

Responsable d'un point de vente

RNCP34496 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34566, 34588, 34502
Code(s) ROME	D1503, D1406, M1706, D1301, D1502
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	02/03/2020
Date d'échéance	02/03/2022

Certificateur(s)

LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER - MBWAY - IPAC BACHELOR FACT · SIRET : 32922456200630

Partenaires habilités

13 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 13 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
BL FORMATION	78937972400030	Former et organiser l'évaluation
BOOSTER ACADEMY	45363531000064	Former et organiser l'évaluation
CSMPRO	85003894400011	Former et organiser l'évaluation
INSTIT SUPER SECRET ETUD COMPT	67080157000037	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200184	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200598	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200614	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER	32922456200093	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER	32922456200416	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER	32922456200549	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 13 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34496-responsable-d-un-point-de-vente/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le/la responsable de vente est chargé(e), au sein de l'organisation dans laquelle il, elle exerce sa fonction, de réaliser les ventes en magasin et d'animer la relation client. Il, elle produit des outils de communication adaptés au point de vente. Il, elle s'occupe de la gestion du point de vente en gérant les achats, la logistique, les stocks en toute autonomie. Il, elle consolide et transmet les informations sur le point de vente auprès de sa hiérarchie. Il, elle manage et anime l'équipe de vendeurs.

- Le/la responsable de vente doit préparer la vente et maîtriser l'ensemble des étapes de la vente. Il, elle doit

connaître et exploiter quotidiennement l'information nécessaire à la gestion du point de vente. Il, elle doit aussi gérer les litiges clients et alimenter les systèmes d'information commerciale. Il, elle développe et anime les réseaux de vente à distance et produit des outils de communication opérationnelle, qu'il s'agisse de la communication de la marque ou de l'enseigne ou bien celle du point de vente.

- Le/la responsable de vente gère le point de vente. Il, elle organise les achats et la logistique, choisit et négocie avec les fournisseurs.

Il, elle gère les stocks, les valorise, prépare et réalise l'inventaire. Il, elle collecte et analyse les données du point de vente, crée des supports de présentation et présente les données analysées.

- Le/la responsable de vente recrute et gère son personnel. Il, elle anime l'équipe et organise le travail au quotidien. Il, elle met en place des outils de motivation et évalue les performances des vendeurs.

ACTIVITÉS VISÉES

A.1 Réaliser et développer les ventes en magasin

- Concevoir des outils de communication spécifiques au point de vente
- Accueillir et découvrir les besoins du client
- Vendre
- Alimenter et exploiter le système de gestion commerciale

A.2 Gérer le point de vente dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise

- Gérer les stocks
- Organiser les achats
- Analyser les données d'activités de la structure et informer la hiérarchie

A.3 Manager l'équipe de vendeur

- Recruter et intégrer les vendeurs
- Animer l'équipe
- Évaluer les performances

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A.1 Réaliser et développer les ventes en magasin

- Concevoir les supports de communication print (flyers, PLV...) pour informer le client des offres en cours afin d'augmenter les ventes.
- Proposer des animations et des événements sur le lieu de vente pour attirer de nouveaux clients et favoriser les ventes des nouveaux produits.
- Respecter les codes spécifiques à l'enseigne pour accueillir le client afin de créer un climat favorable à la vente.
- Questionner pour découvrir les besoins du client en pratiquant l'écoute active afin de lui faire une proposition adaptée.
- Connaître l'assortiment produits-services du point de vente pour sélectionner l'offre adaptée aux besoins du client afin d'argumenter efficacement.
- Sélectionner les arguments pour répondre aux motivations d'achat du client afin de le convaincre de l'adéquation besoin-offre.
- Utiliser les techniques de réponse appropriées pour réfuter les objections du client afin de conclure la vente.
- Mettre en place un rituel de séparation personnalisé pour rassurer le client sur son achat et l'assurer du suivi de la vente afin de le fidéliser.
- Maîtriser l'utilisation de l'outil informatique appliqué à la gestion de la relation commerciale pour exploiter et enrichir une base de données clients afin de développer la connaissance du client.

A.2 Gérer le point de vente dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise

- Identifier la méthode de coûts adaptée pour valoriser les stocks afin de respecter les obligations comptables et réglementaires du point de vente.
- Définir les besoins en approvisionnement pour planifier les livraisons afin d'éviter le surstockage ou les ruptures de stock.
- Renseigner les bases de données pour mettre à jour l'état des stocks afin de réaliser l'inventaire du point de vente.
- Utiliser les logiciels appropriés (ECR, GPA, SRM...) pour préparer et commander les approvisionnements afin de respecter le cadencier.
- Choisir une méthode et des critères de sélection des fournisseurs pour identifier le fournisseur, sous-traitant ou prestataire appropriés afin de négocier le contrat.
- Contrôler la qualité et la quantité des marchandises réceptionnées pour s'assurer de la conformité avec la commande afin d'éviter des litiges.

- Extraire les données quantitatives et qualitatives du point de vente pour les analyser afin de faire un compte rendu à la direction.
- Rédiger une synthèse des résultats commerciaux obtenus pour les comparer avec les objectifs fixés par la direction afin d'identifier et d'analyser les écarts.
- Utiliser les logiciels de présentation pour faire un reporting à la direction.

