

Gestionnaire d'unité commerciale

RNCP36141 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	312p
Formacode(s)	34588, 34559
Code(s) ROME	D1401, D1503, D1301, D1502
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/01/2022
Date d'échéance	26/01/2027

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

90 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 90 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEN FORMATIONS ENTREPRISE	78071407700085	Former et organiser l'évaluation
ADEN FORMATIONS ENTREPRISE	78071407700101	Former et organiser l'évaluation
ADEN FORMATIONS ENTREPRISE (ADEN ENTREPRISE)	78071407700069	Former et organiser l'évaluation
AGENCE DE SAINT RAPHAEL	18830001600121	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DE GESTION DE L' INSTITUT SUPERIEUR D' APPRENTISSAGE DES CCI DE FRANCHE COMTE	48998104300024	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS DES CHAMBRES DE METIERS ET ARTISANAT ET CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTRIEL CHER	30804972500036	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS SUPERIEUR DE MARSEILLE – ECOLE PRATIQUE	18130002100381	Former et organiser l'évaluation
CCI DE L'AVEYRON ANTENNE DE MILLAU	13002247800098	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION-CFA IMT-ISCO	18383001700236	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 90 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36141-gestionnaire-d-unite-commerciale/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur du commerce et de la distribution compte parmi ceux qui offrent le plus d'opportunités de carrière.

Le Gestionnaire d'unité commerciale gère l'activité d'un centre de profit, celui-ci pouvant être un point de vente permanent ou éphémère, un rayon d'une grande ou moyenne surface, un magasin indépendant, une franchise ou une succursale. Il assure la commercialisation, le conseil et la vente de biens ou de services sous la responsabilité d'un chef de zone ou de produits, d'un responsable commercial ou en lien direct avec la direction générale de l'enseigne ou de la marque qu'il représente. Il assure le marketing sur son point de vente en optimisant le merchandising et en respectant les réglementations en vigueur selon la nature des produits ou services. Il participe à la gestion administrative et financière courante du point de vente de même qu'il veille à optimiser la gestion de ses stocks et/ou la mise à disposition de services.

Le Gestionnaire d'unité commerciale conduit son activité dans un contexte où les canaux de vente se multiplient et articulent points de vente physiques et digitaux. Le Gestionnaire d'unité commerciale doit faire preuve d'innovation, en mettant en place des actions et techniques mobilisant les nouvelles technologies (communication numérique, outils de gestion de la relation clients, outils d'aide à la vente numériques).

Selon la taille de son unité de vente, il peut avoir la responsabilité de l'animation d'une petite équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Selon la taille de son unité et son niveau de responsabilité, le Gestionnaire d'unité commerciale, option généraliste - option spécialisée peut exercer tout ou partie des domaines d'activités suivants :

1. Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phytgiales de l'unité commerciale

Pour évoluer dans ce métier et maintenir ou développer son activité, le Gestionnaire d'unité commerciale doit chercher à s'améliorer, voire à se renouveler en s'intéressant au marché dans lequel il évolue. Il développe sa connaissance des principaux acteurs implantés localement, est attentif à la concurrence, suit ses évolutions tant au niveau des produits/services proposés qu'au niveau des cibles visées.

Au sein de son unité de travail, le Gestionnaire d'unité commerciale est garant de l'image de l'enseigne ou de la marque. Contribuant au chiffre d'affaires à réaliser, il cherche à optimiser les ventes en ayant recours à différentes techniques de promotion et/ou de valorisation des produits/services et à la mise en œuvre de stratégies commerciales devant inciter à l'achat.

Il prend en compte les informations recueillies sur les comportements des visiteurs : parcours, habitudes de consommation, vitesse de circulation, modes d'observation et de prise de décision. Il peut également mettre en place des opérations promotionnelles et proposer de nouveaux produits/services selon les directives qui lui sont données.

Ses principales activités sont centrées sur :

- L'étude de la concurrence et des évolutions des pratiques de consommation sur périmètre de son enseigne au moyen d'outils numériques de captation de l'information.
- L'organisation de l'espace de vente de l'unité commerciale et la mise en place d'outils d'aide à la vente numérique.
- La mise en œuvre d'actions et techniques de promotion innovantes des produits et services proposés par son enseigne.
- La réalisation d'actions de communication et marketing physiques et numériques.

2. Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal

Le conseil, la vente et la gestion des relations avec les clients est au cœur de la fonction du Gestionnaire d'unité commerciale. C'est grâce à son positionnement et aux relations qu'il saura construire avec eux, qu'il pourra fidéliser ses clients, asseoir sa réputation et son leadership et contribuer au développement de son activité.

