

Gestionnaire d'Unité Commerciale - Conseiller Business Unit

Présentation du référentiel synthétisé de formation

Document mis à jour le 25 mars 2024

II. RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET D'ÉVALUATION

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>
MODALITÉS D'ÉVALUATION		CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc de compétences n° 1 : Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phytogales de l'unité commerciale		
<p>A1 L'étude de la concurrence et des évolutions des pratiques de consommation sur périmètre de son enseigne au moyen d'outils numériques de captation de l'information</p>	<p>En tenant compte de son environnement local et des évolutions du marché et en déclinant la politique commerciale de son entreprise, mettre en œuvre les actions commerciales et les opérations de marketing phytogales permettant de dynamiser les ventes de son unité tout en respectant l'image de l'enseigne ou de la marque.</p> <p>C.1.1 Repérer le positionnement et la zone de chalandise des entreprises concurrentes implantées localement, en les comparant à ceux de son entreprise et aux caractéristiques de son offre produits/services et de sa promesse commerciale, afin de prendre la mesure de la concurrence et de saisir la singularité, les forces et faiblesses de son enseigne.</p> <p>C.1.2 Etudier les offres produits/services et prix pratiqués par les entreprises concurrentes, en se rendant sur les différents points de vente situés sur sa zone et en consultant leurs outils numériques de promotion et de vente en ligne, afin d'identifier les innovations en matière d'offres commerciales et de les resituer au regard du positionnement de son enseigne.</p> <p>C.1.3 Analyser les parcours et expériences clients proposés par les enseignes concurrentes sur les canaux physiques et digitaux, en se rendant sur leurs différents points de vente et en consultant leurs outils numériques (site institutionnel, réseaux sociaux, plateforme de e-commerce...), afin de trouver des motifs d'inspiration pour renouveler ses techniques de valorisation des produits et d'enrichir l'expérience de ses clients.</p> <p>C.1.4 Repérer les tendances en émergence et les facteurs influant sur les comportements d'achat, en analysant les données issues des outils digitalisés de gestion de la relation clients de son entreprise, afin de tenir compte des évolutions des pratiques de ses clients (prise d'information préalable, multiplication des canaux d'achat, aspiration à des achats éthiques et responsables...) dans la mise en place de ses actions commerciales.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Une proposition d'aménagement d'un espace de vente et de mise en œuvre d'une action promotionnelle sur les canaux physiques et digitaux, s'appuyant sur l'analyse des pratiques de la concurrence et de l'évolution des comportements d'achat</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite et orale</p>
		<p><i>En relation avec les compétences C.1.1 à C.1.4 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité de l'analyse de l'environnement interne/externe de l'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> la présentation de l'entreprise est exacte et complète (historique, typologie, secteur d'activité, effectifs, organisation interne, offre produit/service, zone de chalandise), les caractéristiques de l'offre sont correctement identifiées et mises en contexte (assortiment, gamme, prix, concurrence, merchandising, canaux de distribution physiques et digitaux), les caractéristiques de la demande sont correctement identifiées (la cible client est définie, les comportements d'achat et leur évolution sont caractérisés, les méthodes de fidélisation sont repérées), les forces/faiblesses de l'entreprise et de sa promesse commerciale sont évaluées, les menaces/risques portés par l'environnement de l'entreprise sont correctement identifiés et restitués.

<p>A2 L'organisation de l'espace de vente de l'unité commerciale et la mise en place d'outils d'aide à la vente numérique</p> <p>A3 La mise en œuvre d'actions et techniques de promotion innovantes des produits et services proposés par son enseigne</p> <p>A4 La réalisation d'actions de communication et marketing physiques et numériques</p>	<p>C.2.1 Organiser la surface de vente de l'unité commerciale en cohérence avec l'image de l'enseigne ou de la marque, en utilisant à bon escient les techniques de merchandising permettant la création d'un espace, d'une ambiance et d'un décor en adéquation avec son offre produits/services et participant à leur valorisation, afin de proposer à ses clients une expérience favorisant la concrétisation de leur intention d'achat.</p> <p>C.2.2 Mettre en place des outils d'aide à la vente numériques innovants (bornes, tablettes, murs interactifs, réalité augmentée...), en veillant à leur attractivité, leur accessibilité et leur commodité d'utilisation, afin de permettre à ses clients de consolider leur connaissance du produit et d'affirmer leur intention d'achat.</p> <p>C.3 Définir de nouvelles idées de promotion des produits/services commercialisés par son enseigne, en déterminant les actions et techniques d'ordre commercial et extracommercial (événement, animation...) à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, afin de contribuer à l'attractivité de son unité et au développement de ses ventes.</p> <p>C.4.1 Déployer les outils de communication commerciale physiques et digitaux de son unité, en veillant à leur diffusion sur chaque canal utilisé (PLV en magasin, messages promotionnels sur site internet et sur les réseaux sociaux ...), afin de dynamiser ses ventes.</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.2 à C.4 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la proposition de merchandising et d'action promotionnelle : <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs commerciaux sont précisés et évaluable, - les moyens opérationnels à mettre en œuvre sont spécifiés et correctement dimensionnés, - l'aménagement proposé est en cohérence avec l'image de marque de l'entreprise, - l'ambiance générée par la proposition d'aménagement est en cohérence avec les caractéristiques de l'offre produit/service, - l'aménagement proposé conjugue commodité de circulation et facilitation de l'acte d'achat, - des outils numériques d'aide à la vente sont proposés et ils sont adaptés au type de produits/services distribués et à la cible client visée, - la proposition d'action extracommerciale est originale et constitue un levier d'attractivité et de fidélisation de la cible client visée, - les messages promotionnels sont adaptés aux spécificités de la cible client et au format des supports digitaux, - les supports valorisent l'offre produit/service, - les obligations réglementaires sont respectées.
--	---	---

