



REFERENTIEL EMPLOI ACTIVITES COMPETENCES

DU TITRE PROFESSIONNEL

Responsable de rayon

Niveau IV

Site : <http://travail-emploi.gouv.fr>

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	1/40

SOMMAIRE

	Pages
Présentation de l'évolution du Titre Professionnel	5
Contexte de l'examen du Titre Professionnel.....	5
Liste des activités	6
Vue synoptique de l'emploi-type.....	8
Fiche emploi type	9
Fiches activités types de l'emploi	13
Fiches compétences professionnelles de l'emploi	17
Fiche compétences transversales de l'emploi.....	31
Glossaire technique.....	33
Glossaire du REAC	37

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	3/40

Introduction

Présentation de l'évolution du Titre Professionnel

Le titre professionnel « Responsable de rayon » conserve la configuration en deux activités de la version précédente (JO du 03/11/2012) mais la répartition des compétences est remaniée et celles-ci sont actualisées pour intégrer les évolutions de l'emploi.

La première activité-type s'intitule « Développer *l'efficacité commerciale** dans un environnement omnicanal » et intègre les compétences nécessaires pour gérer l'espace de vente et les *parcours d'achat** des clients ;

La deuxième activité-type se nomme « Animer l'équipe de l'espace de vente » et réunit les compétences nécessaires pour animer une équipe au quotidien, pour contribuer au développement des compétences de ses membres, et pour organiser son activité à court et moyen terme.

Contexte de l'examen du Titre Professionnel

L'analyse du travail menée¹ confirme des changements dans la structuration de l'emploi sans remettre en question les aspects traditionnels du métier qui sont la gestion d'un espace de vente et l'animation d'une équipe.

Les principales évolutions des compétences sont issues des constats suivants :

Dans l'ère digitale, l'interdépendance entre le *commerce ubiquitaire**, la mutation des magasins physiques, l'omniprésence des outils numériques mobiles dans le parcours clients et l'évolution des modes de consommation obligent les enseignes à repenser la relation distribution - production afin de développer de nouvelles chaînes de valeur et de développer la performance commerciale.

L'*expérience client** est entrée dans une phase de mutation, avec le développement des objets connectés, des communautés de clients et des capacités de connaissance des clients. En effet avec la standardisation des produits, le facteur différenciant et innovant réside de plus en plus dans le service apporté au client par l'enseigne. Le client veut se sentir unique, au centre de l'acte de vente. Le client, toujours plus informé et plus exigeant n'hésite pas à exprimer son enthousiasme ou son insatisfaction sur les réseaux sociaux devenus incontournables. L'*expérience client** est donc considérée comme une source d'influence de la satisfaction et de la fidélisation.

Les enseignes doivent, pour rester attractives vis-à-vis du *e-commerce**, apporter des éléments exclusifs au niveau de l'offre, comme de la mise en scène pour faire vivre des expériences singulières au client et le fidéliser.

Impacté par cette évolution de la relation client et l'environnement technologique, le métier de responsable de rayon voit ses contours redéfinis sous l'impulsion de ces évolutions qui ont modifié l'organisation des moyens humains et matériels, suppose la maîtrise des outils numériques mobiles, des applicatifs de l'enseigne et ont renforcé les fondamentaux du commerce que sont la gestion d'un espace de vente, l'animation et la formation de l'équipe.

En qualité de manager de proximité, le responsable de rayon occupe une fonction d'interface et de relais entre le management de l'enseigne qui définit la stratégie, l'équipe qu'il accompagne au quotidien et les clients.

Il doit donc faire évoluer ses compétences pour s'adapter aux évolutions organisationnelles impulsées par sa hiérarchie dans l'objectif d'un développement commercial mais aussi pour favoriser l'adaptation de l'équipe aux évolutions technologiques et organisationnelles.

L'ensemble des compétences du titre « Responsable de rayon » intègre donc les savoir-faire nécessaires à l'utilisation des outils numériques, les savoir-faire indispensables pour faire vivre au client une

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	5/40

expérience qualitative mais aussi les connaissances et savoir-faire nécessaires pour contribuer à la formation de l'équipe et à l'intégration de nouveaux membres.

L'activité « Développer *l'efficacité commerciale** dans un environnement omnicanal » est centrée sur la logistique et la gestion des *flux marchands**, la scénarisation des produits et services, la relation client dans un parcours omnicanal ainsi que sur la performance commerciale de l'espace de vente.

L'activité « Animer l'équipe de l'espace de vente » est centrée sur le l'organisation et la mobilisation des moyens humains.

* Une astérisque, placée à la suite d'un mot, renvoie le lecteur à une définition du glossaire technique.

¹ L'emploi du responsable de rayon a été analysé au moyen d'enquêtes auprès d'enseignes de la distribution et du commerce de détail, de tailles différentes et avec des structures et des organisations diverses, l'analyse des offres d'emploi, des fiches de poste et de la presse professionnelle.

Liste des activités

Ancien TP : Responsable de Rayon

Activités :

- Animer commercialement la surface de vente et l'équipe
- Gérer le rayon, les produits, les services et les collaborateurs

Nouveau TP : Responsable de rayon

Activités :

- Développer l'efficacité commerciale dans un environnement omnicanal
- Animer l'équipe d'un espace de vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	6/40

Vue synoptique de l'emploi-type

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Développer l'efficacité commerciale dans un environnement omnicanal	1	Gérer l'approvisionnement de l'espace de vente
		2	Réaliser le merchandising
		3	Développer les ventes en prenant en compte le parcours d'achat du client
		4	Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'espace de vente et proposer des ajustements à sa hiérarchie
2	Animer l'équipe d'un espace de vente	5	Organiser l'activité de l'équipe et s'assurer de la réalisation des différentes tâches attribuées
		6	Contribuer à l'intégration de nouveaux membres de l'équipe et à la formation de l'équipe
		7	Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien

FICHE EMPLOI TYPE

Responsable de rayon

Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice

Le responsable de rayon assure l'organisation optimale d'un espace de vente et l'animation d'une équipe au quotidien afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation du client, de développer le chiffre d'affaires et d'atteindre les objectifs commerciaux fixés par la hiérarchie.

