la vente</p>	<p><b>B2 / C5 :</b> Proposer un service client réactif (en traitant les demandes et avis clients) et proactif pour garantir l'accès à un service après-vente performant (devancer les demandes récurrentes, repérer les signes d'insatisfaction, surveiller la e-réputation, ...)</p>		<p><b>CR 2.5.1-</b> Les réclamations client sont traitées de manière appropriée</p> <p><b>CR 2.5.2-</b> Un service client proactif est mis en œuvre</p> <p><b>CR 2.5.3-</b> Une analyse de la e-réputation est menée grâce à des outils de social media monitoring ou social media listening</p>
<p><u>Validation partielle :</u> Dans l'hypothèse où la certification professionnelle ne serait pas validée dans son intégralité, un certificat sera délivré à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences</p>			

B3 - Animer et manager une équipe pour garantir la performance de l'entreprise			
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 Nomenclature : Critère + Nro Bloc + Nro Compétence + Nro critère
<p>Les activités du Manager, qu'il soit dans le secteur de la grande distribution ou dans le commerce de détail, consistent à animer et manager l'équipe commerciale, elles portent sur :</p> <p><b>A3.1-</b> Développement d'une posture de coach en termes de connaissances client / achat</p>	<p><b>B3 / C1 :</b> Développer une posture de coach de vente / conseils clients pour offrir une expérience d'achat (CX/UX) spécifique en utilisant les techniques appropriées</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle réelle reconstituée E4</u> <u>Bloc 3 / Compétences 1 + 2 + 3</u></p> <p>Le cas-sujet de la mise en situation se base sur des demandes telles que le candidat pourrait en recevoir en situation réelle en lien avec l'animation, le management d'équipe et le recrutement.</p> <p>Travail individuel avec restitution orale de 40 min devant le jury composé de 3 personnes (un intervenant du bloc 3 et deux professionnels).</p>	<p><b>CR 3.1.1-</b> Les techniques de vente / conseils auprès des clients sont maîtrisées et tiennent compte de l'expérience d'achat</p> <p><b>CR 3.1.2-</b> La posture du manager coach est maîtrisée et adaptée</p> <p><b>CR 3.1.3-</b> Les écueils managériaux (inférence, projection) sont maîtrisés</p> <p><b>CR 3.1.4-</b> La posture de coach favorise la capitalisation des savoir-faire et méthodes dans le but de créer une expérience client spécifique</p>
<p><b>A3.2-</b> Animation &amp; stimulation de l'équipe (par la fixation d'indicateurs et la mise en œuvre de la communication pour stimuler l'équipe)</p>	<p><b>B3 / C2 :</b> Animer une équipe en définissant des objectifs, répartissant des tâches, déterminant des indicateurs (avec suivi et analyse) et en communiquant (les enjeux de l'entreprise, échanges sur les réussites et les difficultés) pour stimuler l'équipe dans un climat participatif notamment via des outils collaboratifs</p>	<p>Le candidat devra mobiliser ses compétences et démontrer sa capacité à mener une rencontre managériale ou un entretien de recrutement sous la forme d'un jeu de rôle (situation professionnelle réelle reconstituée).</p> <p>Exemple de type de rencontre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Animation de réunion (de lancement de journée / brief, de reprise d'équipe, lancement d'animation commerciale...)</li> <li>Gestion d'un conflit</li> </ul>	<p><b>CR 3.2.1-</b> Les objectifs de l'équipe, individuels et collectifs sont clairement définis</p> <p><b>CR 3.2.2-</b> Des indicateurs de suivis des activités des membres de l'équipe sont employés et analysés au niveau collectif et individuel</p> <p><b>CR 3.2.3-</b> La communication avec l'équipe est favorisée</p> <p><b>CR 3.2.4-</b> Des processus de travail sont proposés tant au niveau individuel que collectif et réorganisés selon les besoins</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation en vente</li> <li>• Entretien de recrutement</li> <li>• ...</li> </ul> <p>Le candidat disposera d'un temps de préparation de 30 min en loge afin de préparer la situation – sujet. La mise en situation avec le jury jouant le rôle d'un membre de l'équipe ou d'un postulant durera 20 min.</p>	<p><b>CR 3.2.5-</b> Le travail de l'équipe est organisé et adapté aux modifications du volume d'activité pour satisfaire à un environnement complexe et changeant</p>
<p><b>A3.3-</b> Le recrutement et l'intégration des nouveaux salariés dans le respect de la réglementation en vigueur</p>	<p><b>B3 / C3 :</b> Recruter les salariés dans le respect de la réglementation, d'une démarche équitable et éthique afin de répondre aux besoins de l'entreprise en utilisant les outils appropriés (mapping des compétences, grille d'entretien...) et les étapes de l'onboarding</p>	<p>Un échange de 20 min suivra la mise en situation avec tous les membres du jury au cours duquel les compétences C1 + C2 + C3 seront abordées.</p> <p style="text-align: center;"><u>Mise en situation professionnelle réelle reconstituée E5</u> <u>Bloc 3 / Compétences 4 + 5</u></p>	<p><b>CR 3.3.1-</b> Le cadre légal du recrutement est connu et appliqué</p> <p><b>CR 3.3.2-</b> Les techniques et outils de recrutement sont connus, maîtrisés et employés de manière appropriée</p> <p><b>CR 3.3.3-</b> Les étapes de l'onboarding sont définies et appropriées</p>
<p><b>A3.4-</b> L'accompagnement au développement des compétences (Par l'analyse des caractéristiques de son équipe et la proposition de plans d'actions spécifiques)</p>	<p><b>B3 / C4 :</b> Développer l'employabilité de son équipe, accompagner le développement des compétences individuelles et collectives en identifiant des axes de progrès et des plans d'action pour garantir les performances de l'entreprise</p>	<p>Etude de cas écrite individuelle – 3h30</p> <p>Le sujet support de l'étude de cas est une mise en situation professionnelle écrite dont le contexte et la situation peuvent s'inspirer d'un cas réel en lien avec l'animation et le management d'équipe.</p> <p>Le candidat devra mobiliser ses compétences et démontrer sa capacité à :</p>	<p><b>CR 3.4.1-</b> Les axes de progrès individuels et collectifs sont identifiés</p> <p><b>CR 3.4.2-</b> Des plans d'action sont proposés</p> <p><b>CR 3.4.3-</b> L'employabilité de l'équipe est favorisée par le développement des compétences individuelles et collectives</p>

