

RESPONSABLE DE DISTRIBUTION OMNICANALE

(Document non contractuel, ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications)

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le diplôme Responsable de distribution omnicanale forme en 1 an des personnes titulaires d'un bac+2 minimum pour leur permettre d'intégrer la hiérarchie intermédiaire d'une entité commerciale du secteur « commerce-distribution ».

Le Responsable de distribution omnicanale définit les missions de ses collaborateurs directs et les motive autour d'objectifs fixés ; il coordonne et contrôle le travail réalisé, au besoin sanctionne et gère les conflits. Il recrute ou participe activement au recrutement des membres de son équipe et est le garant de l'intégration des nouvelles recrues. Il met en place la stratégie commerciale définie par sa direction dans un contexte omnicanal.

RECONNAISSANCE

Titre certifié : Responsable de la distribution

Code RNCP : fiche n° RNCP36534

Code diplôme : 26C31209

NSF : code 312p - Gestion des échanges commerciaux

Niveau de sortie : niveau 6

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

Toute personne titulaire :

- D'une certification de niveau 5 ou BAC +2 minimum validé dans les domaines de la vente, du commerce ou de la distribution
- Ou d'une certification de niveau 5 ou BAC +2 minimum validé dans tout autre domaine et justifier d'une expérience minimale de 6 mois dans la vente, le commerce ou la distribution
- Ou de 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité de la vente, du commerce ou de la distribution

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULES DE COURS	Heures
Bloc 1 – Elaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal	126
M1.1 - Exercer une fonction de veille et anticiper les tendances	
M1.2 - Analyser les profils et comportements de ses clients	
M1.3 - Définir des actions marketing et commerciales innovantes	
M1.4 - Elaborer le plan d'action commercial omnicanal	
M1.5 - Présenter et défendre son plan d'action commercial	
Bloc 2 – Pilotage de l'activité d'une unité commerciale : canaux physiques et digitaux	210
M2.1 - Vérifier l'application des règles et normes QHSE/ERP	
M2.2 – Adapter le merchandising à l'activité commerciale	
M2.3 – Gérer et suivre son offre omnicanale	
M2.4 - Optimiser ses stocks	
M2.5 - Gérer la relation fournisseur dans un cadre RSE	
M2.6 - Piloter des actions commerciales digitales innovantes	

M2.7 - Garantir une expérience client de qualité	
M2.8 - Analyser ses résultats et en assurer le reporting	
Bloc 3 – Management de ses équipes dans un contexte de vente omnicanal	119
M3.1 - Anticiper les besoins en personnel et participer au recrutement	
M3.2 - Planifier, organiser et adapter le travail de son équipe	
M3.3 - Encadrer et animer son équipe	
M3.4 - Accompagner et développer les compétences de son équipe	

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

455 heures de formation

COMPÉTENCES EVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

Bloc 1 – Elaborer un plan opérationnel de développement commercial omnicanal

Etre capable de :

- Exercer une fonction de veille sur son secteur d'activité et sur la concurrence, en mettant en place les techniques permettant l'acquisition, la gestion et l'exploitation optimales des flux d'informations au moyen d'outils digitaux.
- Analyser les comportements d'achat des clients de son enseigne, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (GRC) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...).
- Identifier les actions marketing et commerciales innovantes à mettre potentiellement en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en s'assurant de leur cohérence avec la stratégie de son entreprise et avec ses analyses du contexte socio-économique.
- Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en évaluant leur intérêt respectif et en posant des arbitrages fondés sur la cohérence de leur articulation dans une logique omnicanal, tout en tenant compte des moyens à disposition et de l'environnement externe.
- Structurer le plan d'action commercial omnicanal à conduire, en déterminant les objectifs à atteindre, en évaluant les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter et en établissant son calendrier de réalisation compte tenu du programme annuel établi au niveau de l'enseigne.
- Elaborer des outils numériques de pilotage du plan d'action commercial omnicanal, en identifiant les indicateurs de suivi et de performance, ainsi que les points de contrôle pertinents.
- Présenter le plan d'action commercial omnicanal à sa hiérarchie, en le formalisant de façon claire, complète et structurée et en justifiant le bienfondé des choix opérés et options retenues.