Bloc de compétences n° 2 : Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal		
<p>A5 L'identification des caractéristiques des clients de l'unité commerciale par l'exploitation de leurs données personnelles dans le respect du RGPD</p>	<p>En développant une parfaite connaissance de ses clients, de leurs caractéristiques et attentes et en s'appuyant sur une connaissance approfondie de son offre commerciale, assurer la commercialisation de l'offre produits/services de l'unité commerciale, en optimisant la relation avec ses clients afin de leur apporter satisfaction, de les fidéliser et de concrétiser leur intention d'achat.</p> <p>C.5 Analyser les caractéristiques des clients de l'unité commerciale selon leur catégorie d'appartenance et leur typologie, en identifiant les spécificités de leur comportement de consommation par l'analyse des données personnelles mises à disposition par les outils numériques de gestion de la relation clients de son entreprise, afin de déterminer les facteurs contribuant à leur décision d'achat en vue d'exercer une fonction de vendeur conseil et d'optimiser ses ventes.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>1/ En relation avec les compétences C.5, C.6.1 à C.6.4, C.7.1 & C.7.2</p> <p>La réalisation d'un acte de conseil/vente, intégrant la gestion d'une situation relationnelle difficile ou atypique avec un client</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>
<p>A6 L'accueil des clients sur les différents canaux de vente de l'unité commerciale et l'analyse de leurs besoins</p>	<p>C.6.1 Mettre en œuvre une démarche d'accueil des clients de l'unité commerciale sur ses différents canaux de vente, en veillant à l'application des règles de convivialité conformes aux standards et au positionnement de son enseigne, afin d'établir un climat favorable à l'acte d'achat et à la fidélisation de la relation commerciale.</p> <p>C.6.2 Vérifier la mise en place des dispositions spécifiquement adaptées à l'accueil de la clientèle en situation de handicap sur les canaux de vente physiques et digitaux, en appliquant les directives de l'enseigne et en les adaptant au regard des caractéristiques de l'espace de vente, afin de garantir accessibilité et autonomie tout au long du parcours d'achat.</p> <p>C.6.3 Evaluer l'attitude à adopter à l'égard de chaque client, en les observant et en tenant compte de leur comportement, afin d'adopter un positionnement adapté et d'initier une relation favorisant la réalisation de leur acte d'achat.</p>	<p>1/ En relation avec les compétences C.5, C.6.1 à C.6.3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Qualité de l'attitude commerciale : <ul style="list-style-type: none"> - la posture et le comportement sont adaptés à la situation et en adéquation avec le positionnement de l'entreprise, - les règles d'accueil et de convivialité sont appliquées et favorisent l'instauration d'un échange contribuant à la réussite de l'acte de vente et la résolution de la situation, - les spécificités et caractéristiques du client sont décodées, - la posture et le comportement sont adaptés aux particularités du clients, - la posture mise en œuvre conjugue écoute et assertivité et favorise l'expression libre du client. <p><i>En relation avec les compétences C.6.4, C.7.1 et C.7.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Pertinence de l'analyse et du traitement de la situation : <ul style="list-style-type: none"> - les informations à demander au client sont correctement identifiées, - les techniques de questionnement sont appliquées à bon escient et permettent d'approfondir le besoin et les motivations du client, - le profil du client est décrypté de façon approfondie par la consultation de ses données et comportement d'achat fournies par un outil numérique,

<p>A7 Le conseil des clients, la réalisation des ventes et le traitement des réclamations</p>	<p>C.6.4 Analyser les attentes de ses clients, en développant une démarche d'écoute et en précisant leur profil et comportement d'achat au moyen des données issues de ses outils numériques, afin de définir leurs besoins et d'adopter une posture de conseil adapté et contribuant à la personnalisation de la relation commerciale.</p> <p>C.7.1 Développer un argumentaire sur les caractéristiques des produits/services proposés, en apportant aux clients des réponses fiables et actualisées à l'appui d'informations obtenues en direct grâce aux outils connectés et en mobilisant les outils numériques d'aide à la vente, afin de concrétiser l'achat d'un produit/service leur donnant satisfaction.</p> <p>C.7.2 Assurer un service après-vente permettant de régler les problèmes rencontrés avec les clients, en trouvant des solutions acceptables pour ses clients suite à réclamation tout en préservant les intérêts de son unité et le respect des règles commerciales, afin de préserver la satisfaction du client.</p>	<p>2/ En relation avec les compétences C.8.1 à C.8.2 Une proposition d'actions de fidélisation à mettre en place</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les outils numériques d'aide à la vente sont mobilisés de façon adaptée et efficace, - les dimensions factuelles et émotionnelles de la situation sont dissociées, - les objections du client sont traitées et contre-argumentées, notamment à l'appui d'informations obtenues en direct au moyen d'outils connectés, - le diagnostic de la situation est correct, - les dimensions contractuelles et réglementaires liées à la vente sont prises en compte et le droit commercial est respecté, - la solution proposée est exposée de façon claire et valorisée, - la solution est validée par le client et permet de déboucher sur un accord, - l'entretien est clos par une prise de congé. <p>2/ En relation avec la compétence C.8.2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse : <ul style="list-style-type: none"> - les enjeux de la fidélisation sont correctement identifiés, - les actions de fidélisation préexistantes font l'objet d'une évaluation critique permettant l'identification de leurs efficacité et limites, - le choix de la ou des méthode(s) d'analyse de la clientèle utilisée est argumentée, - la segmentation de la clientèle proposée est justifiée et argumentée.
<p>A8 La mise en place des mesures d'optimisation du niveau de satisfaction des clients de l'unité commerciale</p>	<p>C.8.1 Contribuer à la fidélisation des clients, en les informant régulièrement des offres dont ils peuvent bénéficier par les voies numériques et dans le respect du RGPD, afin de maintenir son volant de clientèle.</p> <p>C.8.2 Vérifier le niveau de satisfaction des clients, en mettant en œuvre les enquêtes dématérialisées et en consultant leurs résultats, afin d'identifier les pratiques à capitaliser et les points d'irritation à corriger avec la mise en place d'améliorations de son offre commerciale.</p>		

