

Responsable d'agence et de commerce

RNCP39395 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34554, 32094, 32079
Code(s) ROME	M1302, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	19/07/2024
Date d'échéance	19/07/2026

Certificateur(s)

ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE) · SIRET : 42084724600238

ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT · SIRET : 42084724600345

Partenaires habilités

44 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 44 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT	42084724600345	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT	42084724600352	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600089	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600162	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600196	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600204	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600212	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600220	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600238	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	42084724600246	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 44 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp39395-responsable-d-agence-et-de-commerce/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification vise le métier de « Responsable d'Agence et de Commerce » comme acteur central de la revitalisation commerciale, de la qualité de l'expérience client, de la gestion et de l'animation d'une petite ou moyenne structure de la commercialisation de produits et de services s'appuyant sur les modalités à la fois physiques et digitales, dites « phygitales ».

Le Responsable d'Agence et de Commerce représente le lien fonctionnel entre la direction et les problématiques quotidiennes de la vente en agence et en commerce. C'est un responsable à la fois de l'accueil, de la vente, de la sécurité des biens et des personnes, des locaux et des installations techniques mais aussi de la gestion des stocks et des objectifs de vente.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités visées sont les suivantes :

Analyse du marché concurrentiel, de l'image, et de l'environnement phygital d'une agence ou d'un commerce

Optimisation de l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce

Construction d'un plan d'action commercial et marketing d'une agence ou d'un commerce

Pilotage du processus de déploiement de l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce

Développement de la visibilité digitale et de l'attractivité d'une agence ou d'un commerce

Organisation et optimisation de l'expérience client d'une agence ou d'un commerce

Pilotage du développement des canaux de vente et des options de distribution d'une agence ou d'un commerce

Analyse et gestion de la relation client d'une agence ou d'un commerce

Recrutement et intégration du personnel d'une agence ou d'un commerce

Gestion opérationnelle des activités et développement des compétences du personnel d'une agence ou d'un commerce

Gestion financière et administrative d'une agence ou d'un commerce

Gérer et optimiser la chaîne d'approvisionnement d'une agence ou d'un commerce

Mise en œuvre des règles de santé, de sécurité, d'hygiène et d'environnement d'une agence ou d'un commerce

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Assurer la veille sur les pratiques et les évolutions de son secteur d'activités en identifiant des sources d'information adaptées au marché, en s'appuyant sur des outils de veille et en synthétisant les données, afin d'identifier les tendances structurelles et les opportunités de marché.

Analyser les comportements de la clientèle cible en s'appuyant sur des techniques quantitatives et qualitatives de recueil de données, en utilisant des outils d'informations terrain, des études géomarketing et en mobilisant des données commerciales de la zone afin d'évaluer le potentiel commercial et de d'ajuster le positionnement marketing.

Analyser les parcours types des clients cibles y compris ceux en situation de handicap dans un environnement multicanal en réalisant une étude inclusive des modes de consommation et des besoins exprimés afin d'identifier les canaux de vente de produits et/ou de prestations associées.

Réaliser un diagnostic de son environnement concurrentiel web et physique en utilisant les matrices d'analyse adaptées, en s'appuyant sur une grille de collecte des informations et en déterminant des critères d'évaluation afin de positionner l'agence ou le commerce sur sa zone de chalandise.

Adapter le positionnement marketing de son offre de produits ou de services en intégrant les enjeux de la RSE et en s'appuyant sur les résultats de l'étude de marché réalisée, en utilisant les différentes composantes du mix marketing afin de se différencier des autres acteurs du marché et de valoriser son image auprès des clients.

Actualiser l'offre principale de produits et de services en l'adaptant aux tendances du marché et aux caractéristiques de la zone de chalandise, tout en assurant l'inclusivité et l'accessibilité de l'offre pour tous les clients, y compris ceux ayant des besoins spécifiques liés à des handicaps afin de répondre au positionnement marketing défini.

Proposer une hybridation entre l'offre de produits et de services en développant une offre complémentaire attractive, digitalisée et/ou éco responsable en cohérence avec les tendances et besoins repérés afin de créer une valeur ajoutée différenciante et de renforcer la rentabilité de l'agence ou du commerce.

Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels sur une période donnée en tenant compte des ressources et compétences afin de favoriser l'implication des membres de l'équipe et l'organisation du travail au sein de l'équipe.