En s'appuyant sur l'équipe, et afin de maintenir la continuité du *parcours client**, il entretient et développe l'aspect marchand et l'attractivité de l'espace de vente, en tenant compte de l'offre produit et des modes de consommation des clients. Il adapte les stocks et consulte régulièrement les états des ventes en utilisant les applicatifs de l'enseigne.

Le responsable de rayon suit la réalisation des objectifs commerciaux et analyse les indicateurs de performance. En cas de variation, il propose des ajustements à son responsable hiérarchique et les met en œuvre avec l'équipe.

Au quotidien, le responsable de rayon organise et coordonne l'activité des membres de l'équipe. Il transmet les consignes, communique les objectifs individuels et collectifs et entretient et développe la motivation des membres de l'équipe. Il prépare et met en place le processus d'intégration de nouveaux membres de l'équipe, il valorise les compétences individuelles et collectives, identifie les besoins en perfectionnement et propose ou conduit des actions de formation. En fonction de la structure de l'entreprise, il participe ou réalise les différents entretiens en collaboration avec sa hiérarchie.

Le responsable de rayon exerce en petite, moyenne ou grande surface, alimentaire ou non-alimentaire, dans l'espace de vente et dans les réserves. Ses conditions d'exercice varient selon la taille de l'espace de vente et de la nature des produits.

Il travaille sous la responsabilité d'une hiérarchie à qui il rend compte de son activité au quotidien. Dans la limite de ses responsabilités et dans le cadre des réglementations et des procédures internes à l'enseigne, il peut faire preuve d'initiatives dans l'organisation de son activité. Il respecte et fait respecter les règles d'hygiène et de sécurité, de sûreté, de qualité et de protection de la santé au travail.

En cas d'imprévu, il réagit rapidement, modifie ses priorités et s'adapte à la situation du moment.

Outre l'équipe et la hiérarchie, le responsable de rayon est en contact direct avec les clients. Il assure l'interface avec les transporteurs, les fournisseurs, les conseillers commerciaux, le personnel de sécurité et de maintenance et les services internes de l'enseigne.

En fonction des contraintes de l'activité, des fluctuations clients et aléas, ses horaires de travail peuvent être décalés et des astreintes sont possibles. Il peut être amené à travailler le dimanche et certains jours fériés. Généralement, l'emploi s'exerce dans un environnement bruyant et nécessite de nombreux déplacements dans l'espace de vente. Les variations de température peuvent être importantes. Le responsable de rayon peut être amené à participer aux tâches de manutention pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis.

Le responsable de rayon prend en compte au quotidien la loi sur la *transition énergétique pour la croissance verte** et la *responsabilité sociétale des entreprises (RSE)**.

Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

- Grandes et moyennes surfaces alimentaires ou spécialisées
- Boutiques
- Négoces interentreprises

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	9/40

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Adjoint de rayon
- Second de rayon
- Adjoint responsable de magasin
- Responsable de rayon
- Chef de rayon
- Manager de rayon
- Animateur de rayon

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Equivalences avec d'autres certifications (le cas échéant)

Sans objet.

Liste des activités types et des compétences professionnelles

1. Développer l'efficacité commerciale dans un environnement omnicanal

Gérer l'approvisionnement de l'espace de vente

Réaliser le merchandising

Développer les ventes en prenant en compte le parcours d'achat du client

Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'espace de vente et proposer des ajustements à sa hiérarchie

2. Animer l'équipe d'un espace de vente

Organiser l'activité de l'équipe et s'assurer de la réalisation des différentes tâches attribuées

Contribuer à l'intégration de nouveaux membres de l'équipe et à la formation de l'équipe

Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien

Compétences transversales de l'emploi (le cas échéant)

Transmettre des consignes oralement et par écrit

Utiliser les outils numériques mobiles et les applicatifs de gestion d'un espace de vente

Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'enseigne

Niveau et/ou domaine d'activité

Niveau IV (Nomenclature de 1969)

Convention(s) : n° 3008 : Convention collective nationale des détaillants en chaussures

n° 3010: Convention collective nationale des fleuristes, de la vente et des services des animaux familiers

n° 3049 : Convention collective nationale du commerce des articles de sports et d'équipements de loisirs

n° 3056 : Convention collective nationale du négoce de l'ameublement

n° 3065 : Convention collective nationale des maisons à succursales de vente au détail d'habillement

n° 3076 : Convention collective nationale des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager

n° 3082 : Convention collective nationale des grands magasins et magasins populaires

n° 3120 : Convention collective nationale du commerce succursaliste de la chaussure

n° 3154 : Convention collective nationale des employés, techniciens et agents de maîtrise du négoce des matériaux de construction

n° 3232 : Convention collective nationale du bricolage (Vente au détail en libre-service)

n° 3240 : Convention collective nationale du commerce de détail de l'horlogerie bijouterie

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	10/40

n° 3241 : Convention collective nationale du commerce de détail de l'habillement et des articles textile n°
3251 : Convention collective nationale des commerces de détail non alimentaire
n° 3252 : Convention collective nationale des commerces de détail de papeterie, fournitures de bureau, de
bureautique et informatique et de librairie
n° 3272 : Convention collective nationale des jardineries et graineteries
n° 3305 : Convention collective nationale du commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
n° 3311 : Convention collective nationale des employés et agents de maîtrise des commerces de
quincaillerie, fournitures industrielles, fers, métaux et équipement de la maison

Code(s) NSF :
312t - Négociation et vente

Fiche(s) Rome de rattachement

D1503 Management/gestion de rayon produits non alimentaires
D1502 Management/gestion de rayon produits alimentaires

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	11/40

FICHE ACTIVITÉ TYPE N° 1

Développer l'efficacité commerciale dans un environnement omnicanal

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne et en s'appuyant sur sa connaissance des produits, le responsable de rayon développe au quotidien l'attractivité de l'espace de vente en s'assurant de l'approvisionnement et de la disponibilité des produits. Par son activité, il optimise le processus d'achat des clients dans un *parcours omnicanal**, il participe à l'atteinte des objectifs commerciaux, à la qualité du service client, à sa satisfaction, à sa fidélisation, et développe les indicateurs clés de la performance commerciale.