			<p><i>En relation avec les compétences C.8.1 & C.8.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pertinence de la proposition d'action de fidélisation : - les contraintes liées au RGPD dans l'utilisation des données clients sont prises en compte et respectées, - plusieurs outils de fidélisation adaptés à la typologie de la clientèle sont identifiés, - le choix des outils de fidélisation à utiliser est argumenté et leurs avantages et inconvénients explicités, - la mise en œuvre de l'action de fidélisation est planifiée, - un outil d'évaluation est proposé pour mesurer l'effet de l'action de fidélisation à mettre en œuvre.
<p>Bloc de compétences n° 3 : Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale</p>			
<p>A9 La tenue des outils de suivi de l'activité de vente de l'unité commerciale</p>	<p>En veillant à la tenue et à l'actualisation des outils de suivi d'activité au moyen de logiciels dédiés, assurer le suivi des ventes et la gestion des achats de l'unité commerciale, en analysant l'évolution de son chiffre d'affaires et des ventes, afin d'identifier les nouvelles actions pouvant contribuer à les dynamiser et d'opérer les commandes garantissant la mise à disposition des produits/services à ses clients.</p> <p>C.9.1 Vérifier les encaissements résultant de la vente des produits/services de l'unité commerciale, en effectuant les actes de base du suivi de trésorerie et en identifiant et corrigeant les erreurs potentielles, afin de garantir l'exactitude des données transmises aux services comptables de son entreprise.</p> <p>C.9.2 Assurer l'actualisation des indicateurs de suivi d'activité de l'unité commerciale, en renseignant les tableaux de bord permettant de rendre compte de ses résultats commerciaux dans</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p>1/ <i>En relation avec les compétences C.9.1, C.9.2, C.10.1, C.10.2 & C.11</i> L'analyse des résultats d'une activité commerciale et la proposition de mesures correctives contribuant à la dynamisation des ventes</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p>	<p>1/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.9.1, C.9.2, C.10.1 & C.10.2 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Exactitude de l'analyse des données commerciales : - les indicateurs de rentabilité commerciaux sont identifiés, compris et différenciés, - le choix des données à utiliser pour le calcul des indicateurs de rentabilité est correct, - le calcul du taux de marge est exact, - le calcul du taux de marge est exact, - le calcul du coefficient multiplicateur est exact,

<p>A10 L'analyse du produit des ventes et des actions promotionnelles de l'unité commerciale</p>	<p>les outils logiciels dédiés, afin de suivre les évolutions de ses ventes, de son chiffre d'affaires et des marges réalisées.</p> <p>C.10.1 Analyser les résultats commerciaux de l'unité, en les comparant à ceux de l'enseigne au niveau régional ou national et à ceux de la concurrence, afin de situer l'efficacité de son action commerciale et d'identifier les succès, méventes et marges réalisées sur chaque famille de produits/services.</p> <p>C.10.2 Rechercher les causes de succès ou de méventes des différents produits/services, en analysant les courbes de vente des différents produits/services commercialisés, afin de capitaliser les réussites constatées et de remédier aux insuccès.</p> <p>C.11 Déterminer les actions correctives à mettre en œuvre, en s'appuyant sur les conclusions de l'analyse de l'activité, afin de dynamiser les ventes de l'offre produits/services de l'unité commerciale.</p>	<p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la détermination du seuil de rentabilité est correcte et intègre celle du point mort et de la marge de rentabilité, - les hypothèses d'explication des causes de succès et méventes sont plausibles, argumentées et justifiées. <p><i>En relation avec la compétence C.11 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la proposition de mesures correctives : - la proposition s'appuie sur l'analyse des causes de mévente et l'identification des facteurs de succès, - les différentes possibilités de mesures correctives sont présentées et évaluées au regard de leur intérêt respectif, - les avantages des mesures retenues sont clairement présentés et démontrés, - les actions à mettre en place sont planifiées et budgétisées de façon réaliste et dans le respect des impératifs de rentabilité.
<p>A12 La gestion des commandes et approvisionnements de l'unité commerciale au moyen d'outils numériques</p>	<p>C.12.1 Gérer les stocks de produits distribués dans l'unité commerciale, en procédant à leur inventaire et leur mise à jour selon les procédures en vigueur et au moyen d'outils numériques, afin de déterminer les besoins de réapprovisionnement du magasin.</p> <p>C.12.2 Passer les commandes de produits auprès des fournisseurs ou de la centrale d'achat de son enseigne, en respectant les procédures à suivre et en tenant compte des délais de livraison, afin de garantir la mise à disposition des produits et d'éviter toute rupture dans leur réassortiment.</p> <p>C.12.3 Contrôler la quantité et la qualité des produits livrés, en s'assurant de leur conformité aux conditions définies lors de l'établissement des contrats et en traitant les irrégularités constatées, afin de garantir le respect des engagements des fournisseurs.</p>	<p>2/ En relation avec les compétences C.12.1 à C.12.4</p> <p>La mise en œuvre d'une procédure d'approvisionnement de fournitures</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p>2/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.12.1 à C.12.4 :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conformité de la mise en œuvre de la procédure d'approvisionnement : - les règles et principes d'inventaire des produits sont appliqués, - l'évaluation des besoins en réapprovisionnement est juste, - les procédures de passation de commande sont appliquées,