<p><b>A3.5-</b> Le développement d'actions de fidélisation des salariés et la mise en œuvre d'une justesse de traitement</p>	<p><b>B3 / C5 :</b> Fidéliser les salariés et favoriser l'inclusion pour conserver les talents en mobilisant des leviers de fidélisation tels que l'aménagement des espaces de travail, le déploiement d'outils performants, la marque employeur, etc. pour réduire le turn over et favoriser la diversité</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre une situation</li> <li>• Utiliser des ressources de manière pertinente</li> <li>• Mobiliser ses connaissances en matière de développement de l'employabilité de l'équipe, de fidélisation des salariés, y compris des mesures en faveur de l'inclusion.</li> </ul> <p>La mise en situation E5 sera évaluée par un intervenant du bloc 3 et pourra faire l'objet d'une évaluation croisée pour en garantir l'objectivité.</p>	<p><b>CR 3.5.1-</b> L'inclusion est favorisée par des actions spécifiques qui visent les spécificités des publics, notamment en situation de handicap</p> <p><b>CR 3.5.2-</b> Des indicateurs sociaux sont employés et analysés</p> <p><b>CR 3.5.3-</b> Des techniques spécifiques appropriées sont mises en œuvre pour favoriser la fidélisation des salariés</p>
<p><u>Validation partielle :</u> Dans l'hypothèse où la certification professionnelle ne serait pas validée dans son intégralité, un certificat sera délivré à l'issue de la validation du 3ème bloc de compétences</p>			