Il doit avoir une très bonne connaissance des produits/services qu'il commercialise afin de pouvoir mieux identifier les besoins de ses clients. Il peut ainsi accompagner ses clients dans l'acte d'achat en développant un argumentaire adapté, à l'appui d'informations obtenues en temps réel grâce à des outils connectés.

Il gère toute situation conflictuelle pouvant survenir à l'occasion de la vente d'un produit/service s'avérant défectueux ou non conforme aux attentes du client, en trouvant une solution acceptable par celui-ci et respectant les intérêts de son unité.

S'il est secondé par des collaborateurs, il s'assure que chacun d'entre eux respecte la démarche d'accueil et de conseil auprès des clients, et supervise les approches qu'ils mettent en œuvre, notamment en cas d'incident ou de réclamation.

Ses principales activités sont centrées sur :

- L'identification des caractéristiques des clients de l'unité commerciale par l'exploitation de leurs données

personnelles dans le respect du RGPD.

- L'accueil des clients sur les différents canaux de vente de l'unité commerciale et l'analyse de leurs besoins.
- Le conseil des clients, la réalisation des ventes et le traitement des réclamations.
- La mise en place des mesures d'optimisation du niveau de satisfaction des clients de l'unité commerciale.

3. Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale

Quotidiennement, il vérifie les encaissements liés au produit des ventes, et renseigne les tableaux de bords informatiques liés au suivi de celles-ci. L'étude des données recueillies lui permet de suivre la courbe de son chiffre d'affaires, les marges générées par les différents produits/services, et d'identifier ceux qui se vendent facilement ou non.

Ces données lui permettent d'identifier et de proposer les actions correctives à mettre en place, comme la définition d'offres promotionnelles, une valorisation différente des présentations effectuées, ou de créer de nouvelles offres.

Ces mêmes données lui permettent, le cas échéant, de gérer les stocks et de passer les commandes afin de procéder aux nouveaux assortiments nécessaires, ou de mettre fin à certains produits du fait de leur mévente. Régulièrement, le Gestionnaire d'unité commerciale procède à l'inventaire des stocks selon les procédures en vigueur.

Ses principales activités sont centrées sur :

- La tenue des outils de suivi de l'activité de vente de l'unité commerciale.
- L'analyse du produit des ventes et des actions promotionnelles de l'unité commerciale.
- La proposition d'actions correctives d'optimisation des ventes de l'unité commerciale.
- La gestion des commandes et approvisionnements de l'unité commerciale au moyen d'outils numériques.

4. Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe

Exerçant une activité dont l'amplitude horaire est importante, le Gestionnaire d'unité commerciale peut être secondé par un ou plusieurs collaborateurs. Dans ce cadre, il contribue à organiser le fonctionnement général de l'unité, en répartissant les tâches et en gérant son planning et celui de ses différents collaborateurs, dans le respect du code du travail. Il veille notamment à une certaine équité dans les roulements à assurer au regard des jours et des horaires.

Il veille à ce que chacun effectue son travail en respectant les règles et les normes définies, est attentif au comportement adopté vis-à-vis de la clientèle, contrôle les résultats, et identifie les points devant faire l'objet d'une amélioration. Il veille à la propreté des lieux à tout moment, contrôle le respect de la réglementation en matière de Qualité, d'Hygiène, de Sécurité et d'Environnement (QHSE) .

Il intervient dans la gestion de situations problèmes afin de trouver des solutions permettant de les surmonter, et respectant les intérêts de chacun.

Il contribue à la formation de ses collaborateurs en situation de travail, et détermine avec eux les axes de progrès à réaliser.

Ses principales activités sont centrées sur :

- L'organisation du travail et du planning des collaborateurs de l'unité commerciale.
- Le contrôle des activités réalisées au sein de l'unité commerciale.
- L'amélioration du fonctionnement opérationnel de l'unité commerciale.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1/ Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygiales de l'unité commerciale

En tenant compte de son environnement local et des évolutions du marché et en déclinant la politique commerciale de son entreprise, mettre en œuvre les actions commerciales et les opérations de marketing phygiales permettant de dynamiser les ventes de son unité tout en respectant l'image de l'enseigne ou de la marque.