	<p>C.12.4 Etablir les documents nécessaires au règlement des produits livrés, en s'assurant de leur conformité aux conditions définies lors de l'établissement des contrats, afin d'assurer le respect de ses engagements vis-à-vis de ses fournisseurs.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - les délais d'acheminement et de livraison sont pris en compte et la mise à disposition des produits en temps voulu est sécurisée, - les indications de quantité, qualité et délai sont vérifiées, - les documents nécessaires au règlement des livraisons sont vérifiés, conformes et visés.
<p>Bloc de compétences n° 4 : Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe</p>			
<p>A13 L'organisation du travail et du planning des collaborateurs de l'unité commerciale</p>	<p>En tenant compte des fluctuations et des besoins de l'activité selon les heures et les saisons, collaborer à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale, en élaborant les plannings et en animant l'équipe de travail, afin d'assurer une gestion optimale de la surface de vente.</p> <p>C.13.1 Participer à l'organisation du travail au sein de l'unité commerciale, en déterminant les tâches et activités à réaliser et en hiérarchisant les priorités, afin d'optimiser le fonctionnement du point de vente au regard des besoins résultant de son activité.</p> <p>C.13.2 Contribuer à l'élaboration de son planning et éventuellement celui d'un ou plusieurs collaborateurs, en respectant le code du travail et en tenant compte des heures de fréquentation et en répartissant les tâches à effectuer selon les compétences, afin de garantir la disponibilité des ressources humaines suffisantes pour assurer l'activité de l'unité commerciale.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Une proposition d'organisation de travail liée à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une activité quotidienne, - une activité exceptionnelle. <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.13.1, C.13.2, C.14.1 & C.14.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse du fonctionnement de l'unité : - l'organisation fonctionnelle et structurelle de l'unité est correctement identifiée, - les ressources matérielles mobilisées sont identifiées et présentées, - le volume et la répartition des heures travaillées au sein de l'unité, en fonction des différentes activités, sont évalués, - les points forts et les points faibles de l'organisation sont correctement identifiés : efficacité des heures travaillées, priorisation est hiérarchisation des activités, identification des causes de retard, identification des obstacles à la productivité. <p><i>En relation avec les compétences C.13.1, C.13.2, C.14.1 & C.14.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la proposition d'organisation structurelle :
<p>A14 Le contrôle des activités réalisées au sein de l'unité commerciale</p>	<p>C.14.1 Veiller à la mise en œuvre des dispositions hygiéniques et sanitaires au sein de la surface de vente, en appliquant les règles et procédures découlant des obligations législatives et de la politique QHSE de son entreprise, afin de garantir la sécurité des employés.</p> <p>C.14.2 Contrôler la réalisation des activités de l'unité commerciale, en vérifiant le respect des procédures, règles et normes établies par son enseigne, afin de s'assurer du bon fonctionnement du point de vente.</p>		

<p>A15 L'amélioration du fonctionnement opérationnel de l'unité commerciale</p>	<p>C.15.1 Proposer des solutions opérationnelles à mettre en œuvre, en prenant l'avis d'un ou plusieurs collaborateurs et en identifiant les points pouvant faire l'objet d'une amélioration, afin d'optimiser le fonctionnement de l'unité opérationnelle.</p> <p>C.15.2 Résoudre les situations problématiques et les conflits interpersonnels au sein de l'unité commerciale, en trouvant une solution adaptée respectant les intérêts de chacun, afin de maintenir la sérénité du climat de travail.</p> <p>C.15.3 Former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail, en leur apportant des conseils et consignes d'ordre technique ou comportemental et en déterminant avec eux les axes de progrès à réaliser, afin de contribuer au développement de leurs compétences et à l'adoption d'une attitude conforme au positionnement de l'enseigne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les axes d'amélioration proposés contribuent à l'efficacité de l'organisation et sont vecteurs de gain de productivité, - les axes d'amélioration proposés sont adaptés au contexte de l'entreprise (habitudes, culture, capacités...), - les axes d'amélioration proposés respectent la réglementation sociale et le droit du travail, ainsi que les règles d'hygiène et de sécurité, - les axes d'amélioration proposés prennent en compte les problématiques environnementales et s'inscrivent dans une logique de développement durable. <p><i>En relation avec les compétences C15.1 & C.15.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pertinence de la proposition d'organisation liée à une activité ou situation exceptionnelle : - les différentes composantes de la situation sont correctement identifiées et prises en compte, - la distance prise par rapport à la situation est suffisante pour identifier les solutions adéquates, - l'analyse de la situation permet d'identifier la problématique, d'en trouver les causes et de la résoudre, - le planning d'action est cohérent et respecte la législation et les spécificités des collaborateurs en situation de handicap.
---	---	--

III. GRANDS PRINCIPES DE LA CERTIFICATION

Règlement d'examen Gestionnaire d'Unité Commerciale

Niveau initial requis

Pour un parcours vers la certification en formation initiale (Primo-apprenant) ou continue (Executive : salarié/demandeur d'emploi) soit :

- Un niveau 4 validé.
- Justifier de 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité commerce-distribution.

Et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Par la VAE :

- Répondre aux prérequis fixés par la loi.

Conditions d'obtention de la certification quelle que soit la voie d'accès

Le référentiel de la certification Gestionnaire d'Unité Commerciale est composé de 4 **blocs de compétences et de la prise en compte d'une pratique professionnelle.**

La certification peut être obtenue en formation continue et initiale :

- Par blocs séparés,
- Dans son intégralité.