Le responsable de rayon, en s'appuyant sur l'équipe, réalise des inventaires, propose des ajustements adaptés à l'état des stocks, des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux de la surface de vente pour valider les quantités à commander. Il réceptionne la marchandise en collaboration avec l'équipe ou le réceptionnaire et vérifie la conformité des documents liés à la réception. Il stocke, range et met à disposition les produits. Il signale les anomalies éventuelles et, selon leur nature, suggère une action corrective. Il réalise cette activité dans le respect des principes de prévention des risques liés à l'activité physique.

En tenant compte des objectifs commerciaux et des indicateurs de performances préconisés, le responsable de rayon implante les produits et met en place des opérations commerciales de manière efficace dans le respect des règles de merchandising de gestion, d'organisation et de séduction, du droit et de la réglementation relatifs au commerce. Il garantit la bonne tenue de l'espace de vente. Le responsable de rayon analyse et exploite les résultats commerciaux de l'implantation ou de l'opération commerciale et propose si nécessaire des ajustements adaptés qu'il communique à l'équipe.

Il réalise et organise sa veille, et la communique aux équipes.

Le responsable de rayon optimise l'offre de service du magasin. A l'aide d'*outils de gestion de la relation client**, il suit les états de vente, accompagne les activités commerciales de l'équipe, fixe des objectifs réalistes et transmet des consignes applicables. Il analyse les actes de vente de tous les membres de l'équipe et préconise le cas échéant des actions correctives.

Le responsable de rayon adopte ou fait adopter, en toutes circonstances, des comportements favorables à la fidélisation du client et met en œuvre les actions de fidélisation correspondantes à la situation. Il suit l'évolution de l'offre et des souhaits du client, apporte un conseil. Il développe les ventes en fonction du *parcours d'achat** du client et peut encaisser.

Dans le respect des procédures et des règles de gestion commerciale internes, le responsable de rayon collecte et suit les données liées aux objectifs commerciaux et aux indicateurs de performance. Il renseigne le tableau de bord, calcule les variations. Il exploite les résultats et propose, si nécessaire, des ajustements à sa hiérarchie. Il transmet à l'équipe les ajustements préconisés.

Le responsable de rayon exerce cette activité dans l'espace de vente et dans les réserves. Ses conditions d'exercice varient selon la taille de cet espace et la nature des produits vendus. Il peut être amené à participer aux tâches de manutention pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis.

Il travaille sous la responsabilité d'un hiérarchique à qui il rend compte de son activité. Dans la limite de ses responsabilités et dans le cadre des réglementations et des procédures internes à l'enseigne, il peut faire preuve d'initiatives dans l'organisation de son activité.

Le responsable de rayon, outre l'équipe et sa hiérarchie, est en contact direct avec les clients, les transporteurs, les fournisseurs, les conseillers commerciaux, le personnel de sécurité et de maintenance et les services internes de l'enseigne.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	13/40

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Gérer l'approvisionnement de l'espace de vente

Réaliser le merchandising

Développer les ventes en prenant en compte le parcours d'achat du client

Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'espace de vente et proposer des ajustements à sa hiérarchie

Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

Transmettre des consignes oralement et par écrit

Utiliser les outils numériques nomades et les applicatifs de gestion d'un espace de vente

Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'enseigne

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	14/40

FICHE ACTIVITÉ TYPE N° 2

Animer l'équipe d'un espace de vente

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le responsable de rayon anime et fédère l'équipe autour d'un objectif commun. Il optimise les moyens humains et matériels afin d'atteindre les objectifs commerciaux de l'espace de ventes, d'assurer la fluidité du *parcours d'achat** et la qualité du service clients.

Il exerce cette activité dans le respect de la réglementation du travail et en veillant à prévenir les risques professionnels. Il tient compte des prévisions en termes d'activité commerciale et des contraintes liées à la surface de vente et des politiques RH et RSE* de l'enseigne.

A partir des objectifs commerciaux de l'espace de vente et en prenant en compte les contraintes, le responsable de rayon évalue la charge de travail, identifie et planifie les tâches selon les procédures de l'enseigne. Il suit la réalisation des tâches dans le temps imparti et met en place des ajustements ou actions correctives aux écarts.

Le responsable de rayon favorise le développement des compétences individuelles et collectives de l'équipe en suivant au quotidien leurs performances pour identifier les besoins de formation. En accord avec sa hiérarchie, il propose des actions de formations adaptées aux besoins, les réalise ou participe à leur animation. Il prépare et met en place le processus d'intégration d'un nouveau membre de l'équipe.

Il présente à l'équipe les résultats de l'espace de vente et transmet les consignes de l'enseigne de manière précise afin de favoriser l'atteinte des objectifs. En collaboration avec sa hiérarchie, il évalue les performances individuelles et collectives, suit leur évolution au quotidien et propose, en cas de besoin, des actions correctives. Le responsable de rayon analyse, avec l'équipe, les réussites et les éventuels écarts et élabore un plan d'actions cohérent et dynamique pour fédérer autour d'un objectif commun.

Il suit les relations entre les membres de l'équipe, propose à sa hiérarchie toute action de régulation afin de prévenir les tensions ou conflits et de valoriser les réussites. En cas de besoin, il passe le relais à son responsable hiérarchique.

Le responsable de rayon exerce cette activité dans l'espace de vente et dans les réserves, sous la responsabilité de sa hiérarchie et selon des objectifs commerciaux. Ses conditions d'exercice varient selon la taille de l'espace de vente, de la nature des produits vendus et la structure de l'équipe. Le responsable de rayon est également en contact direct avec les services internes de l'enseigne.

