

Domaine : Droit économie Gestion - Mention : Commerce

Spécialité: Commercialisation des produits et services sportifs

RNCP14462 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	D1211
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université de Strasbourg

<http://www.unistra.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat

Vendre du matériel sportif implique d'avoir en premier lieu des connaissances scientifiques solides sur les déterminants physiologiques, anatomiques, biomécaniques de la performance motrice. Ce sont ces déterminants sur la base desquels les fabricants d'articles de sport construisent leur produit mais aussi leur discours sur ces derniers. Le vendeur d'articles de sport de par sa connaissance scientifique dans ce domaine est à même de rendre intelligible un produit relativement aux déterminants de la performance, mais aussi de restituer ces éléments à son client tout en étant capable d'une distance critique, analytique par rapport au discours des fabricants.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire de la certification est capable de :

- maîtriser les techniques de vente en B to C : accueil, découverte des besoins, argumentation produit, techniques d'essayage, vente complémentaire. Etre capable de créer un climat de confiance et par la maîtrise de ces techniques fidéliser le consommateur. Etre capable d'une prise de distance dans l'interaction de vente permettant de guider son client vers la satisfaction de son besoin au terme de l'interaction de vente. Soutenir une conversation d'initié relative à une pratique sportive;
- maîtriser les fondamentaux de la vente B to B : maîtrise des étapes et des éléments d'une négociation : prise de contact, présentation des collections et des conditions commerciales...
- identifier le produit ajusté au besoin du consommateur (B to C) ou du détaillant (B to B)
- produire un argumentaire technique devant le client.
- Mettre en œuvre les outils d'analyse et d'action du marketing spécifiques à la distribution d'articles de sport : politiques de produit, pricing, référencement des produits, communication dont merchandising
- réaliser l'aménagement global du point de vente mais aussi d'optimiser la présentation des rayons des collections en interaction avec la stratégie commerciale du centre de profit;
- mettre en place une politique de partenariat avec les clubs sportifs ou les sportifs générateurs de fréquentation et ventes pour le centre de profit ou l'enseigne;

- monter et d'animer des événements organisés afin de promouvoir un point de vente.
 - Maîtriser les fonctions essentielles des logiciels spécifiques au secteur en matière de gestion de la force de vente (contexte b to b), gestion du point de vente (encaissement, approvisionnement, reporting et analyse des ventes;
 - maîtriser les outils de la comptabilité analytique permettant une exploitation optimale du point de vente ou du rayon.
- Il est capable de manipuler un site internet et sa base de donnée dans le cadre de la vente en ligne. Etre capable d'animer la présence de son point de vente de son enseigne sur les réseaux sociaux
d'effectuer le montage d'un projet allant de l'étude préalable à la construction d'une note d'opportunité et d'un business plan.

De plus, il peut de manière autonome organiser le travail, communiquer dans l'environnement de l'entreprise.

Il maîtrise du savoir faire en matière d'étude de marché sur les problématiques spécifiques de la distribution,

Il peut mener ou piloter une étude dans le cadre de l'animation d'un point de vente ou de sa création.

Il est capable de

- réactualiser en permanence ses informations sur les marchés du sport pour accompagner les tendances d'évolution de ces derniers sans omettre leurs lignes de structures.
- rechercher l'information sur l'évolution des pratiques sportives des français et de juger de la pertinence et de la signification des données publiées. Maîtriser les grandes lignes de structure des expériences sportives des Français afin d'éclairer les politiques de référencement de son point de vente, de son enseigne. Accompagner les tendances en matière de pratique par une politique marketing adaptée.

Concevoir ou participer à la conception d'une politique marketing ou de la rendre intelligible.

Mettre en œuvre les outils d'analyse et d'action du marketing spécifiques à la distribution d'articles de sport : politiques de produit, pricing, référencement des produits, communication dont merchandising

Organiser les événements et saisons commerciales du point de vente : soldes, liquidations, périodes de fête...

Il est capable de mener un dialogue de gestion avec le comptable suivant les activités du point de vente. Etablir et exécuter un business plan;

- d'organiser et optimiser les flux économiques d'un centre de profit (rayon, point de vente...). Gérer les achats et les stocks.
- de maîtriser le contexte juridique et fiscal de l'activité d'un magasin de sport.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Industrie et commerce d'articles sportifs

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Vendeur d'article de sport, chef de rayon, commercial ou merchandiseur, chef de rayon ou d'univers produits, responsable comptes clefs, directeur adjoint ou directeur de centre de profit.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 2 sur 5.
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Conditions de travail contraignantes, Non-attractivité salariale
Salaires médians (mensuels)	1 794 €

Familles professionnelles (FAP)	R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels · tension 2/5 (Faible) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	34 072
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	42 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels R3X80 — Maîtrise des magasins R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE

jury de diplôme

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour partie du diplôme par VES ou VAPP

COMPOSITION DU JURY — VAE

Enseignants-chercheurs et professionnels

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/14462/>