Construire un plan d'actions opérationnel en incluant la stratégie, les actions commerciales à mener et les indicateurs de performances clés à mesurer afin de répondre à l'objectif de développement du chiffre d'affaires.

Encadrer les pratiques de déploiement des prestations d'offres de produits et de services en les standardisant et en

développant les compétences techniques des collaborateurs opérationnels afin de garantir une délivrance de prestation conforme au contrat de vente et homogène entre les mêmes catégories de clients.

Superviser la mise à disposition des guides et outils d'optimisation du parcours client en déployant des interfaces communicantes (Chatbot...), en tenant compte des retours de l'analyse clients afin de le fluidifier et de supprimer les irritants comme les points de blocages, tout en intégrant des principes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et en alignant les actions avec les objectifs de responsabilité sociale de l'entreprise.

Contrôler la e-réputation de son agence ou de son commerce en développant un storytelling, en réalisant une veille sur sa présence en ligne, en mettant en œuvre une stratégie de référencement forte tout en prenant en compte les enjeux de la RSE afin de gagner en visibilité et de créer une connexion émotionnelle avec les clients.

Créer des espaces scénarisés en proposant des offres de produits et de services en agençant et aménageant ces espaces selon une esthétique diffusable et valorisable sur les réseaux sociaux tout en prenant compte les enjeux de la RSE et les situations de handicaps éventuelles afin de créer un environnement attrayant et de développer le sentiment d'appartenance des clients.

Organiser l'animation des espaces de vente en créant des événements innovants à destination des clients, en adaptant les lieux à des personnes en situation de handicap afin d'attirer l'attention du consommateur et de déclencher son intention d'achat.

Développer l'animation d'une communauté clients sur les réseaux sociaux en partageant régulièrement du contenu, et en créant des événements en lien avec l'identité de la marque et ses valeurs, afin de susciter l'engagement des clients et d'attirer les prospects.

Analyser les besoins des clients à partir de la collecte et l'analyse de leurs données en utilisant l'IA pour personnaliser sa communication web en temps réel afin de déclencher l'achat.

Piloter la diversification et la complémentarité des canaux de vente de l'agence ou du commerce, en phase avec les besoins des clients et les tendances, afin d'abolir les frontières entre le commerce online et offline et de faciliter l'achat des clients.

Développer des options de distribution écoresponsables en cohérence avec la politique RSE du commerce ou de l'agence, en auditant les pratiques actuelles, en sélectionnant des transporteurs et des solutions d'emballages durables et/ ou des produits respectueux de l'environnement afin de répondre aux enjeux sociétaux du développement durable et aux attentes des consommateurs.

Analyser la satisfaction client, en collectant les données correspondantes en définissant et utilisant les indicateurs de suivi et mesure de l'expérience client, afin de définir des actions correctives visant la fidélisation client et de sécuriser le chiffre d'affaires.

Traiter les réclamations et/ou litiges des clients du commerce ou de l'agence, selon les cas, en évaluant le bien fondé des requêtes, en utilisant les techniques de négociation et en proposant des solutions visant à résoudre sa problématique pour préserver la confiance et la satisfaction client tout en réduisant l'impact des contentieux.

Favoriser une relation-client en proposant aux clients différentes actions de fidélisation physique et en ligne à court terme et à long terme afin de créer de la valeur.

Définir les besoins en personnel de l'agence ou du commerce en mettant en corrélation les objectifs opérationnels fixés et les compétences manquantes, en élaborant des profils de poste détaillés valorisant la diversité, et en formalisant les besoins quantitatifs et qualitatifs des postes à pourvoir afin de disposer des compétences permettant l'atteinte des objectifs de rentabilité et de productivité tout en anticipant les évolutions du marché.

Concevoir des processus de recrutement allant jusqu'à l'intégration de poste en définissant les techniques de recrutement à utiliser, en assurant une communication claire auprès des candidats ainsi que le respect de la réglementation légale afin de recruter des profils en adéquation avec le besoin établi.

Gérer les plannings et le staffing de l'agence ou du commerce en tenant compte de son activité et de son fonctionnement, en assurant une communication bidirectionnelle entre les salariés et lui-même sur l'ordonnancement afin d'optimiser l'allocation des ressources et l'efficacité des plannings dans le respect de la législation du travail.