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Organiser l'activité de l'équipe et s'assurer de la réalisation des différentes tâches attribuées
Contribuer à l'intégration de nouveaux membres de l'équipe et à la formation de l'équipe
Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien

Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

Transmettre des consignes oralement et par écrit
Utiliser les outils numériques nomades et les applicatifs de gestion d'un espace de vente
Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'enseigne

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	15/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 1

Gérer l'approvisionnement de l'espace de vente

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin d'assurer l'approvisionnement, la disponibilité des produits et de fluidifier le *parcours d'achat** du client, suivre les stocks en temps réel, en utilisant les *outils de traçabilité**. Réaliser des inventaires dans le respect des procédures et de la politique commerciale de l'enseigne, proposer des ajustements adaptés à l'état des stocks, des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux de la surface de vente pour valider les quantités à commander. Réceptionner les produits en collaboration avec l'équipe ou le réceptionnaire, vérifier la conformité des documents liés à la réception. Stocker, ranger et mettre à disposition les produits. Signaler les anomalies éventuelles et, selon la nature de l'anomalie, suggérer une action corrective. Réaliser ces actions dans le respect des mesures de prévention des risques professionnels.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce sous la responsabilité de sa hiérarchie avec l'équipe ou le réceptionnaire, sur la surface de vente, en réserve ou à la réception. Elle s'exerce à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'enseigne ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance

Les inventaires sont réalisés dans le respect des procédures et de la politique commerciale de l'enseigne
La proposition de commande est validée en fonction des stocks, des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux de la surface de vente
Les ajustements proposés sont adaptés à l'état des stocks et des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux de la surface de vente
La conformité des documents liés à la réception est vérifiée
Les anomalies sont repérées et signalées
Les propositions d'actions correctives sont pertinentes
Les mesures de prévention des risques professionnels sont respectées

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Appliquer et faire appliquer par l'équipe les mesures de lutte contre les différentes démarques
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté
Appliquer et faire appliquer l'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
Utiliser les outils informatiques de gestion
Utiliser les différents outils bureautiques
Identifier et utiliser les principaux indicateurs de performance
Appliquer et faire appliquer les règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans le magasin
Utiliser les outils de gestion commerciale, de gestion des stocks et des flux
Déterminer ou valider les quantités de produits à commander en tenant compte des objectifs de l'espace de vente
Veiller à l'utilisation conforme des matériels de stockage et de manutention

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Communiquer avec sa hiérarchie, ses collègues et les opérateurs
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	17/40

Alerter la hiérarchie en temps voulu
Informers les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés

Déléguer des tâches et contrôler le résultat/la performance
Organiser, dans le respect des réglementations, des règles d'hygiène, de sécurité, de sûreté et de protection de la santé au travail, la réception, le stockage et le rangement des produits.
Suivre et contrôler les stocks et les flux
Identifier et évaluer les risques d'accidents ou d'atteinte à la santé liés aux situations de travail

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
Connaissance des principes de prévention des risques liés à l'activité physique
Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en espace de vente
Connaissance des règles liées au protocole de sécurité pour les opérations de chargements et déchargements
Connaissance des principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Connaissance des procédures et des règles de gestion commerciales internes
Connaissance des causes de la démarque en magasin et des moyens de lutte contre celle-ci
Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution
Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client
Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes
Connaissance des *parcours d'achat** des clients
Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier du rayon ou de l'espace vente
Connaissance des sources d'approvisionnement et du circuit des marchandises
Connaissance des méthodes de gestion des stocks
Connaissance des contraintes liées à la nature des produits et leurs conditions de stockage
Connaissance des différents matériels de manutention et des différents mobiliers

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	18/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 2

Réaliser le merchandising

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de maintenir ou de développer l'aspect commerçant et l'attractivité de l'espace de vente, en mettant en œuvre les principes d'ergonomie, implanter des produits permanents ou saisonniers et mettre en place des opérations commerciales de manière efficace dans le respect des règles de merchandising de gestion, d'organisation et de séduction, du droit et de la réglementation relatifs au commerce. En tenant compte des objectifs commerciaux et des indicateurs de performances préconisés, garantir la bonne tenue de l'espace de vente. Analyser et exploiter les résultats commerciaux de l'implantation ou de l'opération commerciale et proposer si nécessaire des ajustements adaptés. Transmettre à l'équipe les ajustements préconisés.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce avec l'équipe et parfois en collaboration avec un *marchandiseur**, principalement sur la surface de vente et parfois en présence des clients. Elle s'exerce tout au long de la journée à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'enseigne ou d'un outil bureautique de type tableur. Elle implique une relation avec les services internes et externes concernés.

Critères de performance

Les règles de merchandising sont respectées

Le droit et la réglementation relatifs au commerce sont respectés

La tenue des rayons tient compte des objectifs commerciaux, des indicateurs de performance et garantit l'aspect marchand et l'attractivité de l'espace de vente

L'implantation des produits est efficace et en cohérence avec les objectifs commerciaux et les indicateurs de performance préconisés

La mise en place de l'opération commerciale est en cohérence avec les objectifs commerciaux et les indicateurs de performance préconisés

L'analyse des résultats de l'implantation ou de l'opération commerciale est pertinente

Les ajustements proposés sont adaptés

Les principes d'ergonomie sont mis en œuvre

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Appliquer et faire appliquer par l'équipe les mesures de lutte contre les différentes démarques

Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté

Appliquer et faire appliquer l'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective

Identifier et évaluer les risques d'accidents ou d'atteinte à la santé liés aux situations de travail

Utiliser les outils informatiques de gestion

Utiliser les différents outils bureautiques

Identifier et utiliser les principaux indicateurs de performance

Maîtriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul

Utiliser des règles et obligations légales concernant le recyclage et le tri sélectif des déchets dans le magasin

Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches

Appliquer la politique commerciale de l'enseigne

Respecter les préconisations de l'enseigne

Mettre en place une opération commerciale

Mettre à jour un *cahier d'événement**

Appliquer et faire appliquer les normes de merchandising et les préconisations de l'enseigne

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	19/40

Respecter les règles de merchandising de gestion, d'organisation et de séduction
Implanter un assortiment de produit permanent ou saisonnier
Utiliser un plan d'implantation
Utiliser les différents matériels de manutention et de présentation
Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches

Communiquer avec l'équipe de manière adaptée à la situation
Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives
Informar les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Déléguer des tâches
Alerter la hiérarchie en temps voulu

Organiser une opération commerciale
Mettre en œuvre les ajustements
Coopérer avec les autres services
Organiser les moyens matériels nécessaires aux implantations et aux opérations commerciales
Organiser les stockages de façon à faciliter et limiter les manutentions manuelles, les chutes et les coupures

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
Connaissance des principes de prévention des risques liés à l'activité physique
Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en surface de vente
Connaissance des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier du rayon ou de l'espace vente
Connaissance des différents matériels de manutention et des différents mobiliers
Connaissance des règles relatives à l'affichage et à la réduction des prix
Connaissance de la réglementation relative aux ventes réglementées
Connaissance de la réglementation relative au commerce de détail alimentaire et non alimentaire
Connaissance des règles relatives à la sécurité des personnes dans un espace de vente
Connaissance des différents ratios et indices permettant d'évaluer l'efficacité d'une implantation ou d'une opération commerciale
Connaissance de la concurrence
Connaissance des caractéristiques des produits et des services proposés
Connaissance des règles du merchandising de gestion, d'organisation et de séduction