B4 - Mettre en œuvre la stratégie commerciale et initier des projets spécifiques			
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 Nomenclature : Critère + Nro Bloc + Nro Compétence + Nro critère
<p>Les activités du Manager, qu'il soit dans le secteur de la grande distribution ou dans le commerce de détail, consistent à mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'enseigne et initier des projets spécifiques, elles portent sur :</p> <p><b>A4.1-</b> La réalisation d'une veille stratégique et concurrentielle dans le but de repérer des opportunités</p>	<p><b>B4 / C1 :</b> Effectuer une veille tendancielle et concurrentielle au moyen d'outils digitaux (outils d'alerte, de veille concurrentielle, de veille marketing, etc), en organisant une remontée d'informations dans le but d'identifier des opportunités pour l'entreprise</p>	<p><u>Mémoire Professionnel E6</u> <u>Bloc 4 / Compétences 1 + 2 + 3</u></p> <p>A partir d'une situation professionnelle réelle issue d'une activité professionnelle récente, le candidat présente une analyse réflexive de sa pratique professionnelle en tant que manager et il propose des axes de développement.</p> <p>Dans ce cadre, il réalise un dossier écrit comprenant une analyse de l'enseigne, un diagnostic du point de vente, un plan d'actions opérationnel pour développer / optimiser l'expérience client et le chiffre d'affaires.</p> <p>Le dossier écrit fera également l'objet d'une soutenance orale de 30 min suivi d'un temps d'échanges de 20 min devant un jury composé de 3 personnes (un intervenant du bloc 1, 2 ou 4 et deux professionnels).</p>	<p><b>CR 4.1.1-</b> Des outils de veille sont utilisés et exploités de manière appropriée</p> <p><b>CR 4.1.2-</b> Les informations collectées sont exploitées dans le cadre d'un diagnostic stratégique</p> <p><b>CR 4.1.3-</b> Des opportunités sont identifiées et justifiées</p>
<p><b>A4.2-</b> L'analyse des performances du point de vente et la mesure de la faisabilité d'actions envisagées</p>	<p><b>B4 / C2 :</b> Analyser les performances de l'entreprise en contrôlant les indicateurs comptables et financiers clés (chiffres d'affaires, marge opérationnelle, bilan et compte de résultat) pour étudier la faisabilité des actions envisagées</p>		<p><b>CR 4.2.1-</b> Les indicateurs comptables et financiers clés sont maîtrisés</p> <p><b>CR 4.2.2-</b> Les ressources financières sont identifiées</p> <p><b>CR 4.2.3-</b> La faisabilité financière des opportunités est étudiée</p>

<p><b>A4.3-</b> Le développement et le pilotage des projets innovants dans le respect de la stratégie de l'enseigne et dans le respect de contraintes définies</p>	<p><b>B4 / C3 :</b> Développer et piloter des projets innovants qui devront s'intégrer dans la stratégie de l'entreprise, dans le respect des ressources et contraintes définies (notamment de budget) afin de répondre à une situation caractérisée en mobilisant les techniques appropriées, suivre et mesurer l'efficacité des actions</p>	<p style="text-align: center;"><u>Business Game E7</u> <u>Bloc 4 / Compétences 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6</u></p> <p>En groupe de 3 à 4 personnes maximum, les candidats vont travailler en « mode projet » durant 3 journées consécutives à partir d'un scénario reposant sur une situation professionnelle simulée.</p> <p>Ils devront mobiliser leurs compétences et démontrer leur capacité à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Comprendre une situation</li> <li>· Utiliser des ressources</li> <li>· Mobiliser leurs compétences en matière de mise en œuvre de la stratégie commerciale et de performance d'un point de vente</li> </ul> <p>Ils seront amenés à traiter des points relevant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· La veille tendancielle et concurrentielle</li> <li>· L'analyse financière et le contrôle de budgets</li> <li>· Développer et piloter des projets</li> <li>· Analyser et résoudre des problèmes complexes imprévus dans un domaine spécifique</li> <li>· Promouvoir des actions grâce à l'utilisation de réseaux sociaux</li> <li>· Prendre en compte la démarche éco-responsable</li> </ul>	<p><b>CR 4.3.1-</b> La méthodologie de pilotage de projet est employée</p> <p><b>CR 4.3.2-</b> Des solutions aux problèmes rencontrés sont dégagées et argumentées</p> <p><b>CR 4.3.3-</b> Les ressources et contraintes sont définies et respectées</p> <p><b>CR 4.3.4-</b> Les actions sont objectivées et suivies grâce à des indicateurs spécifiques KPI</p> <p><b>CR 4.3.5-</b> L'efficacité du projet est établie (ROI, gains directs, gains indirects)</p> <p><b>CR 4.3.6-</b> Une analyse est menée pour identifier les causes de la performance ou contreperformance obtenue dans le contexte du projet</p> <p><b>CR 4.3.7-</b> Des actions correctives sont déployées</p>
<p><b>A4.4-</b> La promotion de ses actions et projets par des actions de communication</p>	<p><b>B4 / C4 :</b> Interagir au sein de communautés et de réseaux sociaux dans le respect de la ligne éditoriale de l'entreprise pour promouvoir des actions, échanger et fédérer</p>		<p><b>CR 4.4.1-</b> La communication digitale pour promouvoir des actions est mise en œuvre via des réseaux ciblés</p> <p><b>CR 4.4.2-</b> La ligne éditoriale de l'enseigne est respectée</p> <p><b>CR 4.4.3-</b> Un calendrier éditorial est établi</p>