Animer l'équipe de l'agence ou du commerce en développant des outils et méthodes de motivation individuelles et d'équipe, en déployant un mode de communication régulier et clair, ainsi qu'en anticipant les conflits potentiels afin de développer un environnement de travail collaboratif et inclusif.

Piloter le développement des compétences relationnelles relatives à l'accueil, au conseil et à la personnalisation de la relation client en organisant régulièrement des formations interactives pouvant faire appel aux outils digitaux en développant le mentorat entre les anciens salariés et les plus récents afin de renforcer l'engagement des collaborateurs en contact direct avec la clientèle, d'une part et d'améliorer l'expérience client, d'autre part.

Gérer les budgets de l'agence ou du commerce, en fonction des objectifs opérationnels fixés par la direction de l'entreprise, en définissant des outils et des indicateurs de suivi ainsi qu'en analysant les écarts éventuels afin de

mettre en place des actions correctives qui assurent la rentabilité de l'agence ou du commerce.

Gérer le compte d'exploitation de l'agence ou du commerce, en analysant et interprétant les résultats, en élaborant des prévisions budgétaires, en suivant et ajustant les performances financières afin de les optimiser.

Coordonner les activités de gestion des stocks, des commandes et des livraisons de l'agence ou du commerce en analysant les tendances de ventes, en planifiant les besoins et en établissant des relations partenariales solides avec les fournisseurs afin de répondre aux besoins des clients.

Piloter la performance de la chaîne d'approvisionnement de l'agence ou du commerce, en mobilisant des outils technologiques de suivi et de gestion de stocks en temps réel, de prévisions de la demande, des commandes et en surveillant les indicateurs de performance clés afin de réduire les coûts et améliorer la satisfaction des clients.

Organiser son lieu de vente en rendant les produits accessibles et en créant un plan de merchandising attrayant afin de valoriser le produit et de booster ses ventes.

Déployer des mesures de préventions des risques de santé sécurité au travail et de sécurisation des produits, en formant les salariés, en affichant les consignes de sécurité, et en contrôlant via les applicatifs de gestion pour limiter les risques matériels et humains ainsi que les risques de dépréciation des stocks

Mettre en place des contrôles internes réguliers portant sur la conformité des règles d'hygiène et de sécurité de l'agence ou du commerce en vérifiant l'application des procédures définies, en assurant une veille réglementaire, afin de garantir la conformité du commerce ou de l'agence avec les normes en vigueur.

Superviser l'application des règles de recyclage et de tri sélectif des déchets de l'agence ou du commerce dans le respect de la politique écoresponsable définie, en contrôlant et en encourageant la généralisation de ces pratiques, en mettant en place des actions préventives et curatives afin de sécuriser l'application des pratiques décidées.

Blocs de compétences

RNCP39395BC01 — Développer l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer la veille sur les pratiques et les évolutions de son secteur d'activités en identifiant des sources d'information adaptées au marché, en s'appuyant sur des outils de veille et en synthétisant les données, afin d'identifier les tendances structurelles et les opportunités de marché.

Analyser les comportements de la clientèle cible en s'appuyant sur des techniques quantitatives et qualitatives de recueil de données, en utilisant des outils d'informations terrain, des études géomarketing et en mobilisant des données commerciales de la zone afin d'évaluer le potentiel commercial et de d'ajuster le positionnement marketing.

Analyser les parcours types des clients cibles y compris ceux en situation de handicap dans un environnement multicanal en réalisant une étude inclusive des modes de consommation et des besoins exprimés afin d'identifier les canaux de vente de produits et/ou de prestations associées.

Réaliser un diagnostic de son environnement concurrentiel web et physique en utilisant les matrices d'analyse adaptées, en s'appuyant sur une grille de collecte des informations et en déterminant des critères d'évaluation afin de positionner l'agence ou le commerce sur sa zone de chalandise.

Adapter le positionnement marketing de son offre de produits ou de services en intégrant les enjeux de la RSE et en s'appuyant sur les résultats de l'étude de marché réalisée, en utilisant les différentes composantes du mix marketing afin de se différencier des autres acteurs du marché et de valoriser son image auprès des clients.