Le référentiel intègre dans les deux cas, à l'exception des candidats salariés, une dimension professionnelle évaluée systématiquement selon deux modalités :

- À partir d'une « **Évaluation entreprise** », réalisée par le tuteur qui suit le candidat en entreprise à l'aide de la Grille d'évaluation de pratique professionnelle
- À partir d'un « **dossier professionnel** » et d'une « **soutenance du dossier professionnel** » évalués par un jury.

La validation de chaque bloc de compétences est déterminée par une ou plusieurs évaluations.

Les salariés et demandeurs d'emploi qui bénéficient d'un positionnement effectué grâce aux outils de positionnement fournis par le réseau NEGOVENTIS, peuvent être, selon les titres, exemptés d'épreuve professionnelle.

La certification totale est délivrée si le candidat obtient **10 de moyenne générale avec une note d'évaluation professionnelle d'au moins 10/20** sous réserve de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 8/20 sur l'un des 4 blocs (note éliminatoire).

⇒ Validation totale de la certification correspondant à l'obtention du titre

Dans l'hypothèse où le candidat obtient une moyenne générale égale ou supérieure à 10 mais une note inférieure à 8 /20 (note éliminatoire) dans un ou plusieurs blocs, il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

⇒ Il obtient une certification partielle, uniquement sur les blocs validés

Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale, il n'obtient donc pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

⇒ Il obtient une certification partielle, uniquement sur les blocs validés

Période minimale obligatoire en entreprise

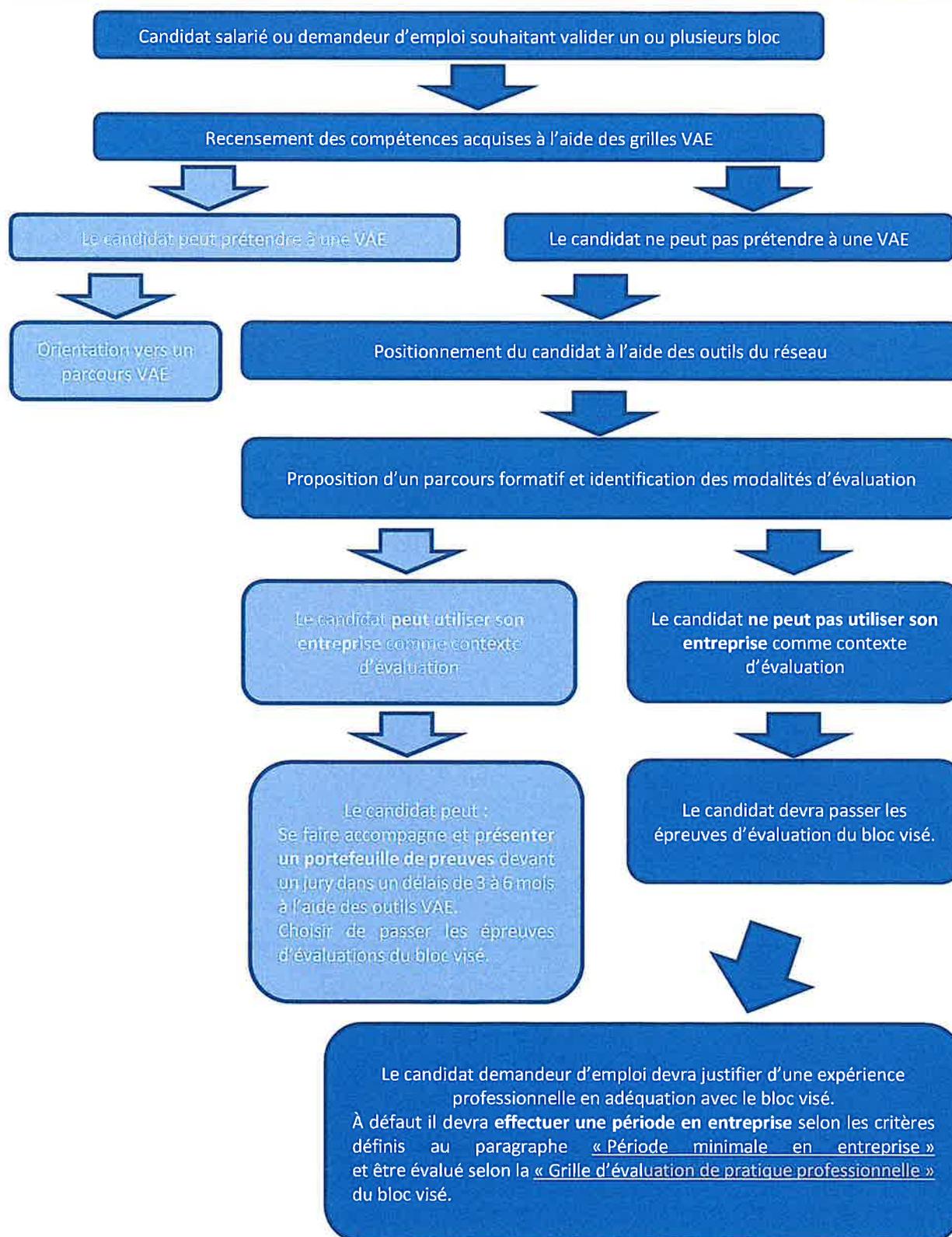
Pour l'obtention du titre Gestionnaire d'Unité Commerciale inscrit au RNCP à niveau 5, **la période minimale obligatoire en entreprise** (alternance, stage...) est dans le cas d'un :