<p><b>A4.5-</b> La prise en compte de la démarche éco-responsable et les principes RSE</p>	<p><b>B4 / C5 :</b> Appréhender le principe RSE et les certifications éco-responsables pour inscrire l'entreprise dans une démarche responsable de développement durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Respecter la réglementation de la distribution, y compris l'urbanisme commercial</li> </ul> <p>A l'issue des 3 journées de travail, les candidats présenteront leur travail de manière collective à un jury composé de 3 personnes (un intervenant du bloc 1, 2 ou 4 et deux professionnels) pendant 20 min.</p>	<p><b>CR 4.5.1-</b> Une démarche éco-responsable cohérente est suggérée conformément aux principes RSE (opportunités identifiées)</p> <p><b>CR 4.5.2-</b> Le système de normalisation est connu et envisagé dans le cadre d'une démarche de développement durable</p> <p><b>CR 4.5.3-</b> Les limites d'une approche développement durable sont identifiés</p>
<p><b>A4.6-</b> Le respect de la réglementation de la distribution (y compris l'urbanisme commercial dans le cadre des projets qu'il développe)</p>	<p><b>B4 / C6 :</b> Mobiliser les savoirs de la réglementation de la distribution, y compris l'urbanisme commercial, pour repérer et analyser des possibilités de développement</p>	<p>S'ensuivra un passage individuel de chacun des membres du groupe de candidats de 20 min dans le but de <b>garantir l'individualisation de la validation présumée des compétences concernées.</b></p>	<p><b>CR 4.6.1-</b> La réglementation de la distribution est connue et appliquée</p> <p><b>CR 4.6.2-</b> Les principes de l'urbanisme commercial sont exploités pour repérer des opportunités de développement</p> <p><b>CR 4.6.3-</b> La réglementation afférente au bail commercial et au fonds de commerce est connue et appliquée</p> <p><b>CR 4.6.4-</b> Lorsque nécessaire, sait collaborer avec des experts juridiques (juristes internes / externes)</p>
<p><u>Validation partielle :</u> Dans l'hypothèse où la certification professionnelle ne serait pas validée dans son intégralité, un certificat sera délivré à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences</p>			

**Compétences Transversales**

Domaines de compétences transversales	
<b>Domaine commercial</b>	<b>Domaine managérial</b>
Culture client, sens du service	Leadership, capacité à fédérer
Résilience, Persévérance	Gestion d'équipe, encadrement
Véhicule les valeurs de l'entreprise	Esprit d'équipe
<b>Domaine comportemental</b>	Capacité à analyser une situation managériale
Aisance relationnelle, Communication orale	<b>Domaine organisationnel</b>
Ecoute, empathie	Polyvalence
Curiosité	Autonomie
Sens des responsabilités, fiabilité, rigueur	Adaptabilité
Réactivité	<b>Domaine technique</b>
<b>Domaine linguistique</b>	Culture digitale
Anglais oral / commercial	Pack office, bureautique
Français – Qualité des écrits, orthographe	Progiciel métier