- Repérer le positionnement et la zone de chalandise des entreprises concurrentes implantées localement.
- Étudier les offres produits/services et prix pratiqués par les entreprises concurrentes.
- Analyser les parcours et expériences clients proposés par les enseignes concurrentes sur les canaux physiques et digitaux.
- Repérer les tendances en émergence et les facteurs influant sur les comportements d'achat.
- Organiser la surface de vente de l'unité commerciale.
- Mettre en place des outils d'aide à la vente numériques innovants.
- Définir de nouvelles idées de promotion des produits/services commercialisés par son enseigne.
- Déployer les outils de communication commerciale physiques et digitaux de son unité.

2/ Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal

En développant une parfaite connaissance de ses clients, de leurs caractéristiques et attentes et en s'appuyant sur une connaissance approfondie de son offre commerciale, assurer la commercialisation de l'offre produits/services de

l'unité commerciale, en optimisant la relation avec ses clients afin de leur apporter satisfaction, de les fidéliser et de concrétiser leur intention d'achat.

- Analyser les caractéristiques des clients de l'unité commerciale.
- Mettre en œuvre une démarche d'accueil des clients de l'unité commerciale sur ses différents canaux de vente.
- Vérifier la mise en place des dispositions spécifiquement adaptées à l'accueil de la clientèle en situation de handicap sur les canaux de vente physiques et digitaux.
- Evaluer l'attitude à adopter à l'égard de chaque client.
- Analyser les attentes de ses clients.
- Développer un argumentaire sur les caractéristiques des produits/services proposés.
- Assurer un service après-vente.
- Contribuer à la fidélisation des clients.
- Vérifier le niveau de satisfaction des clients.

3/ Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale

En veillant à la tenue et à l'actualisation des outils de suivi d'activité au moyen de logiciels dédiés, assurer le suivi des ventes et la gestion des achats de l'unité commerciale, en analysant l'évolution de son chiffre d'affaires et des ventes, afin d'identifier les nouvelles actions pouvant contribuer à les dynamiser et d'opérer les commandes garantissant la mise à disposition des produits/services à ses clients.

- Vérifier les encaissements résultant de la vente des produits/services de l'unité commerciale.
- Assurer l'actualisation des indicateurs de suivi d'activité de l'unité commerciale.
- Analyser les résultats commerciaux de l'unité.
- Rechercher les causes de succès ou de méventes des différents produits/services.
- Déterminer les actions correctives à mettre en œuvre.
- Gérer les stocks de produits distribués dans l'unité commerciale.
- Passer les commandes de produits auprès des fournisseurs ou de la centrale d'achat de son enseigne.
- Contrôler la quantité et la qualité des produits livrés.
- Etablir les documents nécessaires au règlement des produits livrés.

4/ Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe

En tenant compte des fluctuations et des besoins de l'activité selon les heures et les saisons, collaborer à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale, en élaborant les plannings et en animant l'équipe de travail, afin d'assurer une gestion optimale de la surface de vente.

- Participer à l'organisation du travail au sein de l'unité commerciale.
- Contribuer à l'élaboration de son planning et éventuellement celui d'un ou plusieurs collaborateurs.
- Veiller à la mise en œuvre des dispositions hygiéniques et sanitaires au sein de la surface de vente.
- Contrôler la réalisation des activités de l'unité commerciale.
- Proposer des solutions opérationnelles à mettre en œuvre.
- Résoudre les situations problématiques et les conflits interpersonnels au sein de l'unité commerciale.
- Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail.

Blocs de compétences

RNCP36141BC01 — Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygiales de l'unité commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

En tenant compte de son environnement local et des évolutions du marché et en déclinant la politique commerciale de son entreprise, mettre en œuvre les actions commerciales et les opérations de marketing phygiales permettant de dynamiser les ventes de son unité tout en respectant l'image de l'enseigne ou de la marque.

C.1.1 Repérer le positionnement et la zone de chalandise des entreprises concurrentes implantées localement, en les comparant à ceux de son entreprise et aux caractéristiques de son offre produits/services et de sa promesse commerciale, afin de prendre la mesure de la concurrence et de saisir la singularité, les forces et faiblesses de son enseigne.

C.1.2 Etudier les offres produits/services et prix pratiqués par les entreprises concurrentes, en se rendant sur les différents points de vente situés sur sa zone et en consultant leurs outils numériques de promotion et de vente en ligne, afin d'identifier les innovations en matière d'offres commerciales et de les resituer au regard du positionnement de son enseigne.