- **Parcours complet de 280h.**
- **Parcours de validation partielle de 105h par bloc de compétences** dans la limite de 280 h dans le cas de plusieurs blocs suivi dans un parcours de formation.
- **Parcours « Executive »** et après positionnement cette durée de stage obligatoire **peut-être réduite jusqu'à 105h.**

Les candidats Executive

Les candidats salariés peuvent, dans le cadre de la validation d'un bloc de compétences, substituer les épreuves de blocs par un portefeuille de preuves à présenter à un jury, 3 à 6 mois après le parcours formatif, dans la mesure où le contexte de l'entreprise du candidat est favorable à ce type de démarche. Pour cela il doit s'appuyer sur les outils VAE proposés en fin de ce référentiel

Process de validation d'un bloc pour un candidat Executive



En cas d'échec

- Le candidat a la possibilité de repasser les blocs non validés, une seule fois par bloc, dans la limite de la « date de dernière délivrance possible de la certification » indiquée sur la fiche RNCP (lien en 1^{ère} page de couverture).
- Concernant l'épreuve professionnelle, le candidat a la possibilité de présenter un dossier lié à une problématique professionnelle après 3 mois minimum d'expérience professionnelle en relation avec le métier, dans la limite de la « date de dernière délivrance possible de la certification » indiquée sur la fiche RNCP (lien en 1^{ère} page de couverture).

Dans le cadre d'un redoublement : le candidat suit les modules du ou des blocs non-validés et repasse toutes les évaluations de modules suivis et les évaluations de blocs de l'année concernée.

Dans le cadre d'une présentation aux épreuves de rattrapage : le candidat repasse uniquement les évaluations de blocs et conserve le bénéfice de sa note de tuteur pour l'évaluation professionnelle. Dans ce cas, le candidat ne peut se présenter que dans un seul centre, auprès duquel il a obligation de s'inscrire à la prochaine session d'examen, par courrier recommandé ou remis en mains propres 4 mois avant l'épreuve de validation du ou des blocs concernés.

En cas de non-présentation

- Aux blocs : la non-présentation à au moins une évaluation de bloc induit la non-validation du bloc.
- La non remise de rapport dans les délais fixés ou la non-présentation à la soutenance, induisent la non-obtention de la certification mais le candidat conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

Motifs recevables de non-présentation aux évaluations de bloc et à l'évaluation professionnelle

- Certificat médical
- Arrêt de travail
- Cas de force majeure justifié (certificat de décès d'un proche...)
 - Dans ces seuls cas une épreuve de rattrapage sera proposée au candidat dans un délai de 6 mois après demande écrite du candidat.

En cas d'absentéisme non-justifié

- Les absences en entreprise dans le cas d'un contrat de travail (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation) relèvent des dispositions du code du travail et/ou des textes applicables à l'entreprise dans les limites définies au paragraphe « Période minimale obligatoire en entreprise »
- Concernant les autres voies d'accès à la certification, se conformer au temps minimum à passer en entreprise tel que défini au paragraphe « Période minimale obligatoire en entreprise »
- Les absences en centre de formation ne doivent pas dépasser 10% du temps de face à face.
 - Toute absence injustifiée à une évaluation de contrôle continu est sanctionnée par l'attribution d'un zéro à l'épreuve.
 - Tout manque d'assiduité non justifié, après accord préalable de l'équipe pédagogique sera sanctionné par une diminution de la notation de la grille d'évaluation entreprise comme suit :
 - De 0% à 2,5% du temps de formation : pénalité de 5% de la note globale
 - De 2,5% à 5% du temps de formation : pénalité de 10% de la note globale
 - De 5% à 10% du temps de formation : pénalité de 15% de la note globale
 - Au-delà de 10% du temps de formation : Les sanctions relèvent du règlement intérieur de chaque établissement de formation.

Déroulement des épreuves

Cf. Règlement intérieur de chaque établissement de formation.

Un **procès-verbal d'épreuve de bloc doit être systématiquement établi** afin d'assurer la traçabilité du processus d'évaluation.

Aménagement des épreuves de validation de bloc pour les candidats en situation de handicap

Mesures classiques :

- Garantie d'accessibilité des locaux
- Mise en place d'un 1/3 temps (préparation et déroulé de l'épreuve)
- Mise en place de temps de pause pendant les épreuves avec temps compensatoire
- Assistance d'un secrétaire (lecture, ou écriture sous dictée)
- Présence d'une interface de communication (interprète)
- Aménagement du poste de travail avec mise à disposition :
 - D'un ordinateur portable
 - D'un clavier adapté et/ou d'une souris-loupe
 - D'un dictaphone pour traiter l'étude de cas
 - De règle-loupe avec fil de lecture
 - D'un logiciel de reconnaissance vocale

Mesures spécifiques :

Aménagement des épreuves (écrit + oral) inadaptées au handicap :

Le dossier et les annexes sont remis en début d'épreuve, la rédaction d'un plan et/ou analyse des documents sont sur un temps imparti, les réponses lors d'un oral organisé avec un formateur dans la matière sont enregistrées sur dictaphone.

La partie écrite est remise au formateur qui décompose sa note en 2 parties : un écrit et un oral.

Possibilité de rendre des écrits dactylographiés.

Substitution d'une épreuve écrite par un oral :

Le sujet est préparé pendant la moitié du temps imparti, puis exposé devant un formateur. La note repose sur la restitution orale et l'analyse de la situation soumise au candidat.

Toutes les évaluations de Bloc doivent être respectées même si elles font l'objet d'aménagement (durée, déroulé.).

Les études de cas du réseau sont utilisées systématiquement lorsqu'elles sont diffusées au niveau national.

