



INSTITUT DES METIERS NETWORK

# OF CFA – IDMN GROUP

## Manager d'Unité Marchande

### Titre professionnel de niveau V – RNCP38676

*Ministère du travail, du plein emploi et de l'insertion*

#### Contexte :

Dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation du client, le manager d'unité marchande pilote l'offre produits, maintient l'unité marchande attractive, gère les stocks et optimise les ventes. Il gère et anime l'équipe. Il accompagne la performance individuelle de chaque collaborateur. Il assure la gestion financière et économique et contribue à l'atteinte des objectifs commerciaux et budgétaires, à l'optimisation du rendement économique et financier de l'unité marchande.

#### Objectifs :

- Organise l'approvisionnement du rayon.
- Assure la présentation marchande des produits et optimise les ventes gère le centre de profit.
- Recueille les informations commerciales.
- Analyse les indicateurs de gestion et bâtit des plans d'action pour atteindre les objectifs négociés établit les prévisions de chiffres d'affaires et de marges.
- Anime l'équipe, la dirige, la fait progresser et adhérer aux projets et aux valeurs de l'entreprise.

**Public visé :** La formation est ouverte à tout public (demandeurs d'emploi, salariés) souhaitant évoluer dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. Formation accessible aux personnes en situation de handicap.

#### Prérequis et modalités d'accès :

- Attester d'un baccalauréat ou équivalent.
- Evaluation de la motivation et des acquis en lien avec la formation visée.
- Possibilité de s'inscrire toute l'année.

#### Suivi de l'exécution et évaluation des résultats

- Alternance de contenu théorique et de mise en pratique
- Evaluation en cours de formation (ECF).
- Dossier professionnel.
- Examen de certification devant un jury final pour l'obtention du Titre Professionnel de Manager d'Unité Marchande de niveau V du Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion
- Possibilité de validation par blocs de compétences.

#### Durée et horaires

- 12 mois en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation.
- 1 jour de formation et 4 jours d'apprentissage en entreprise par semaine

#### Equipe pédagogique

Nos formateurs possèdent une expertise et une expérience avérée dans leur domaine.

#### Tarif

- Pris en charge par l'OPCO de la branche dans le cas d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
- 6555 € en fonction de l'IDCC de votre OPCO.

#### Lieu

CFA Institut des Métiers Network  
260 rue du Puech Radier  
34970 Lattes

#### Nous contacter :

04.11.93.11.20  
pedagogie@i2mc-formations.fr



## Compétences visées :

***Nous avons la possibilité de vous faire valider un ou des blocs de compétences.***

CCP 1 : Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal

CCP 2 : Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande

CCP 3 : Manager l'équipe de l'unité marchande

## Plan de formation (420 heures au total)

### Intégration

- Découverte emploi, formation, alternance

### Module 1 : Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal

#### I. Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande

- Les stocks sont suivis en utilisant les outils de traçabilité.
- La disponibilité des produits est garantie.
- La fluidité du parcours d'achat du client est garantie.
- Les inventaires sont réalisés dans le respect des procédures et de la stratégie commerciale de l'entreprise.
- Les quantités commandées sont définies en fonction des stocks, des ventes, des réservations clients, des anomalies et des objectifs commerciaux et budgétaires de l'unité marchande.
- La conformité des documents liés à la réception est vérifiée.
- Les anomalies liées à la réception sont repérées et traitées.
- Les principes de sécurité et d'optimisation de l'effort sont appliqués.

#### II. Piloter l'offre produits de l'unité marchande

- L'offre produits est gérée en temps réel.
- La fluidité du parcours d'achat du client est garantie.
- Le chiffre d'affaires d'une ou plusieurs gammes de produits augmente.
- La rentabilité d'une ou plusieurs gammes de produits augmente.
- Les plans d'actions mis en œuvre sont pertinents.

#### III. Réaliser le merchandising de l'unité marchande

- Les règles de merchandising sont respectées.
- Le droit et la réglementation relatifs au commerce sont respectés.
- L'implantation des produits est efficace et en cohérence avec les objectifs commerciaux, budgétaire et les indicateurs de performance.
- La mise en place de l'opération commerciale est en cohérence avec les objectifs commerciaux, budgétaires et les indicateurs de performance.
- L'analyse des résultats de l'implantation ou de l'opération commerciale est pertinente.
- Les plans d'actions élaborés sont adaptés.
- Les plans d'actions sont transmis à l'équipe et mis en œuvre.
- Les mesures de prévention des risques sont adaptées et mises en œuvre.