Actualiser l'offre principale de produits et de services en l'adaptant aux tendances du marché et aux caractéristiques de la zone de chalandise, tout en assurant l'inclusivité et l'accessibilité de l'offre pour tous les clients, y compris ceux ayant des besoins spécifiques liés à des handicaps afin de répondre au positionnement marketing défini.

Proposer une hybridation entre l'offre de produits et de services en développant une offre complémentaire attractive, digitalisée et/ou éco responsable en cohérence avec les tendances et besoins repérés afin de créer une valeur ajoutée différenciante et de renforcer la rentabilité de l'agence ou du commerce.

Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels sur une période donnée en tenant compte des ressources et compétences afin de favoriser l'implication des membres de l'équipe et l'organisation du travail au sein de l'équipe.

Construire un plan d'actions opérationnel en incluant la stratégie, les actions commerciales à mener et les indicateurs de performances clés à mesurer afin de répondre à l'objectif de développement du chiffre d'affaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle :

Production écrite suivi d'un entretien professionnel sous forme de questionnaire à l'oral.

Partie 1 :A partir d'une situation réelle ou fictive de développement d'une agence ou d'un commerce, le candidat doit

évaluer le potentiel de développement commercial en réalisant une veille et une étude de marché comprenant une analyse, des évolutions de l'environnement général de son marché?; des attentes, des besoins et habitudes des consommateurs?et de la concurrence (offre, positionnement, innovations...).

Partie 2 : En parallèle de l'étude de marché, le candidat réalise un diagnostic interne et externe de son agence ou de son commerce à l'aide de matrices d'analyse stratégiques.

Partie 3 : A partir des analyses menées, le candidat présente : Le potentiel de consommation quantitatif de l'agence ou du commerce?; un positionnement marketing permettant de se différencier de la concurrence et de valoriser l'image de l'agence et du commerce?; des axes d'améliorations de l'offre principale et complémentaire de services et de produits adaptée aux besoins exprimés?; des propositions de différenciation?: expérience client, processus, système tarifaire?; un process de mise à jour régulier de l'offre principale et complémentaire? et un plan d'action commercial et marketing.

Partie 4 : Une situation est présentée pour laquelle deux clients ayant souscrit au même service ne bénéficient pas d'une prestation similaire. En qualité de responsable?: le candidat décrit les mesures qu'il met en œuvre pour garantir la stricte conformité des prestations de clients d'une catégorie homogène?; il réalise une analyse critique des guides et/ou des outils d'optimisation du parcours client qui lui sont fournis.

RNCP39395BC02 — Placer l'expérientiel et la communauté au cœur de la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

Contrôler la e-réputation de son agence ou de son commerce en développant un storytelling, en réalisant une veille sur sa présence en ligne, en mettant en œuvre une stratégie de référencement forte tout en prenant en compte les enjeux de la RSE afin de gagner en visibilité et de créer une connexion émotionnelle avec les clients.

Créer des espaces scénarisés en proposant des offres de produits et de services en agençant et aménageant ces espaces selon une esthétique diffusable et valorisable sur les réseaux sociaux tout en prenant compte les enjeux de la RSE et les situations de handicaps éventuelles afin de créer un environnement attrayant et de développer le sentiment d'appartenance des clients.

Organiser l'animation des espaces de vente en créant des événements innovants à destination des clients, en adaptant les lieux à des personnes en situation de handicap afin d'attirer l'attention du consommateur et de déclencher son intention d'achat.

Développer l'animation d'une communauté clients sur les réseaux sociaux en partageant régulièrement du contenu, et en créant des événements en lien avec l'identité de la marque et ses valeurs, afin de susciter l'engagement des clients et d'attirer les prospects.

Analyser les besoins des clients à partir de la collecte et l'analyse de leurs données en utilisant l'IA pour personnaliser sa communication web en temps réel afin de déclencher l'achat.

Piloter la diversification et la complémentarité des canaux de vente de l'agence ou du commerce, en phase avec les besoins des clients et les tendances, afin d'abolir les frontières entre le commerce online et offline et de faciliter l'achat des clients.

Développer des options de distribution écoresponsables en cohérence avec la politique RSE du commerce ou de l'agence, en auditant les pratiques actuelles, en sélectionnant des transporteurs et des solutions d'emballages durables et/ ou des produits respectueux de l'environnement afin de répondre aux enjeux sociétaux du développement durable et aux attentes des consommateurs.