C.1.3 Analyser les parcours et expériences clients proposés par les enseignes concurrentes sur les canaux physiques et digitaux, en se rendant sur leurs différents points de vente et en consultant leurs outils numériques (site institutionnel, réseaux sociaux, plateforme de e-commerce...), afin de trouver des motifs d'inspiration pour renouveler ses techniques de valorisation des produits et d'enrichir l'expérience de ses clients.

C.1.4 Repérer les tendances en émergence et les facteurs influant sur les comportements d'achat, en analysant les données issues des outils digitalisés de gestion de la relation clients de son entreprise, afin de tenir compte des évolutions des pratiques de ses clients (prise d'information préalable, multiplication des canaux d'achat, aspiration à des achats éthiques et responsables...) dans la mise en place de ses actions commerciales.

C.2.1 Organiser la surface de vente de l'unité commerciale en cohérence avec l'image de l'enseigne ou de la marque, en utilisant à bon escient les techniques de merchandising permettant la création d'un espace, d'une ambiance et d'un décor en adéquation avec son offre produits/services et participant à leur valorisation, afin de proposer à ses clients une expérience favorisant la concrétisation de leur intention d'achat.

C.2.2 Mettre en place des outils d'aide à la vente numériques innovants (bornes, tablettes, murs interactifs, réalité augmentée...), en veillant à leur attractivité, leur accessibilité et leur commodité d'utilisation, afin de permettre à ses clients de consolider leur connaissance du produit et d'affermir leur intention d'achat.

C.3 Définir de nouvelles idées de promotion des produits/services commercialisés par son enseigne, en déterminant les actions et techniques d'ordre commercial et extracommercial (événement, animation...) à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin de contribuer à l'attractivité de son unité et au développement de ses ventes.

C.4.1 Déployer les outils de communication commerciale physiques et digitaux de son unité, en veillant à leur diffusion sur chaque canal utilisé (PLV en magasin, messages promotionnels sur site internet et sur les réseaux sociaux ...), afin de dynamiser ses ventes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Une proposition d'aménagement d'un espace de vente et de mise en œuvre d'une action promotionnelle sur les canaux physiques et digitaux, s'appuyant sur l'analyse des pratiques de la concurrence et de l'évolution des comportements d'achat.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite et orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36141BC02 — Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

En développant une parfaite connaissance de ses clients, de leurs caractéristiques et attentes et en s'appuyant sur une connaissance approfondie de son offre commerciale, assurer la commercialisation de l'offre produits/services de l'unité commerciale, en optimisant la relation avec ses clients afin de leur apporter satisfaction, de les fidéliser et de concrétiser leur intention d'achat.

C.5 Analyser les caractéristiques des clients de l'unité commerciale selon leur catégorie d'appartenance et leur typologie, en identifiant les spécificités de leur comportement de consommation par l'analyse des données personnelles mises à disposition par les outils numériques de gestion de la relation clients de son entreprise, afin de déterminer les facteurs contribuant à leur décision d'achat en vue d'exercer une fonction de vendeur conseil et d'optimiser ses ventes.

C.6.1 Mettre en œuvre une démarche d'accueil des clients de l'unité commerciale sur ses différents canaux de vente, en veillant à l'application des règles de convivialité conformes aux standards et au positionnement de son enseigne, afin d'établir un climat favorable à l'acte d'achat et à la fidélisation de la relation commerciale.

C.6.2 Vérifier la mise en place des dispositions spécifiquement adaptées à l'accueil de la clientèle en situation de handicap sur les canaux de vente physiques et digitaux, en appliquant les directives de l'enseigne et en les adaptant au regard des caractéristiques de l'espace de vente, afin de garantir accessibilité et autonomie tout au long du parcours d'achat.

C.6.3 Evaluer l'attitude à adopter à l'égard de chaque client, en les observant et en tenant compte de leur comportement, afin d'adopter un positionnement adapté et d'initier une relation favorisant la réalisation de leur acte d'achat.

C.6.4 Analyser les attentes de ses clients, en développant une démarche d'écoute et en précisant leur profil et

comportement d'achat au moyen des données issues de ses outils numériques, afin de définir leurs besoins et d'adopter une posture de conseil adapté et contribuant à la personnalisation de la relation commerciale.

C.7.1 Développer un argumentaire sur les caractéristiques des produits/services proposés, en apportant aux clients des réponses fiables et actualisées à l'appui d'informations obtenues en direct grâce aux outils connectés et en mobilisant les outils numériques d'aide à la vente, afin de concrétiser l'achat d'un produit/service leur donnant satisfaction.