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	20/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 3

Développer les ventes en prenant en compte le parcours d'achat du client

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne et afin de contribuer à la fidélisation du client et à la réussite de son *expérience client** dans un *parcours omnicanal**, améliorer l'offre de service du magasin au quotidien en collaboration avec les conseillers de vente et les employés commerciaux. Répondre aux souhaits du client, le conseiller, développer les ventes en fonction de son *parcours d'achat** et parfois encaisser. A l'aide d'*outils de gestion de la relation client**, suivre les états de vente, accompagner les activités commerciales de l'équipe, fixer des objectifs réalistes et transmettre des consignes applicables. Analyser les actes de vente des membres de l'équipe, préconiser le cas échéant des actions correctives. Adopter en toutes circonstances, y compris lors de litiges, incivilités et réclamations client, des comportements favorables à la fidélisation du client et mettre en œuvre les actions de fidélisation correspondantes à la situation. Suivre l'évolution de l'offre, des usages produits, et être force de proposition auprès de sa hiérarchie pour faire évoluer les produits et les services.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce avec l'équipe, principalement sur la surface de vente en présence des clients. Elle s'exerce tout au long de la journée à l'aide du système d'information, d'applicatifs de l'enseigne ou d'un outil bureautique de type tableur. Elle implique une relation avec les services internes et externes concernés.

Critères de performance

La politique commerciale de l'enseigne est respectée
L'analyse de l'état de vente et de l'acte de vente est pertinente
L'accompagnement à la vente est adapté.
Les actions de fidélisation sont adaptées à la situation
Le suivi des évolutions de l'offre et des souhaits clients est réalisé
Le conseil client est adapté à la demande
Les techniques et procédures d'encaissement sont maîtrisées

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Utiliser les outils informatiques de gestion
Utiliser les différents outils bureautiques
Maîtriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Analyser l'évolution des indicateurs de performance
Maîtriser les calculs arithmétiques (écarts, pourcentages, cumuls, moyenne)
Utiliser les outils d'aide à la prise de décision
Utiliser des techniques d'écoute
Utiliser les techniques d'animation et d'accompagnement d'équipe
Maîtriser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés
Utiliser les outils et techniques d'encaissement
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne pour effectuer des recherches
Proposer des actions correctives et les mettre en œuvre
Appliquer les méthodes de vente et de conseil
Gérer la fidélisation d'un client dans un *parcours omnicanal**
Encaisser à l'aide des outils, matériels et applicatifs de l'enseigne
Pratiquer les techniques d'écoute, de gestion de conflit et d'incivilité

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	21/40

Analyser un acte de vente
Accompagner un collaborateur dans l'acte de vente

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Informar l'équipe des variations constatées

Organiser la stratégie commerciale de l'équipe en fonction des ventes et des remontées d'information client
Adapter son organisation au *parcours omnicanal** en tenant compte des flux

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution
Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client
Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes
Connaissance des *parcours d'achat** des clients
Connaissance de la structure de l'assortiment permanent et saisonnier du rayon ou de l'espace vente
Connaissance de la concurrence
Connaissance des caractéristiques des produits et des services proposés
Connaissance de la réglementation relative aux conditions générales de vente
Connaissance des outils de communication de l'enseigne et de la concurrence
Connaissance des outils et techniques de gestion de la relation client
Connaissance des valeurs et de la culture de l'enseigne
Connaissance de la *chaîne de valeur** de l'enseigne
Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	22/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 4

Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'espace de vente et proposer des ajustements à sa hiérarchie

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des procédures et des règles de gestion commerciale internes, afin de réaliser les objectifs commerciaux et d'atteindre les indicateurs de performance de l'espace de vente, collecter les données liées aux objectifs commerciaux et aux indicateurs de performance. Renseigner le tableau de bord. Calculer les variations. Suivre les objectifs commerciaux et les indicateurs de performance, en analyser l'évolution. Exploiter les résultats et proposer si nécessaire des ajustements à sa hiérarchie. Transmettre à l'équipe les ajustements préconisés.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce, avec l'équipe, sous la responsabilité de sa hiérarchie, quotidiennement dans un bureau ou en surface de vente, à l'aide du système d'information, des applicatifs de l'enseigne, ou d'un outil bureautique de type tableur.

Critères de performance

Les procédures et les règles de gestion commerciales internes sont respectées
Les calculs commerciaux sont maîtrisés
Les indicateurs de performance sont analysés
Les variations sont identifiées et analysées
Le tableau de bord est renseigné
Les ajustements pour l'atteinte des objectifs commerciaux et des indicateurs de performance fixés sont pertinents
Les ajustements préconisés sont transmis de manière adaptée à l'équipe

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Appliquer et faire appliquer par l'équipe les mesures de lutte contre les démarques
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté
Appliquer et faire appliquer l'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et des mesures de protection collective
Utiliser les outils informatiques de gestion
Utiliser les différents outils bureautiques
Identifier et utiliser les principaux indicateurs de performance
Maîtriser les principaux indicateurs de performance, leurs définitions et les méthodes de calcul
Maîtriser les calculs arithmétiques (écarts, pourcentages, cumulés, moyenne)
Utiliser les outils d'aide à la prise de décision
Collecter les éléments nécessaires au calcul des indicateurs de performances
Expliciter un tableau de bord
Saisir les données dans le système d'information de l'enseigne
Analyser l'évolution des indicateurs de performance
Utiliser le vocabulaire lié aux objectifs commerciaux et aux indicateurs de performance
Identifier et utiliser les méthodes d'analyse et de synthèse de documents chiffrés
Créer un tableau de bord simple
Renseigner des tableaux de bord
Calculer les indicateurs de performance relatifs à la gestion commerciale du point de vente
Proposer des ajustements

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	23/40

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
 Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives
 Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
 Transmettre des consignes individuellement et collectivement
 Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
 Informer l'équipe des variations constatées
 Alerter sa hiérarchie en temps voulu