Fraude aux examens de validation de blocs

En cas de fraude ou de tentative de fraude, le surveillant prendra toutes les mesures nécessaires pour faire cesser la fraude ou la tentative de fraude, sans interrompre la participation à l'épreuve du candidat.

Le surveillant **mentionnera l'incident sur le procès-verbal d'épreuve de bloc contresigné par l'auteur des faits.**

En cas de refus de contresigner, une mention sera portée sur ce document.

Tout candidat dont la fraude est avérée voit sa session d'évaluation invalidée, il ne valide aucun bloc.

Pour obtenir la validation totale ou partielle du titre il devra, après un délai de carence de 6 mois, repasser l'ensemble des évaluations de blocs à la prochaine session. Il devra en avoir fait la demande par recommandé avec accusé de réception au centre d'examen, 4 mois avant l'épreuve de validation du ou des blocs concernés s'il repasse en candidat libre ou 1 mois avant le début de la formation en cas de redoublement (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation).

Procédure d'évaluation des blocs de compétences

Désignation d'un responsable de la session d'évaluation

L'établissement de formation désigne un responsable de la session d'évaluation, quelle que soit la modalité d'évaluation choisie par le candidat.

Il a la charge d'organiser les examens et évaluations des blocs de compétences conformément au référentiel de la certification.

Processus d'élaboration et de validation des épreuves nationales

Chaque bloc de compétences est évalué par une étude de cas et/ou oral.

Formes des épreuves

Toutes les épreuves sont présentées sous la forme d'une étude de cas d'entreprise qui se décompose en dossiers thématiques ou d'une épreuve orale.

Les concepteurs des épreuves, uniques et originales, devront apporter un soin tout particulier à la clarté rédactionnelle, à la lisibilité des documents annexés, à la présentation, ainsi qu'à l'orthographe.

Orientation pédagogique

Les épreuves doivent respecter les contenus du référentiel, ainsi que le poids de chacun des modules.

Chaque titre comporte au sein de son référentiel un cahier des charges des examens qui rappelle le barème de notation fixé préalablement à la conception des sujets.

La forme des épreuves laissera une part prépondérante à l'approche analytique (analyse de documents, de la problématique, cas pratiques, simulations...) comparativement aux contrôles de connaissances (évaluation de savoirs) et valorisera les compétences transverses au bloc.

Confidentialité

Les concepteurs des épreuves ainsi que tous les acteurs administratifs ou pédagogiques du réseau Negoventis sont tenus à la plus stricte confidentialité sur les contenus des sujets d'examen. Les sujets ainsi que les brouillons doivent être impérativement collectés à l'issue de chaque épreuve.

Les notations et résultats des épreuves de bloc ne doivent en aucun cas être diffusés avant la tenue du jury de certification.

Organisation logistique et déroulement des examens

Les candidats reçoivent une convocation aux épreuves par voie postale, électronique ou remise en main propre à minima un mois avant la date des épreuves.

Étude de cas :

Dès l'arrivée du candidat, son identité est vérifiée sur présentation de sa pièce d'identité en cours de validité.

Le sujet, issu d'une banque nationale d'études de cas créée et diffusée par CCI France, est distribué avec des feuilles de brouillon.

Chaque étude de cas mentionnera explicitement les supports et matériels autorisés. Le candidat signe la feuille d'émargement et les absences éventuelles sont notifiées sur la feuille d'émargement.

L'ensemble des sujets, brouillons... doit être repris par le centre de formation à l'issue des épreuves afin d'éviter la divulgation du sujet.

Portefeuille de preuves :

Le portefeuille de preuves, s'appuyant sur les outils présentés dans le chapitre « LIVRET 2 VAE », complété et signé par le candidat est transmis au jury.

Celui-ci n'ayant pas participé à la formation ou à l'accompagnement (VAE) de l'apprenant.

Épreuve réalisée en format distanciel :

Tout aménagement d'épreuve à distance devra faire l'objet d'un accord préalable de la part de CCI France et respecter les modalités dérogatoires de passage des examens établies par CCI France.

Correction, évaluation et notation

Constitution des jurys

Les jurys d'évaluation doivent respecter les conditions imposées par France Compétences :

Il doit être à minima constitué de 2 professionnels sans lien de subordination avec l'établissement de formation et en capacité d'évaluer les compétences professionnelles visées. De plus ils ne doivent pas avoir :

- Participé à la formation du candidat,
- Un lien avec celui-ci.

Il est possible d'intégrer une 3^{ème} personne au jury en qualité de représentant de l'établissement de formation afin d'éclairer celui-ci sur les attendus de l'évaluation, sous condition :

- Qu'il n'ait formé le candidat,
- Qu'il ne participe pas à la notation.

Oraux

Pour les épreuves orales, les grilles d'évaluation nationales doivent être utilisées.

Pour l'épreuve orale de « pratiques professionnelles », une grille nationale et une note de procédure régissent l'évaluation et la notation.

Écrits

Toute conception de sujet pour les épreuves écrites comprend l'élaboration d'une grille de correction ou d'une rédaction de corrigé qui s'efforce de décliner un barème de notation le plus précis et le plus fin possible permettant ainsi d'assurer une correction objective.

La correction des copies des candidats est assurée par l'établissement de formation organisateur de l'examen. Chaque établissement de formation doit ensuite archiver ces copies d'examen durant 1 an minimum, délai légal en cas de réclamation d'un candidat.

Procédure d'évaluation des modules de formation

Les épreuves d'évaluation des modules de formation sont conçues et gérées par les centres de formation sous forme de contrôles continus. Chaque module ainsi évalué conduit à une notation sur 10, 20 ou 30, conforme à la grille d'évaluation de la certification : note sèche ou moyenne de plusieurs notes.