Analyser la satisfaction client, en collectant les données correspondantes en définissant et utilisant les indicateurs de suivi et mesure de l'expérience client, afin de définir des actions correctives visant la fidélisation client et de sécuriser le chiffre d'affaires.

Traiter les réclamations et/ou litiges des clients du commerce ou de l'agence, selon les cas, en évaluant le bien fondé des requêtes, en utilisant les techniques de négociation et en proposant des solutions visant à résoudre sa problématique pour préserver la confiance et la satisfaction client tout en réduisant l'impact des contentieux.

Favoriser une relation-client en proposant aux clients différentes actions de fidélisation physique et en ligne à court terme et à long terme afin de créer de la valeur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle, réelle ou reconstituée?:

production écrite en groupe et soutenance individuelle.

Partie 1 : A partir d'un cas réel ou reconstitué?: Le candidat présente un plan d'action pour contrôler son e-réputation?: storytelling, veille, référencement, supports et événements?; il propose la création d'espaces scénarisés au sein de l'agence ou du commerce en décrivant les offres de produits et services associés à ces espaces afin d'attirer les clients et développer leur sentiment d'appartenance?; il décrit les actions d'animation qu'il envisage de

mettre en place sur l'espace de vente et les espaces scénarisés créés?; il écrit sa feuille de route pour animer sa communauté de clients sur les réseaux sociaux?: description du ou des réseau(x) retenu(s), écriture d'un post, proposition d'un plan d'actions.

Partie 2 : A partir des données fournies dans le cadre du cas présenté, le candidat?: Analyse les besoins de sa clientèle et définit la communication web la plus adaptée à sa cible pour susciter l'envie et déclencher l'achat?, préconise les canaux de vente les plus adaptés à ses cibles pour faciliter le parcours client et déclencher l'achat.

Partie 3 : A partir de différentes solutions de transports et d'emballages proposés?:

Le candidat présente à l'écrit ses choix de fournisseurs et d'emballages pour répondre à la fois aux enjeux sociétaux du développement durable et aux attentes des consommateurs?; il définit les indicateurs de mesure de la satisfaction clients afin d'identifier les éventuels points à améliorer et ainsi de mettre en place des actions correctives pour fidéliser les clients?; il analyse les requêtes et réclamations des clients fournies dans le cas présenté et propose des solutions adaptées à chacune afin de préserver la qualité de la relation clients?; il propose des actions de fidélisation physique et en ligne à court et long terme.

RNCP39395BC03 — Piloter les équipes opérationnelles d'une agence ou d'un commerce

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les besoins en personnel de l'agence ou du commerce en mettant en corrélation les objectifs opérationnels fixés et les compétences manquantes, en élaborant des profils de poste détaillés valorisant la diversité, et en formalisant les besoins quantitatifs et qualitatifs des postes à pourvoir afin de disposer des compétences permettant l'atteinte des objectifs de rentabilité et de productivité tout en anticipant les évolutions du marché.

Concevoir des processus de recrutement allant jusqu'à l'intégration de poste en définissant les techniques de recrutement à utiliser, en assurant une communication claire auprès des candidats ainsi que le respect de la réglementation légale afin de recruter des profils en adéquation avec le besoin établi.

Gérer les plannings et le staffing de l'agence ou du commerce en tenant compte de son activité et de son fonctionnement, en assurant une communication bidirectionnelle entre les salariés et lui-même sur l'ordonnancement afin d'optimiser l'allocation des ressources et l'efficacité des plannings dans le respect de la législation du travail.

Animer l'équipe de l'agence ou du commerce en développant des outils et méthodes de motivation individuelles et d'équipe, en déployant un mode de communication régulier et clair, ainsi qu'en anticipant les conflits potentiels afin de développer un environnement de travail collaboratif et inclusif.

Piloter le développement des compétences relationnelles relatives à l'accueil, au conseil et à la personnalisation de la relation client en organisant régulièrement des formations interactives pouvant faire appel aux outils digitaux en développant le mentorat entre les anciens salariés et les plus récents afin de renforcer l'engagement des collaborateurs en contact direct avec la clientèle, d'une part et d'améliorer l'expérience client, d'autre part.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle :

Production écrite suivi d'un entretien professionnel sous forme de questionnement à l'oral.