C.7.2 Assurer un service après-vente permettant de régler les problèmes rencontrés avec les clients, en trouvant des solutions acceptables pour ses clients suite à réclamation tout en préservant les intérêts de son unité et le respect des règles commerciales, afin de préserver la satisfaction du client.

C.8.1 Contribuer à la fidélisation des clients, en les informant régulièrement des offres dont ils peuvent bénéficier par les voies numériques et dans le respect du RGPD, afin de maintenir son volant de clientèle.

C.8.2 Vérifier le niveau de satisfaction des clients, en mettant en œuvre les enquêtes dématérialisées et en consultant leurs résultats, afin d'identifier les pratiques à capitaliser et les points d'irritation à corriger avec la mise en place d'améliorations de son offre commerciale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ La réalisation d'un acte de conseil/vente, intégrant la gestion d'une situation relationnelle difficile ou atypique avec un client.

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

2/ Une proposition d'actions de fidélisation à mettre en place

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36141BC03 — Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

En veillant à la tenue et à l'actualisation des outils de suivi d'activité au moyen de logiciels dédiés, assurer le suivi des ventes et la gestion des achats de l'unité commerciale, en analysant l'évolution de son chiffre d'affaires et des ventes, afin d'identifier les nouvelles actions pouvant contribuer à les dynamiser et d'opérer les commandes garantissant la mise à disposition des produits/services à ses clients.

C.9.1 Vérifier les encaissements résultant de la vente des produits/services de l'unité commerciale, en effectuant les actes de base du suivi de trésorerie et en identifiant et corrigeant les erreurs potentielles, afin de garantir l'exactitude des données transmises aux services comptables de son entreprise.

C.9.2 Assurer l'actualisation des indicateurs de suivi d'activité de l'unité commerciale, en renseignant les tableaux de bord permettant de rendre compte de ses résultats commerciaux dans les outils logiciels dédiés, afin de suivre les évolutions de ses ventes, de son chiffre d'affaires et des marges réalisées.

C.10.1 Analyser les résultats commerciaux de l'unité, en les comparant à ceux de l'enseigne au niveau régional ou national et à ceux de la concurrence, afin de situer l'efficacité de son action commerciale et d'identifier les succès, méventes et marges réalisées sur chaque famille de produits/services.

C.10.2 Rechercher les causes de succès ou de méventes des différents produits/services, en analysant les courbes de vente des différents produits/services commercialisés, afin de capitaliser les réussites constatées et de remédier aux insuccès.

C.11 Déterminer les actions correctives à mettre en œuvre, en s'appuyant sur les conclusions de l'analyse de l'activité, afin de dynamiser les ventes de l'offre produits/services de l'unité commerciale.

C.12.1 Gérer les stocks de produits distribués dans l'unité commerciale, en procédant à leur inventaire et leur mise à jour selon les procédures en vigueur et au moyen d'outils numériques, afin de déterminer les besoins de réapprovisionnement du magasin.

C.12.2 Passer les commandes de produits auprès des fournisseurs ou de la centrale d'achat de son enseigne, en respectant les procédures à suivre et en tenant compte des délais de livraison, afin de garantir la mise à disposition des produits et d'éviter toute rupture dans leur réassortiment.

C.12.3 Contrôler la quantité et la qualité des produits livrés, en s'assurant de leur conformité aux conditions définies lors de l'établissement des contrats et en traitant les irrégularités constatées, afin de garantir le respect des engagements des fournisseurs.

C.12.4 Etablir les documents nécessaires au règlement des produits livrés, en s'assurant de leur conformité aux conditions définies lors de l'établissement des contrats, afin d'assurer le respect de ses engagements vis-à-vis de ses fournisseurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes

1/ L'analyse des résultats d'une activité commerciale et la proposition de mesures correctives contribuant à la dynamisation des ventes

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/ La mise en œuvre d'une procédure d'approvisionnement de fournitures

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36141BC04 — Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

En tenant compte des fluctuations et des besoins de l'activité selon les heures et les saisons, collaborer à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale, en élaborant les plannings et en animant l'équipe de travail, afin d'assurer une gestion optimale de la surface de vente.

C.13.1 Participer à l'organisation du travail au sein de l'unité commerciale, en déterminant les tâches et activités à réaliser et en hiérarchisant les priorités, afin d'optimiser le fonctionnement du point de vente au regard des besoins résultant de son activité.

C.13.2 Contribuer à l'élaboration de son planning et éventuellement celui d'un ou plusieurs collaborateurs, en respectant le code du travail et en tenant compte des heures de fréquentation et en répartissant les tâches à effectuer selon les compétences, afin de garantir la disponibilité des ressources humaines suffisantes pour assurer l'activité de l'unité commerciale.

