

Responsable visuel merchandiser

RNCP22997 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312v
Code(s) ROME	M1705, D1506
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	27/05/2020

Certificateur(s)

CCI France - Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les missions du Responsable Visuel Merchandiser (RVM) se déclinent au travers des 3 dimensions du Merchandising :

ü Le merchandising d'organisation concerne toutes les actions qui permettent de faciliter au consommateur la recherche de produit/service et au distributeur de les écouler. : l'organisation globale du point de vente, l'étude des flux clients, l'attractivité des familles de produits, l'organisation et le repérage des univers.

ü Le merchandising de gestion concerne tout ce qui permet d'optimiser les ventes et la rentabilité des espaces de vente. :

- les parts de linéaires à attribuer en fonction du chiffre d'affaire ou marge attendus.
- les facings produits
- la visibilité de l'offre
- les rotations produits (gestion des stocks, durée de vie ...)

ü Le merchandising de séduction concerne tout ce qui va être mis en œuvre pour développer l'attractivité d'un produit, d'une marque, ... :

- les mobiliers adéquats
- les supports de présentation (mannequins...)
- la communication sur le point de vente (balisage, kakemono, positionnement de l'affichage, de l'étiquetage....)

Dans ce cadre, le RVM pilote l'équipe de Décorateur Merchandiser qui :

- organise les implantations produits/services
- met en scène les produits/les promotions
- gère les animations...

Pour être Responsable Visuel Merchandiser, il faut à la fois combiner une approche et des qualités telles que :

- le pragmatisme et la réactivité
- le sens artistique et esthétique
- le leadership et la capacité à travailler en équipe
- le sens des responsabilités
- le relationnel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

A – DÉFINIR UN PLAN D'ACTION MERCHANDISING AU REGARD DES STRATÉGIES MARKETING ET

COMMERCIALE D'UNE MARQUE / ENSEIGNE

Au regard de l'identité visuelle de la marque/enseigne et en fonction du marché à couvrir (national, international) :

- Exercer une fonction de veille et de Benchmarking pour identifier les évolutions des pratiques de merchandising au service de la marque/ enseigne.
- Analyser les données internes de l'entreprise (différents acteurs partie prenantes), et externes (marché(s), concurrence, cible (s) client(s),...) en vue de la définition et/ou de l'évolution de son positionnement marché, pour une cible client identifiée.
- Définir un plan d'action merchandising, dans le respect de l'identité visuelle de la marque/enseigne, du positionnement de l'entreprise et en fonction du marché à couvrir (national, international).
- Dimensionner /chiffrer le plan d'action merchandising et les mètres linéaires à développer (quantités et typologie de produits, supports, ...).
- Définir des indicateurs de performance pour en estimer les résultats.
- Présenter et argumenter son plan d'action, auprès de sa hiérarchie et/ou des acteurs internes ou externes concernés.
- Contribuer à la spécification du cahier des charges pour la mise en place du plan merchandising terrain et à la définition d'indicateurs de performance.
- Sur la base du cahier des charges qualifié, concevoir des scénarii de merchandising adaptés aux supports : commerce traditionnel et e-commerce aux produits / services, zoning, flux clients, scénographie,...) en tenant compte des différentes contraintes (temps, espaces de vente, effectifs,...).

Valider / Participer à la validation technique du projet merchandising retenu, au regard de l'identité visuelle de la marque considérée, des contraintes budgétaires et des normes réglementations en vigueur.

– ASSURER LE PILOTAGE ET LA COORDINATION DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN MERCHANDISING D'UNE MARQUE / ENSEIGNE

Dans le cadre d'implantations à réaliser en France ou à l'étranger pour le compte d'enseignes nationales et internationales, et au service de différents modes de commercialisation :

- Déterminer et planifier l'ensemble des actions à conduire pour la mise en œuvre des opérations merchandising (Actions, équipes, matériels, techniques, délais, lieux, ...)
- Etablir et rédiger le guide des procédures merchandising et d'installations (Guidelines, book, guide visuel directive) nécessaire à la mise en œuvre du merchandising d'organisation et de séduction
- Définir les modalités d'information / formation à mettre en œuvre auprès des différentes équipes de professionnels concernés (Décorateur-Merchandiser, visuel-Merchandiser, équipes de vente, distributeurs,...), afin de contribuer à une meilleure appropriation des actions merchandising à conduire.
- Dimensionner les besoins en supports et/ou outils :

§ de présentation des produits / services (mobilier, mannequins,...)

§ de communication visuelle (PLV, ILV, signalétique,...) à installer sur les espaces commerciaux dédiés.

§ De collaboration avec les acteurs du e-commerce.

- Commanditer/ acheter si nécessaire, la fabrication ou la production de supports de présentation et/ou de communication visuelle spécifiques (mobilier, affichage, balisage, étiquetage,...).
- Assurer la coordination et le suivi de l'ensemble des actions merchandising sur les différents points de vente et /ou sites de vente en ligne (e-commerce), en garantissant l'atteinte des objectifs fixés et le respect des délais.

Assurer un contrôle permanent et gérer les imprévus en procédant aux ajustements nécessaires.

MANAGER DES EQUIPES DE VISUEL-MERCHANDISER / DE VENTE POUR LE COMPTE D'UNE MARQUE-ENSEIGNE

Dans le cadre de l'animation et de l'encadrement d'équipes multi-compétences et multiculturelles (internes et/ou externes) :

- Participer à la définition de postes et de profils pour répondre aux besoins en compétences.
- Participer à la sélection et au recrutement de Visuels Merchandiser et de Décorateurs Merchandiser.
- Intégrer de nouveaux collaborateurs.
- Conduire des réunions de travail (internes et externes).
- Organiser et coordonner l'activité des équipes et /ou collaborateurs concernés.
- Accompagner / motiver ses équipes et être facilitateur dans la compréhension des objectifs et des actions à mener.
- Faire respecter les décisions prises et gérer les conflits et /ou dysfonctionnements.
- Accompagner et former régulièrement les équipes à l'action Visuel merchandising, en favorisant la compréhension de l'action et les process et outils nécessaires à la mise en place terrain.

- Suivre et évaluer la performance individuelle et collective des collaborateurs internes / externes.
- Assurer le reporting de l'activité auprès des acteurs concernés et définir des axes de progrès (collectifs / individuels) si nécessaire.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable Visuel Merchandiser peut exercer son activité dans différents contextes : au siège d'une enseigne, d'un réseau de distribution (corner, magasin, succursalistes, franchisés...), parfois en surface de vente (manager d'équipe VM), selon qu'il travaille pour :

§ un grand magasin, magasin de Luxe ;

§ une grande surface spécialisée (équipement de la maison, équipement de la personne, bricolage, culture, loisirs, ...);

§ la grande distribution (Hyper marchés) ;

§ une chaîne spécialisée, succursaliste, franchisé,... (Prêt-à-porter, équipement de la maison, jardinerie, alimentaire...);

§ des collectivités territoriales et leurs boutiques dans les Musées, Espaces culturels,... ;

et aussi

§ au sein d'une agence : conseil en marketing/merchandising/ (tendances, événementiel, publicitaire, photographie, Web...)

§ en tant qu'indépendant (merchandising visuel ...)

§ dans le e-commerce pour le compte d'enseignes, de marques,...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable communication

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 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 880 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	13 230
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

4 1 Président de jury (personnalité qualifiée du monde économique)

4 1 représentant d'employeurs du secteur

4 1 représentant de salariés du secteur

4 1 représentant de l'établissement de formation

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 27/05/2020

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP23970

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/22997/>