Être réactif face à des variations d'indicateurs de performance
 Respecter sa délégation de responsabilité

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
 Connaissance de la réglementation relative à la sécurité, de la sûreté et de protection de la santé au travail
 des biens et des personnes en réserve et en surface de vente
 Connaissance du marché de son secteur d'activité et de son évolution
 Connaissance des outils et techniques de veille produits et services
 Connaissance des intentions, des profils et des comportements d'achat du client
 Connaissance des événements conjoncturels ou commerciaux qui influent sur les ventes
 Connaissance des *parcours d'achat** des clients
 Connaissance de la concurrence
 Connaissance de l'origine de la démarque en magasin et des moyens de lutte contre celle-ci
 Connaissance des définitions et caractéristiques des indicateurs de performance
 Connaissance des différentes typologies de tableau de bord
 Connaissance des outils et méthodes de mesure, de suivi et contrôle de la performance commerciale
 Connaissance des éléments constitutifs d'un tableau de bord
 Connaissance des règles et de la réglementation en matière de prix de vente, T.V.A et marge

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	24/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 5

Organiser l'activité de l'équipe et s'assurer de la réalisation des différentes tâches attribuées

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

A partir des prévisions en termes d'activité commerciale, des objectifs commerciaux de l'espace de vente et en prenant en compte les contraintes, identifier les tâches et évaluer la charge de travail de manière réaliste. Dans le respect de la réglementation et des règles d'organisation interne, en tenant compte de la prévention des risques professionnels, organiser le travail, planifier les tâches dans le but d'optimiser les moyens humains et matériels. Prendre en compte et ajuster les plannings de répartition des tâches et les plannings hebdomadaires. Les communiquer à l'équipe selon les procédures de l'enseigne. Suivre la réalisation des tâches et réguler en fonction des événements afin de maintenir la continuité et la qualité du service clients. Impliquer l'équipe dans la proposition d'actions correctives.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce, avec l'équipe, sous la responsabilité de sa hiérarchie dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'informations adapté.

Critères de performance

Les tâches et leurs priorités sont identifiées
La charge de travail est évaluée de manière réaliste
La planification des tâches respecte la réglementation
La planification des tâches est adaptée aux moyens humains disponibles
Les moyens humains et matériels sont optimisés dans le respect de la réglementation
La gestion des événements est adaptée au contexte
L'organisation du travail tient compte de la prévention des risques professionnels

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sûreté
Identifier et évaluer les risques d'atteinte à la santé liés aux situations de travail
Participer à la mise en œuvre des mesures de prévention, de protection et des consignes pour les équipes
Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches
Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'enseigne
Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
Traiter des informations et définir des actions
Proposer des ajustements, une action corrective ou un plan d'actions rectificatif
Utiliser les techniques de gestion du temps

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer avec sa hiérarchie, rendre compte et faire des propositions d'actions correctives
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
Alerter la hiérarchie en temps voulu
Informar les membres de l'équipe des dysfonctionnements constatés
Déléguer des tâches et contrôler le résultat/la performance
Transmettre un plan d'activité aux membres de l'équipe

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	25/40

Organiser et planifier les activités de l'équipe à l'aide d'un *tableau de répartition des tâches**

S'assurer de la réalisation des tâches dans les délais impartis

Etre réactif face à des écarts de réalisation des tâches dans des délais impartis

Mettre en œuvre des ajustements, une action corrective ou un plan d'action rectificatif

Respecter sa délégation de responsabilité

Appliquer et faire respecter une procédure

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie

Connaissance des règles d'hygiène à appliquer en réserve et en surface de vente

Connaissance des indicateurs de santé et sécurité au travail

Connaissance des enjeux et des acteurs de la prévention des risques

Connaissance des facteurs de risques psychosociaux (RPS) liés à l'organisation du travail

Connaissance des règles relatives au temps de travail et congés

Connaissance des règles relatives aux instances représentatives du personnel

Connaissance des règles relatives à la négociation collective dans l'entreprise

Connaissance des techniques de gestion du temps

Connaissance des outils informatiques de gestion

Connaissance de la politique managériale et de ressources humaines de l'enseigne

Connaissance des fondamentaux du management d'équipe

Connaissance des principes de la délégation

Connaissance de suivi de réalisation des tâches

Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe

Connaissance des techniques et des outils d'organisation et de planification des tâches

Connaissance des contraintes liées à la nature du produit dans l'organisation du travail

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	26/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 6

Contribuer à l'intégration de nouveaux membres de l'équipe et à la formation de l'équipe

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de maintenir et de renforcer les compétences individuelles et collectives des membres de l'équipe, suivre au quotidien leurs performances pour identifier les besoins de formation. Appliquer le planning de formation de l'enseigne, organiser la mise en œuvre de celui-ci. Proposer des actions de formations adaptées aux besoins, éventuellement participer à leur élaboration et à l'animation des actions de formation. Préparer et mettre en place le processus d'intégration d'un nouveau membre de l'équipe dans le respect du protocole d'intégration RH.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce sous la responsabilité de sa hiérarchie avec l'équipe dans un bureau, en réserve ou en surface de vente, à l'aide du système d'information.

Critères de performance

Les besoins en formation sont identifiés
Les actions de formation proposées sont en adéquation avec les besoins
Les techniques d'animation de formation sont appliquées
La procédure d'intégration d'un nouveau membre de l'équipe est maîtrisée
Le protocole d'intégration RH est respecté

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'enseigne
Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
Traiter des informations et définir des actions
Exprimer et remonter des besoins RH
Intégrer un nouveau collaborateur
Adopter une posture de coach
Transmettre des bonnes pratiques
Identifier les besoins en formation des membres de l'équipe
Mettre en œuvre des techniques de formation en situation de travail

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Communiquer sur les enjeux et les acteurs de la prévention des risques
Communiquer sur les facteurs de risques psychosociaux liés à l'organisation du travail (RPS)
Identifier et transmettre les besoins de formation
Savoir mener un entretien individuel avec un collaborateur
Proposer des parcours de progression professionnelle

Appliquer et faire respecter une procédure
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
Coopérer avec les autres services

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	27/40

Communiquer avec sa hiérarchie, ses collègues et l'équipe
Prendre en compte les aptitudes individuelles des membres de l'équipe

Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
Connaissance des outils de développement des compétences des membres de l'équipe
Connaissance des règles relatives à la formation des salariés
Connaissance du plan de formation de l'enseigne
Connaissance de base du droit du travail
Connaissance du code du travail appliqué à son contexte professionnel
Connaissance des techniques de conduite d'entretien
Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
Connaissance des outils de communication interpersonnelle
Connaissance des techniques d'animation de réunion et de formation
Connaissance des techniques d'intégration d'un nouveau membre de l'équipe
Connaissance des techniques de recrutement

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	28/40

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 7

Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des limites de ses responsabilités, présenter à l'équipe les résultats de l'espace de vente et donner du sens aux consignes à transmettre afin de favoriser l'atteinte des objectifs. En collaboration avec sa hiérarchie, associer l'équipe à l'élaboration d'un projet commercial afin de la fédérer autour d'un objectif commun. Contribuer à l'évaluation des performances individuelles et collectives pour valoriser les compétences des collaborateurs. Adapter son style de management à la diversité des profils pour favoriser un esprit d'équipe et l'atteinte des objectifs commerciaux.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce, avec l'équipe, sous la responsabilité de sa hiérarchie, dans un bureau, en réserve ou en surface de vente en l'absence des clients, à l'aide du système d'information de l'enseigne.

Critères de performance

Les résultats et les consignes sont transmis en donnant du sens et de manière précise
Les actions correctives en cas d'écart entre résultat et objectif sont pertinentes
L'équipe est associée à l'élaboration d'un plan d'action pour atteindre les objectifs
Les relations entre les membres de l'équipe sont suivies
Le responsable hiérarchique est alerté en cas de besoin

Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser les techniques de communication interpersonnelle
Utiliser le système d'information ou les applicatifs de l'enseigne
Appliquer et faire respecter le règlement intérieur et les règles liées à la législation du travail
Appliquer et faire appliquer les réglementations, les règles d'hygiène et de sécurité
Utiliser les outils de planification et de suivi de réalisation des tâches
Utiliser les différents outils de gestion des ressources humaines de l'enseigne
Maîtriser les outils bureautiques et applicatifs spécialisés
Fédérer les membres de l'équipe
Détecter les compétences et potentiels spécifiques
Accompagner les membres de l'équipe dans l'atteinte des objectifs
Assurer l'animation, l'information des membres de l'équipe en utilisant les techniques d'animation d'équipe
Développer et entretenir la motivation des membres de l'équipe en utilisant les leviers de motivations appropriées
Animer une réunion
Conduire et accompagner le changement
Traiter les situations conflictuelles
Conduire ou participer à des réunions collectives de travail
Conduire ou participer à différents entretiens individuels

Communiquer avec ses interlocuteurs de manière précise et adaptée à la situation
Communiquer les données pertinentes aux interlocuteurs adéquats
Transmettre des consignes orales et écrites, individuellement et collectivement
Restituer les résultats d'entretien individuel
Résoudre des conflits d'équipe
Communiquer des objectifs clairs, concrets et mesurables
Formuler des remarques vis à vis des opérateurs
Coopérer avec les autres services

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	29/40

Traiter une information et définir des actions
 Organiser une réunion
 Appliquer une procédure
 Planifier les entretiens individuels, des réunions
 Hiérarchiser et réadapter les priorités
 Respecter son niveau de responsabilité
 Repérer les situations de travail pouvant générer des risques sur la santé et proposer des mesures correctives

Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
 Connaissance des principes de prévention des risques liés à l'activité physique
 Connaissance des règles relatives aux instances représentatives du personnel
 Connaissance des règles relatives à la négociation collective dans l'entreprise
 Connaissance des techniques de gestion du temps
 Connaissance des outils bureautiques de gestion
 Connaissance de la politique managériale, de ressources humaines de l'enseigne
 Connaissance des fondamentaux du management d'équipe
 Connaissance des principes de la délégation
 Connaissance des principales fonctions et fiches de poste des membres de l'équipe
 Connaissance des techniques de conduite d'entretien
 Connaissance des techniques d'accompagnement ou conduite du changement
 Connaissance des outils de communication interpersonnelle
 Connaissance des techniques d'animation de réunion
 Connaissance de la politique commerciale de l'enseigne et des consignes de la hiérarchie
 Connaissance des techniques de résolution de conflit interpersonnel
 Connaissance des techniques d'animation d'équipe
 Connaissance des outils participatifs et collaboratifs
 Connaissance de la réglementation relative aux litiges et conflits

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	30/40

FICHE DES COMPÉTENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

Transmettre des consignes oralement et par écrit

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

A partir des préconisations de la hiérarchie, dans le respect des procédures de l'enseigne et dans le cadre de sa délégation, communiquer les consignes, orales ou écrites, précises et donner du sens à ces consignes. S'assurer de la compréhension des consignes orales et écrites afin de garantir la qualité et continuité du service client, l'atteinte des objectifs commerciaux et la réalisation des indicateurs de performance.

Critères de performance

Les consignes transmises à l'équipe, selon des modalités définies, sont exactes, précises, objectives et comprises.

Utiliser les outils numériques mobiles et les applicatifs de gestion d'un espace de vente

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la réglementation et de la législation relatives à la collecte et à l'utilisation de données personnelles, utiliser les outils numériques mobiles, les logiciels d'échanges de d'information, les logiciels de traitement des données, les applicatifs de gestion d'un espace de vente et de la relation client afin de garantir la continuité et la qualité du service client.

Critères de performance

Les modes opératoires spécifiques à chacun outils sont respectés

Le niveau de service visé est atteint

La réglementation et la législation en matière de collecte et utilisation des données personnelles sont respectée

Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'enseigne

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En s'appuyant sur des données techniques, commerciales, économiques, réglementaires, actualiser ses connaissances sur les produits vendus, rechercher les informations sur l'évolution du marché, de l'offre, les comportements d'achat des clients, la concurrence, les avis clients en utilisant différents moyens internes et externes afin de connaître les caractéristiques des produits et des services vendus, d'anticiper l'intégration de nouveaux éléments dans l'assortiment, de mettre en place une dynamique de recherche et de partage d'informations avec les membres de l'équipe afin de développer l'efficacité commerciale

Critères de performance

La connaissance des produits et services vendus est précise

L'organisation et les méthodes mises en œuvre pour la recherche d'informations sont adaptées Les évolutions de produits et/ou de gammes du marché sont suivies

Les caractéristiques des consommateurs et leurs comportements d'achat sont identifiés Les principaux concurrents sont connus et leur positionnement identifié

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	31/40

Les éléments de la veille sont transmis aux interlocuteurs et intégrés dans le développement de l'efficacité commerciale.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	32/40

Glossaire technique

Cahier d'évènements

Outil utilisé pour noter les événements principaux de la journée de vente, qui impactent le chiffre d'affaires de la journée et qui pourraient être utiles pour le prévisionnel de l'année suivante.