## IV. Développer les ventes de services et de produits de l'unité marchande en prenant en compte le parcours d'achat omnicanal

- La stratégie commerciale de l'entreprise est respectée.
- L'offre de service est améliorée au quotidien.
- Les événements commerciaux concourent à la valorisation de l'offre.
- Les argumentaires sont adaptés à l'offre produits.
- Les actions de fidélisation prennent en compte le parcours d'achat du client.
- Les actions de fidélisation sont adaptées à la situation.

### Module 2 : Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande

#### I. Établir les prévisions économiques et financières de l'unité marchande

- La méthodologie d'établissement du compte de résultat prévisionnel est pertinente.
- Le compte de résultat prévisionnel est cohérent.
- Le calcul des objectifs mensuels, hebdomadaires, quotidiens prend en compte les effets calendaires.
- Les prévisions sont proposées à la hiérarchie pour validation.
- Les prévisions sont présentées à l'équipe de manière adaptée.

#### II. Analyser les résultats économiques, financiers et bâtir les plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'unité marchande

- Les procédures et les règles de gestion commerciales internes sont respectées.
- Les données liées à la gestion commerciale et financière sont collectées.
- Le tableau de bord est renseigné.
- Le compte de résultat est renseigné.
- Les calculs commerciaux sont maîtrisés.
- Les variations sont calculées et analysées.
- Les ratios financiers sont calculés et analysés.
- Le plan d'actions défini pour l'atteinte des objectifs commerciaux et financiers fixés est pertinent.
- Les mesures correctives sont transmises de manière adaptée à l'équipe.

### Module 3 : Manager l'équipe de l'unité marchande

#### I. Recruter et intégrer un collaborateur de l'unité marchande

- Le besoin en ressources humaines est identifié.
- La fiche de poste est précise et synthétique.
- Les candidatures sont sélectionnées à partir de critères définis.
- Le profil du candidat est en adéquation avec le profil du poste.
- Les formalités administratives liées au recrutement sont réalisées.
- Le parcours d'intégration individualisé est élaboré.
- Le parcours d'intégration individualisé est mis en œuvre.
- Le tutorat est adapté.
- Les échéances liées à la période d'essais sont respectées.

#### II. Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande

- Les besoins humains sont adaptés à l'activité prévue.
- La charge de travail est évaluée de manière réaliste.
- La planification horaire respecte la réglementation.
- La planification des tâches respecte la réglementation.
- La productivité est optimisée dans le respect de la réglementation.
- La gestion des évènements est adaptée au contexte.
- L'organisation du travail tient compte de la prévention des risques professionnels.

### III. Accompagner la performance individuelle

- Le niveau de maîtrise d'une compétence par un collaborateur est évalué.
- Le degré d'implication d'un collaborateur est évalué.
- Le potentiel d'un collaborateur est évalué.
- Les freins et les leviers motivationnels sont identifiés.
- Les indicateurs de performance du collaborateur sont analysés.
- Les plans d'accompagnement et de formation sont individualisés.
- Les techniques de conduite d'entretien individuel sont maîtrisées.

### IV. Animer l'équipe de l'unité marchande

- La pratique managériale est adaptée à la diversité des situations rencontrées.
- Les techniques de stimulation pour développer et entretenir la motivation sont pertinentes.
- La préparation et la conduite de réunion sont maîtrisées.
- Les techniques de briefing et débriefing d'équipe sont maîtrisées.
- Les briefings et débriefings sont adaptés à la situation.

### V. Conduire et animer un projet de l'unité marchande

- Les enjeux du projet sont analysés.
- Le budget prévisionnel est établi.
- Le calcul des indicateurs de rentabilité est exact.
- L'équipe est associée à l'élaboration du processus et à la réalisation du projet.
- Un plan d'actions adapté est mis en œuvre lors d'écarts par rapport aux jalons définis.

### Révision et validation du titre

- Révision et mise en situation pour le passage du titre.
- Evaluation du parcours de formation remis au jury avec la remise du livret ECF.
- Exercices de coaching individuel et collectif permettant d'avoir la bonne posture du métier lié à la formation.

### Débouchés visés par la certification :

Manager de rayon ; Manager d'espace commercial ; Manager de surface de vente ; Manager d'univers commercial ; Manager de rayon fabrication alimentaire / frais ; Manager de rayon non alimentaire ou alimentaire / sec ; Responsable / animateur(rice) ; Responsable de magasin ; Gestionnaire de centre de profit ; Chef de rayon ; Responsable de boutique ; Gérant(e) de magasin ; Responsable de succursale ; Responsable de point de vente ; Responsable de département

**Taux de réussite :** 82% de réussite à la certification sur un total de 91% de présence à l'examen.