Partie 1 : A partir d'une situation réelle ou fictive et du projet de développement de l'agence ou du commerce?: Le candidat, décrit les besoins en personnel (quantité et qualité) nécessaires à l'atteinte des objectifs?; il établit les processus de recrutement, depuis la fiche de poste jusqu'à l'intégration, en garantissant le respect de la réglementation légale?; il présente l'organisation du staffing de son commerce ou de son agence sur une durée définie dans le cas, en établissant un planning prévisionnel qui respecte les contraintes du droit du travail?; il prévoit et décrit des temps de réunions réguliers avec l'équipe.

Partie 2 : Une situation est présentée pour laquelle deux clients ayant souscrit au même service ne bénéficient pas d'une prestation similaire. En qualité de responsable, il décrit un plan d'actions pour développer les compétences relationnelles de ses collaborateurs en fonction de la situation présentée.

RNCP39395BC04 — Gérer les opérations financières, administratives et logistiques d'une agence ou d'un commerce

LISTE DE COMPÉTENCES

Gérer les budgets de l'agence ou du commerce, en fonction des objectifs opérationnels fixés par la direction de l'entreprise, en définissant des outils et des indicateurs de suivi ainsi qu'en analysant les écarts éventuels afin de mettre en place des actions correctives qui assurent la rentabilité de l'agence ou du commerce.

Gérer le compte d'exploitation de l'agence ou du commerce, en analysant et interprétant les résultats, en élaborant des prévisions budgétaires, en suivant et ajustant les performances financières afin de les optimiser.

Coordonner les activités de gestion des stocks, des commandes et des livraisons de l'agence ou du commerce en

analysant les tendances de ventes, en planifiant les besoins et en établissant des relations partenariales solides avec les fournisseurs afin de répondre aux besoins des clients.

Piloter la performance de la chaîne d'approvisionnement de l'agence ou du commerce, en mobilisant des outils technologiques de suivi et de gestion de stocks en temps réel, de prévisions de la demande, des commandes et en surveillant les indicateurs de performance clés afin de réduire les coûts et améliorer la satisfaction des clients.

Organiser son lieu de vente en rendant les produits accessibles et en créant un plan de merchandising attrayant afin de valoriser le produit et de booster ses ventes.

Déployer des mesures de préventions des risques de santé sécurité au travail et de sécurisation des produits, en formant les salariés, en affichant les consignes de sécurité, et en contrôlant via les applicatifs de gestion pour limiter les risques matériels et humains ainsi que les risques de dépréciation des stocks.

Mettre en place des contrôles internes réguliers portant sur la conformité des règles d'hygiène et de sécurité de l'agence ou du commerce en vérifiant l'application des procédures définies, en assurant une veille réglementaire, afin de garantir la conformité du commerce ou de l'agence avec les normes en vigueur.

Superviser l'application des règles de recyclage et de tri sélectif des déchets de l'agence ou du commerce dans le respect de la politique écoresponsable définie, en contrôlant et en encourageant la généralisation de ces pratiques, en mettant en place des actions préventives et curatives afin de sécuriser l'application des pratiques décidées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle :

Production écrite suivi d'un entretien professionnel sous forme de questionnement à l'oral.

Partie 1 : Le cas réel ou reconstitué fournit des données financières à partir desquelles? : Le candidat, élabore les budgets (budget des ventes, budget d'exploitation, budget de trésorerie) et présente les indicateurs qu'il retient pour mesurer les écarts budgétaires au gré de l'exercice?;

A partir des données d'exploitation clôturées, il analyse la situation de son commerce ou de son agence et formule des préconisations afin d'optimiser les performances financières de son entité.

Partie 2 : A partir de données de suivi de la chaîne d'approvisionnement et d'un panel de nouveaux produits ou consommables?proposés par différents fournisseurs, le candidat doit? : Etablir un calendrier prévisionnel de commandes auprès des principaux fournisseurs?; présenter la manière dont il entend animer la relation avec ses fournisseurs?; mesurer la performance de la chaîne d'approvisionnement et proposer des axes d'amélioration?; optimiser le rangement de son rayon en créant un plan de merchandising attrayant. Il précisera le ou les produits qu'il décide de mettre en avant.