Bloc 2 – Piloter l'activité d'une unité commerciale sur ses canaux physiques et digitaux

Etre capable de :

- Organiser l'accueil de la clientèle dans les espaces de vente, en définissant et en contrôlant l'application des procédures et pratiques respectant les règles QHSE de l'entreprise et les obligations réglementaires incombant à tout ERP.
- Vérifier la mise en œuvre des dispositions spécifiques permettant l'accueil des clients en situation de handicap, en s'assurant de la mise en place des conditions conformes aux obligations réglementaires.
- Etablir l'aménagement physique du magasin et des espaces commerciaux, en négociant – le cas échéant – avec sa direction l'emplacement et la volumétrie des lieux de vente et de stockage, et en argumentant les conditions d'organisation et de présentation optimales des surfaces relevant de sa responsabilité.

- Contrôler la présentation et la valorisation des produits/services dans les espaces de vente, en s'assurant du respect des plans d'implantation et de merchandising définis.
- Organiser le référencement des produits accessibles à la vente en ligne sur l'espace numérique dédié de son unité, en opérant ou en déléguant l'opération de saisie des informations et visuels relatifs à chaque produit et en veillant à leur exactitude et leur qualité.
- Définir les modalités de mise à disposition (Drive, click & collect, livraison...), d'expédition et de transport des produits achetés en ligne, en veillant à la commodité, la sécurité, l'économie et la rapidité des solutions formulées.
- Vérifier en continu le bon fonctionnement et l'ergonomie de l'espace de vente numérique de l'unité commerciale, en s'assurant de la qualité de présentation et de la commodité de navigation, ainsi que des fonctionnalités de paiement.
- Superviser la réalisation des inventaires des marchandises selon la périodicité propre à son secteur d'activité, en vérifiant l'application des procédures prévues et le recours à des outils informatiques, et en identifiant l'origine des anomalies et des démarques inconnues
- Etablir les procédures à suivre pour la gestion et le déplacement des stocks jusqu'au lieu de vente, en déterminant les dispositions permettant la réduction des manipulations et les temps de transport dans le respect des normes et caractéristiques propres aux conditions de leur conservation et de leur déplacement.
- Assurer le suivi de l'état des stocks de marchandises en temps réel, en identifiant et en anticipant les besoins en approvisionnement au regard de la saisonnalité des ventes et des événements programmés.
- Gérer les modalités de collaboration commerciale avec ses fournisseurs, en analysant leur performance au niveau de la conformité de leurs livraisons (en termes de quantité et délai), de la qualité de leurs produits et des tarifs pratiqués.
- Faire évoluer son portefeuille de fournisseurs et le référencement des gammes de produits proposées au sein de l'unité commerciale, en privilégiant les acteurs et produits respectueux de l'environnement et répondant à un cahier des charges exigeant en matière de responsabilité sociétale.
- Organiser la mise en place des actions de promotion et d'animation commerciales et extra-commerciales sur les canaux physiques et digitaux, conformément au programme établi et en collaboration avec ses équipes et éventuellement d'autres services.
- Vérifier la mise en œuvre des actions de promotion et d'animation commerciales et extra-commerciales sur les canaux physiques et digitaux, en veillant au respect des objectifs, des normes qualité et des délais définis.
- Suivre le déroulement des actions de promotion et d'animation commerciales et extra-commerciales mises en place sur les canaux physiques et digitaux, en suivant les comportements des clients dans les espaces de vente physiques et digitaux et leurs effets en termes d'achat, et en trouvant des solutions adaptées face aux aléas et problèmes pouvant survenir.
- Evaluer le niveau de satisfaction de ses clients, en organisant la mise en place et l'exploitation d'un système d'écoute articulant enquêtes dématérialisées et suivi des avis et réclamations exprimés sur les canaux digitaux.
- Analyser en continu les résultats des ventes, en s'appuyant sur l'examen quotidien des tableaux de bords renseignés et des indicateurs d'activité et de performance.
- Etablir le bilan de l'activité de son unité sur le plan commercial, en restituant à sa hiérarchie l'analyse de ses résultats et des observations réalisées et en proposant de façon argumentée des axes d'amélioration et ou d'innovation.