C.14.1 Veiller à la mise en œuvre des dispositions hygiéniques et sanitaires au sein de la surface de vente, en appliquant les règles et procédures découlant des obligations législatives et de la politique QHSE de son entreprise, afin de garantir la sécurité des employés.

C.14.2 Contrôler la réalisation des activités de l'unité commerciale, en vérifiant le respect des procédures, règles et normes établies par son enseigne, afin de s'assurer du bon fonctionnement du point de vente.

C.15.1 Proposer des solutions opérationnelles à mettre en œuvre, en prenant l'avis d'un ou plusieurs collaborateurs et en identifiant les points pouvant faire l'objet d'une amélioration, afin d'optimiser le fonctionnement de l'unité opérationnelle.

C.15.2 Résoudre les situations problématiques et les conflits interpersonnels au sein de l'unité commerciale, en trouvant une solution adaptée respectant les intérêts de chacun, afin de maintenir la sérénité du climat de travail.

C.15.3 Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail, en leur apportant des conseils et consignes d'ordre technique ou comportemental et en déterminant avec eux les axes de progrès à réaliser, afin de contribuer au développement de leurs compétences et à l'adoption d'une attitude conforme au positionnement de l'enseigne.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

1/ Une proposition d'organisation de travail liée à :

- une activité quotidienne,
- une activité exceptionnelle.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Gestionnaire d'unité commerciale exerce son activité au sein d'un centre de profit, celui-ci pouvant être un point de vente permanent ou éphémère, un rayon d'une grande ou moyenne surface, un magasin indépendant, une franchise ou une succursale .

Les certifiés sont pour 80% d'entre eux dans des entreprises issues du commerce de gros, commerce et grande distribution.

4% d'entre eux sont dans le secteur de l'hôtellerie-restauration-tourisme

et dans une proportion équivalente dans le secteur Informatique/Télécom/Internet.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Selon les entités dans lesquelles il travaille, les appellations suivantes peuvent être utilisées :

Adjoint de magasin spécialisation produits/service - Assistant manager - Chef d'équipe – Responsable d'équipe - Responsable de magasin - Responsable magasin spécialisé – Conseiller commercial sédentaire Adjoint au chef de rayon alimentaire – Chef d'équipe junior - Adjoint au responsable de drive - Chef de rayon junior - Manager de rayon - Adjoint au chef de rayon non alimentaire - Responsable d'univers

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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 311 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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)	41 759
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction R3X80 — Maîtrise des magasins 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

- un diplôme de niveau 4 ou baccalauréat validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement ou
- 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité commerce-distribution et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- 1 Président (personnalité qualifiée du monde économique)
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné

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

- 1 Président (personnalité qualifiée du monde économique)
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné

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	6 982 €
Selon la branche	5 900 € – 7 174 €
Prise en charge	Branches concernées
6 982 €	Valeur par défaut · 161 branches
7 174 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses
7 090 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE de l'immobilier, CPNE du négoce et distribution de combustibles solides, liquides, gazeux et produits pétroliers, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
6 500 €	CPN de la branche des Services de l'Automobile, CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP Agences de voyages et tourisme
7 038 €	CPNE Personnel navigant technique des exploitants d'hélicoptères, CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
7 125 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 088 €	CPNEFP des jardineries et graineteries, CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
6 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
5 900 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire
7 149 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 058 €	CPNEF des organismes de tourisme
7 040 €	CPNE des Télécoms
7 036 €	CPNE de la branche de la librairie
6 862 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)

Base légale

Date de décision	26/01/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/01/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	602	12	81 %	76 %
2018	741	7	85 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23827

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP23827

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.negoventis.cci.fr/formation/gestionnaire-dunite-commerciale>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36141/>

Où se former

Formations référencées	6
Organismes	5
Régions couvertes	4
Prix indicatif	1 560 € – 10 200 €
Durée	10 – 2810 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	60
Organismes gestionnaires (CFA)	37
Organismes formateurs	55
Régions couvertes	16
Départements couverts	42
Organismes certifiés Qualiopi	55

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	25
Parcours menés à terme	21
Taux d'achèvement	84 %
Période	06/2022 – 01/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	25
Montant total engagé	97 121 €
Coût moyen par dossier	3 885 €
Durée moyenne	929 h
Période	05/2022 – 01/2026
France compétences	40 %
France Travail	31 %
Reste à charge titulaire	28 %

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