Chaîne de valeur

Selon la définition de Porter : « la chaîne de valeur est une approche systématique visant à examiner le développement d'un avantage concurrentiel ». Se divise en deux grandes familles : les activités principales (production, logistique, vente, marketing, services) et les activités de soutien (approvisionnement, R&D, développement, ressources humaines, qualité, finances, DG, juridiques, relations publiques, etc.).

Commerce ubiquitaire ou U-Commerce

Le commerce ubiquitaire ou « U-Commerce » est né de la convergence entre l'informatique du web3.0. et du tagging (géotagging, puces, RFID...). Il permet au commerçant d'interagir avec les clients par tous les canaux de communication.

E-commerce

Le e-commerce ou commerce électronique regroupe l'ensemble des transactions commerciales s'opérant à distance par le biais d'interfaces électroniques et digitales.

Efficacité commerciale

Développer le concept marchand dans le cadre d'une stratégie omnicanale : faire découvrir l'offre, démontrer le produit et ses usages, jouer le libre-toucher, rendre le produit concret et vivant. Réaliser un renforcement global de la stimulation en magasin. Donner envie avec un merchandising de séduction ou de valorisation tout en comprenant et prenant en compte les comportements d'achat en magasin. Procurer au client une expérience d'achat unique et part la même fidélisante. Avoir une exigence identitaire : exalter et incarner les valeurs de l'enseigne ou de la marque, pour la rendre impactante, la sortir de la banalité.

Ergonomie

L'ergonomie consiste à adapter le travail, les outils et l'environnement à l'homme. Ce qui est ergonomique est donc ce qui est adapté.

Expérience client

Désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. C'est le résultat de l'ensemble des interactions qu'un client peut avoir avec la marque ou l'entreprise. L'expérience client est donc la résultante complexe d'éléments et facteurs hétérogènes intervenant lors du parcours client (ton publicitaire, ambiance point de vente, relation vendeur, expérience d'usage, relation support client, etc.). La nature et les composantes de l'expérience client peuvent fortement varier selon les domaines d'activité et sont liées à la notion de parcours client. Dans certains domaines, l'expérience client va être essentiellement ressentie sur le point de vente / service alors que dans d'autres, elle peut être beaucoup plus éclatée à travers différents points de contacts.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	33/40

Flux marchands

Correspond aux flux physiques des marchandises (approvisionnement, gestion des stocks, gestion des linéaires...).

Loi sur la transition énergétique pour la croissance verte

La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) publiée au Journal Officiel du 18 août 2015, ainsi que les plans d'action qui l'accompagnent visent à permettre à la France de contribuer plus efficacement à la lutte contre le dérèglement climatique et à la préservation de l'environnement, ainsi que de renforcer son indépendance énergétique tout en offrant à ses entreprises et ses citoyens l'accès à l'énergie à un coût compétitif. Ces outils seront à la disposition des citoyens, des entreprises et des territoires pour agir concrètement, pour donner du pouvoir d'achat en réduisant les factures d'énergie des ménages, pour améliorer la qualité de vie en protégeant mieux la planète et la santé publique, et pour saisir les opportunités de croissance, de compétitivité et d'emploi pour les industries existantes et les filières d'avenir.

Marchandiseur

Personne, travaillant pour le compte d'une enseigne ou d'un fabricant, chargé de l'aménagement et de la mise en rayon des produits.

Outils de gestion de la relation client

La gestion de la relation client (GRC), ou gestion des relations avec les clients, en anglais

« Customer Relationship Management » (CRM), est l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant le meilleur service.

Outils de traçabilité

Outils qui permettent de retrouver l'historique, l'utilisation et la composition de produits industriels ou alimentaires à partir de la chaîne de production jusqu'à la chaîne de distribution et de consommation.

Parcours d'achat

Le parcours d'achat est généralement une représentation des démarches et actions entreprises par un client en situation de préparation et de réalisation d'achat d'un produit ou service donné.

Parcours omnicanal

Désigne le fait que tous les canaux de contact et de vente possibles entre l'entreprise et ses clients sont utilisés et mobilisés dans le parcours d'achat du client.

Plan d'intégration individualisé

Opération clé du processus d'intégration. Ce plan va permettre de suivre efficacement les étapes de l'intégration. Il donnera également plus d'objectivité à la décision qui sera prise en fin de période d'essai.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	34/40

Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

Pour la Commission européenne, la RSE est un « concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire ».

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	35/40

Glossaire du REAC

Activité type

Une activité type est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées. Elle renvoie au certificat de compétences professionnelles (CCP).

Activité type d'extension

Une activité type d'extension est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au certificat complémentaire de spécialisation (CCS).

Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

Référentiel d'Emploi, Activités et Compétences (REAC)

Le REAC est un document public à caractère réglementaire (visé par l'arrêté du titre professionnel) qui s'applique aux titres professionnels du ministère chargé de l'emploi. Il décrit les repères pour une représentation concrète du métier et des compétences qui sont regroupées en activités dans un but de certification.

Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	37/40

Savoir-faire organisationnel

C'est un savoir et un savoir faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

Savoir-faire relationnel

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat etc.).

Savoir-faire technique

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

Titre professionnel

La certification professionnelle délivrée par le ministre chargé de l'emploi est appelée « titre professionnel ». Ce titre atteste que son titulaire maîtrise les compétences, aptitudes et connaissances permettant l'exercice d'activités professionnelles qualifiées. (Article R338-1 et suivants du Code de l'Education).

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
RR	REAC	TP-00075	08	18/12/2017	18/12/2017	38/40

Reproduction interdite

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle

"Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque."