Bloc 3 – Manager les équipes de l'unité commerciale dans un contexte de vente omnicanal

Etre capable de :

- Anticiper les besoins en personnel de l'unité commerciale sur l'année, en déterminant les recrutements à prévoir au regard des objectifs de développement commercial et des variations d'activité saisonnières.
- Participer au processus de recrutement de nouveaux salariés en collaboration avec le service RH de son entreprise, en contribuant à l'identification et la sélection des candidats à positionner sur les postes à pourvoir selon des critères intégrant la facilitation d'accès à l'emploi des candidats en situation de handicap.
- Organiser le travail à effectuer par les membres de son équipe, en déterminant les tâches, missions et objectifs assignés à chacun et en établissant leur planning de travail dans le respect de la législation et en tenant compte des impératifs liés aux activités et actions à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux.
- Etablir les règles et procédures à respecter en matière de sécurité et de pratiques éco-responsables, en tenant compte des obligations légales et de la politique RSE de son entreprise.
- Mettre en place les dispositions et aménagements de postes de travail pour les salariés en situation de handicap, en identifiant leurs besoins spécifiques.
- Mobiliser ses équipes de collaborateurs, en développant un mode de management favorisant l'écoute et la reconnaissance tout en l'adaptant à leurs caractéristiques et à la culture de l'entreprise.
- Superviser le travail produit par ses équipes, en contrôlant le respect des procédures et règles définies, et en les aidant à résoudre les problèmes rencontrés.
- Gérer les litiges et conflits interpersonnels pouvant survenir entre les membres de ses équipes, en trouvant les solutions adaptées et préservant les intérêts de chacun.
- Contribuer à la formation de ses collaborateurs aux techniques de vente et d'animation de la relation clients dans un contexte omnicanal, en leur prodiguant les remarques et conseils leur permettant d'utiliser les outils digitaux, d'adopter un comportement adapté et d'apporter une réponse pertinente aux demandes ou remarques des clients formulées sur différents canaux.
- Contribuer à la progression de ses collaborateurs, en réalisant les entretiens annuels d'évaluation permettant de déterminer les axes de progrès de chacun et en définissant les actions participant au développement de leurs compétences.

MOYENS PÉDAGOGIQUES UTILISÉS ET DÉROULEMENT PÉDAGOGIQUE - SUPPORTS

La préoccupation essentielle d'EKLYA est l'ajustement du contenu de la formation aux compétences attendues par les entreprises du secteur du commerce et de la distribution.

Pour cela, la pédagogie mise en place se veut innovante, active et professionnalisante. Elle est centrée autant sur la personne dans un esprit de promotion et d'adaptation des comportements, que sur le contenu de l'enseignement.

MODALITÉS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES D'ACCOMPAGNEMENT DU STAGIAIRE

- Des relations formelles sont organisées avec les maîtres d'apprentissage et les tuteurs en entreprise :
- Un suivi des missions des apprentis et stagiaires est réalisé et s'appuie sur la fiche de poste établie au début du contrat
- Une grille d'acquisition des compétences permet de mesurer la progression du formé et sa montée en compétences. Cette grille est exploitée par les entreprises partenaires et les tuteurs pédagogiques d'EKLYA

- Une ou plusieurs visites annuelles en entreprise permettent d'échanger sur le développement des compétences de l'apprenti ou stagiaire et de recueillir l'opinion des maîtres d'apprentissage/tuteurs sur l'évolution des métiers et des compétences requises ainsi que sur l'adéquation du programme de formation, son contenu et sa mise en œuvre

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Les évaluations se déroulent sous forme de contrôles continus et de validation de blocs de compétences.
- Des épreuves écrites de type « étude de cas » et des examens oraux de type « mises en situations » sont mises en place dans le cadre de ces évaluations conformément au référentiel de la formation.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteur du commerce et de la distribution

Fiche ROME D1502

- Management/gestion de rayon produits alimentaires
- Manager rayon alimentaire
- Responsable de rayon produits alimentaires

Fiche ROME D1503

- Management/gestion de rayon produits non-alimentaires
- Chef de rayon produits non alimentaires
- Manager de rayon produits non alimentaires
- Responsable de rayon de produits non alimentaires

Fiche ROME D1509

- Management de département en grande distribution
- Chef de département en grande distribution
- Chef de secteur distribution
- Chef de secteur magasin
- Responsable de département en grande distribution
- Responsable univers

Fiche ROME D1301

- Management de magasin de détail
- Adjoint responsable de magasin de détail
- Responsable de boutique