A.3 Manager l'équipe de vendeurs

- Identifier les besoins du point de vente pour rédiger la fiche de poste afin d'atteindre les objectifs fixés par l'enseigne.
- Choisir les supports de communication adaptés à l'enseigne pour diffuser le besoin en recrutement afin de recevoir et sélectionner les candidatures adaptées.
- Conduire les entretiens pour recruter le profil approprié et mettre en place les actions administratives liées à son embauche (contrat de travail, DPAE).
- Informer les équipes en place pour intégrer le nouveau vendeur afin de sécuriser le recrutement.
- Fixer les objectifs pour motiver l'équipe de vendeurs afin de respecter la stratégie commerciale de l'enseigne.
- Mettre en place des outils d'animation pour motiver l'équipe de vente afin de développer un sentiment d'appartenance à l'enseigne.
- Concevoir des outils d'analyse de performance des ventes pour suivre les résultats de chaque vendeur afin de proposer des actions correctives.

Blocs de compétences

RNCP34496BC01 — Réaliser et développer les ventes en magasin

LISTE DE COMPÉTENCES

1. Concevoir les supports de communication print (flyers, PLV...) pour informer le client des offres en cours afin d'augmenter les ventes.
2. Proposer des animations et des événements sur le lieu de vente pour attirer de nouveaux clients et favoriser les ventes des nouveaux produits.
3. Respecter les codes spécifiques à l'enseigne pour accueillir le client afin de créer un climat favorable à la vente.
4. Questionner pour découvrir les besoins du client en pratiquant l'écoute active afin de lui faire une proposition adaptée.
5. Connaître l'assortiment produits-services du point de vente pour sélectionner l'offre adaptée aux besoins du client afin d'argumenter efficacement.
6. Sélectionner les arguments pour répondre aux motivations d'achat du client afin de le convaincre de l'adéquation besoin-offre.
7. Utiliser les techniques de réponse appropriées pour réfuter les objections du client afin de conclure la vente.
8. Mettre en place un rituel de séparation personnalisé pour rassurer le client sur son achat et l'assurer du suivi de la vente afin de le fidéliser.
9. Maîtriser l'utilisation de l'outil informatique appliqué à la gestion de la relation commerciale pour exploiter et enrichir une base de données clients afin de développer la connaissance du client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Les supports de communication sont qualitatifs et clairs (esthétisme, respect des chartes graphiques, orthographe, etc.).
2. Les choix des animations ou des événements sont adaptés au contexte donné.
3. Prise en compte des règles du cahier des charges pour accueillir le client et créer un climat favorable.
4. L'écoute active et le questionnement selon la technique de l'entonnoir conduisent à une identification pertinente des besoins.
5. Prise en compte des règles du cahier des charges pour accueillir le client et créer un climat favorable.
6. Les produits-services sélectionnés correspondent aux besoins du client. Les arguments choisis correspondent aux motivations d'achats du client.
7. Les techniques de réfutation utilisées répondent efficacement aux objections. La vente est conclue.
8. La prise de congé est personnalisée et rassure le client.
9. Les données exploitées permettent une connaissance approfondie du client.

RNCP34496BC02 — Gérer le point de vente dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

1. Identifier la méthode de coûts adaptée pour valoriser les stocks afin de respecter les obligations comptables et réglementaires du point de vente.
2. Définir les besoins en approvisionnement pour planifier les livraisons afin d'éviter le surstockage ou les ruptures de stock.
3. Renseigner les bases de données pour mettre à jour l'état des stocks afin de réaliser l'inventaire du point de vente.
4. Utiliser les logiciels appropriés (ECR, GPA, SRM...) pour préparer et commander les approvisionnements afin de respecter le cadencier.
5. Choisir une méthode et des critères de sélection des fournisseurs pour identifier le fournisseur, sous-traitant ou prestataire appropriés afin de négocier le contrat.
6. Contrôler la qualité et la quantité des marchandises réceptionnées pour s'assurer de la conformité avec la commande afin d'éviter des litiges.
7. Extraire les données quantitatives et qualitatives du point de vente pour les analyser afin de faire un compte rendu à la direction.
8. Rédiger une synthèse des résultats commerciaux obtenus pour les comparer avec les objectifs fixés par la direction afin d'identifier et d'analyser les écarts.
9. Utiliser les logiciels de présentation pour faire un reporting à la direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. La méthode choisie est adaptée au contexte et les calculs de valorisation des stocks sont justes.
2. Le cadencier permet d'éviter le surstockage ou les ruptures de stock.
3. L'inventaire est juste.
4. Les commandes préparées respectent le planning et les besoins du point de vente.
5. La méthode de sélection et les critères retenus sont pertinents.
6. Les écarts entre la commande et la livraison sont identifiés.
7. Les données choisies sont appropriées au contexte et permettent une analyse pertinente de la situation.
8. L'analyse met en évidence les écarts et utilise les ratios de performance adaptés au secteur d'activité.
9. La présentation est précise, chiffrée, claire et structurée.