Partie 3 : A partir d'un contexte fourni dans l'étude de cas, le candidat liste les principaux risques identifiés (matériel, humain, risque sur le stock...) et formule ses préconisations d'actions pour prévenir ces risques?; le candidat, décrit la procédure de contrôle qu'il mettrait en place dans le contexte de l'entreprise en vue d'assurer le respect des règles d'hygiène et de sécurité du commerce ou de l'agence?; il décrit les actions qu'il mettrait en place afin d'assurer l'application des règles de recyclage et de tri des déchets de l'agence ou du commerce.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les responsables d'agence et de commerce peuvent travailler dans de nombreux secteurs tels que la sécurité, la distribution ou encore, l'aide à domicile.

Le secteur dans lequel ils opèrent influence grandement leurs activités, les produits et services qu'ils gèrent, ainsi que les stratégies commerciales à adopter.

Ils doivent se tenir informés des tendances du marché, de la concurrence, et des évolutions réglementaires qui peuvent affecter leur secteur d'activité.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

En fonction de son lieu d'exercice et des missions qui lui sont confiées, le Responsable d'Agence et de Commerce peut avoir différents intitulés de postes, tels que :

- Responsable d'agence
- Responsable d'agence commerciale
- Responsable adjoint
- Responsable de site
- Responsable de magasin
- Responsable de commerce

- Responsable réseaux de franchises, affiliés, indépendants
- Directeur d'agence (s)
- Directeur d'exploitation
- Directeur régional agences/ commerces

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de responsable d'agence et de commerce n'est pas réglementé.

Néanmoins, il doit être en mesure d'appliquer une réglementation précise dans les domaines commercial et marketing et notamment la législation (cadres réglementaires) suivante :

- Loi relative à la protection des données personnelles (RGPD) à compter du 25 mai 2018 ;
- Droit des affaires et commercial ;
- Droit du travail et droit de l'emploi.

Ce métier doit respecter la réglementation normative qui entoure son domaine/ secteur d'activité (labels, normes ISO...).

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 417
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les prérequis à l'entrée en formation définis sont les suivants :

- Être titulaire au minimum d'une Certification professionnelle de Niveau 5 de l'enseignement technique ou Universitaire – BTS/DUT) ou avoir validé au moins deux années de formation post baccalauréat dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat ou d'un diplôme étranger admis en équivalence ;
- Ou être titulaire d'un diplôme ou titre de niveau inférieur et avoir occupé pendant au moins 3 ans des fonctions de chef de rayon, responsable de commerce ou de magasin adjoint, responsable e-commerce, responsable de secteur ou de département, manager de rayon, manager de la relation client, manager opérationnel d'unité commerciale, conseiller de vente et de services, Commercial sédentaire, Commercial itinérant, Vendeur négociateur, chargé de clientèle, conseiller commercial.

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

Le jury de délivrance de la certification est composé de 5 personnes en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs:

- 1 Président de jury professionnel extérieur à IFAG ;
- 2 représentants de IFAG dont la direction de l'école IFAG ;
- 2 professionnels extérieurs à l'école exerçant ou ayant exercé le métier visé.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury de délivrance de la certification est composé de 5 personnes en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs:

- 1 Président de jury professionnel extérieur à IFAG ;
- 2 représentants de IFAG dont la direction de l'école de IFAG ;
- 2 professionnels extérieurs à l'école exerçant ou ayant exercé le métier visé.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de délivrance de la certification est composé de 5 personnes en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs :

- 1 Président de jury représentant IFAG ;
- 1 représentant de IFAG ;
- 3 professionnels extérieurs à l'école ou ayant exercé le métier visé.

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	8 181 €
Selon la branche	6 000 € – 8 254 €
Prise en charge	Branches concernées
8 181 €	Valeur par défaut · 174 branches
8 254 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la branche des industries et commerces de la récupération, CPNEFP de la métallurgie
7 516 €	CNPEFP des sociétés d'assistance, CPNE des agents généraux d'assurance, CPNFPE des sociétés d'assurances
7 768 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de l'audiovisuel
7 650 €	CNPE des sociétés financières, CPNE de l'immobilier
7 857 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
7 496 €	CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme
7 475 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 440 €	CPNE chimie
7 242 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 017 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	19/07/2024
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	19/07/2026
Date de dernière délivrance possible	19/07/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	16	1	100 %	94 %
2021	6	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35256

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42475

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39395/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 09/2027

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