RNCP34496BC03 — Manager l'équipe de vendeurs

LISTE DE COMPÉTENCES

1. Identifier les besoins du point de vente pour rédiger la fiche de poste afin d'atteindre les objectifs fixés par l'enseigne.
2. Choisir les supports de communication adaptés à l'enseigne pour diffuser le besoin en recrutement afin de recevoir et sélectionner les candidatures adaptées.
3. Conduire les entretiens pour recruter le profil approprié et mettre en place les actions administratives liées à son embauche (contrat de travail, DPAE).
4. Informer les équipes en place pour intégrer le nouveau vendeur afin de sécuriser le recrutement.
5. Fixer les objectifs pour motiver l'équipe de vendeurs afin de respecter la stratégie commerciale de l'enseigne.
6. Mettre en place des outils d'animation pour motiver l'équipe de vente afin de développer un sentiment d'appartenance à l'enseigne.
7. Concevoir des outils d'analyse de performance des ventes pour suivre les résultats de chaque vendeur afin de proposer des actions correctives.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Les éléments identifiés permettent de rédiger une fiche de poste.
2. Les supports choisis permettent de recevoir des candidatures adaptées à la spécificité du point de vente.
3. Le guide d'entretien comprend toutes les informations nécessaires au recrutement (adéquation avec la fiche de poste et informations nécessaires à l'embauche).
4. Les actions de communication interne choisies intègrent le nouveau collaborateur.
5. Les objectifs fixés sont SMART (Spécifique, Mesurable, Acceptable, Réaliste et Temporellement défini).
6. Les outils d'animation (concours, challenges, jeux, etc.) confortent le sentiment d'appartenance.
7. Les tableaux de suivi et les critères de performance sont adaptés au point de vente et permettent de vérifier la rentabilité de chaque vendeur.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le, la, Responsable d'un Point de Vente exerce ses activités au sein d'entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activités, développant des activités de vente, de conseil et/ou de relation commerciale clientèle.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Conseiller(ère) clients
 - Conseiller(ère) commercial(e)
 - Conseiller(ère) technico-commercial(e)
 - Conseiller(ère) de vente, Gérant(e)
 - Manager d'un point de vente
 - Premier(ère) vendeur(euse)
 - Promoteur(trice) des ventes
 - Responsable adjoint(e) de magasin
 - Responsable d'une concession
 - Responsable d'un corner (*)
 - Responsable de boutique
 - Responsable de magasin
 - Responsable d'univers marchand
 - Responsable de secteur
 - Responsable d'un point de vente
 - Retail specialist
 - Sales manager
- (*) Corner : espace de vente dédié à une marque dans un grand magasin

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 868 €
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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 828
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 R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Par la voie de la formation initiale ou continue : toute personne titulaire d'un niveau 4 (baccalauréat).

Par la voie de la VAE :

Le futur candidat doit justifier d'une expérience professionnelle de 12 mois minimum, en rapport avec la certification visée de « Responsable d'un Point de Vente » de LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER. L'expérience professionnelle doit correspondre aux 3 blocs de compétences suivants :

Bloc 1 : Réaliser et développer les ventes en magasin

Bloc 2 :

Gérer le point de vente dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise

Bloc 3 :

Manager l'équipe de vendeurs

Le candidat doit prouver une année d'expérience dans les activités en rapport direct avec la certification de « Responsable d'un Point de Vente » telle que présentée dans le référentiel. Les activités suivantes sont reconnues : activités professionnelles salariées, activités non salariées, activités de bénévolat ou de volontariat, activités réalisées en formation initiale ou continue : périodes de formation en milieu professionnel (tous statuts : élève, apprenti, stagiaire, contrat de professionnalisation ou contrat unique d'insertion), périodes de mises en situations en milieu professionnel, stages pratiques, préparations opérationnelles à l'emploi.

La durée de 12 mois est calculée sur le nombre d'heures correspondant à la durée de travail effectif à temps complet en vigueur dans l'entreprise. La durée des activités réalisées hors formation doit être supérieure à celle des activités réalisées en formation. (Dispositions conformes à l'Article R 335-6 du Code de l'éducation)

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

Président : Directrice Pédagogique Nationale

Membres :

- 3 professionnels
- 3 représentants de l'organisme certificateur dont le président du jury

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président : Directrice Pédagogique Nationale

Membres :

- 2 professionnels (parité employeurs/salariés)
- 2 représentants de l'organisme certificateur dont le président du jury

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 213 €
Selon la branche	6 000 € – 7 705 €
Prise en charge	Branches concernées
7 213 €	Valeur par défaut · 200 branches
7 564 €	CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 705 €	CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP Sports Loisirs
7 512 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés

7 695 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 609 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 472 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 100 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	02/03/2020
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	02/03/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2017	25	0	80 %	88 %
2016	12	0	92 %	83 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP36405

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
www.pigier.com

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34496/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	9 504 €
Coût moyen par dossier	4 752 €
Durée moyenne	35 h
Période	11/2021 – 12/2021
Régions	43 %
France compétences	29 %
Reste à charge titulaire	28 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.