Procédure de certification

Tout cycle nouvellement créé devra être parrainé par un autre établissement du réseau Negoventis pendant une période probatoire de 2 promotions, avant d'être habilité à préparer seul le titre porté par CCI France. Le représentant du parrain participera au jury de certification en tant qu'observateur.

Désignation d'un responsable du processus de certification

L'établissement de formation désigne un responsable du processus de certification, quelle que soit la modalité d'évaluation choisie par le candidat.

Il a la charge de veiller à la mise en place du jury de certification conformément à la procédure.

Le jury de certification

À l'issue de l'ensemble des épreuves, le responsable du processus de certification réunit le jury de certification.

Il est composé de 4 personnes quelle que soit la voie d'accès :

- 1 Président de jury : personnalité qualifiée du monde économique
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité, représentatifs du métier cible
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné n'ayant pas formé les apprenants

Le jury de certification établit la liste des certifiés et rédige le procès-verbal d'obtention du certificat total ou partiel.

Pour les candidats n'ayant pas obtenu la certification, l'établissement délivre les certificats de bloc pour ceux validés et une attestation de suivi de formation.

Le jury est souverain dans ses décisions. Le parchemin sera signé par le Président de CCI France et le Président de la CCI dont dépend l'établissement de formation.

La procédure d'habilitation du jury

- La constitution du jury doit être conforme aux modalités du dossier d'enregistrement au RNCP.
- Le Président de jury est nommé par délégation du Président de la Chambre de commerce et d'industrie.
- L'établissement de formation sélectionne les membres du jury au regard de la fonction exercée et de son adéquation avec le niveau de formation.
- Les membres du jury doivent avoir exercés ou encadrés les métiers cibles pendant une durée minimale d'un an et ne pas être en inactivité depuis plus de 3 ans. Le jury doit faire l'objet d'une information préalable sur le fonctionnement du jury et ses objectifs.

Divulgarion des résultats

Les notes de contrôle continu sont divulguées au fur et à mesure des évaluations, les notes d'épreuves de bloc ne doivent pas faire l'objet de divulgation. (Obligatoire pour les primo-apprenants et facultatif pour les Executives)

Les résultats d'examen sont validés par le jury de certification qui rédige le Procès-Verbal d'examen et le transmet à CCI France par l'intermédiaire de l'application « DIPLOMATION » pour émissions des parchemins du titre ou du/des bloc(s) validé(s). Ces parchemins du titre ou du/des bloc(s) validé(s) seront émis sous un format totalement digitalisé.

La divulgation des résultats doit avoir lieu 6 semaines au plus tard après la date du dernier examen par la voie choisie par chaque établissement de formation : affichage, site internet, courrier....

Falsification

En cas de falsification des résultats le candidat se verra signifier une interdiction d'accès aux certifications du réseau pour une durée de 10 ans.

Suivi du placement des anciens certifiés à l'issue de la certification

Chaque candidat à la certification doit valider ses données sur l'application « DIPLOMATION » afin de permettre à l'établissement de formation de réaliser les enquêtes sur au moins 2 années postérieures à la certification et les transmettre à CCI France par l'intermédiaire de l'application « DIPLOMATION ».

Ce dispositif est obligatoire pour tout établissement de formation organisant les jurys de certifications sur les Titres portés par CCI France.

Rôle de l'organisme certificateur

CCI France, organisme certificateur qui porte et délivre la certification :

- Comptabilise les effectifs des différents centres de formation
- Garantit la mise en œuvre du référentiel de certification
- Centralise les sujets d'évaluation des blocs de compétences de tous les centres de formation du réseau
- Assure le suivi des placements
- Garantit la mise en œuvre de la VAE

Grille de synthèse d'évaluation

Obtention de la certification à 500 points sur 1000 points,

Sous-réserve d'obtenir des valeurs minimales :

Bloc 1 - Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygitaux de l'unité commerciale	90 pts (moyenne de 8/20)	Bloc 2 - Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal	80 pts (moyenne de 8/20)
Bloc 3 - Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale	70 pts (moyenne de 8/20)	Bloc 4 - Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe	60 pts (moyenne 8/20)
Evaluation professionnelle	125 pts (moyenne 10/20)		

Modules de formation	Volumes horaires	Points de contrôle continu	Epreuves de validation de bloc	Total bloc
Bloc 1 - Mise en œuvre des actions commerciales et marketing phygitaux de l'unité commerciale	245h	90 pts	135 pts	225 pts
M1.1 - Etudier l'offre et se positionner sur son marché	49 h	20	1/Production d'un dossier écrit individuel (90 pts) « Proposition d'aménagement d'un espace de vente et mise en œuvre d'une action promotionnelle » 2/ Epreuve orale 20 mn et 10 mn d'échanges (45 pts)	
M1.2 - Analyser les expériences clients proposées par les concurrents	14h	-		
M1.3 - Repérer les tendances de consommation en émergence	14h	-		
M1.4 - Optimiser l'expérience client au sein de la surface de vente	28h	10		
M1.5 - Booster les ventes par des actions de promotions innovantes	56h	20		
M1.6 - Renforcer l'attractivité de l'unité commerciale par la communication omnicanale	42h	20		
M1.7 - Préparer et mettre en œuvre une action commerciale	42h	20		
Bloc 2 - Conseil, vente et gestion de la relation clients dans un contexte omnicanal	175h	80 pts		120 pts
M2.1 - Analyser les caractéristiques de ses clients	21h	10	1/La réalisation d'un acte de conseil/vente, intégrant la gestion d'une situation relationnelle difficile ou atypique avec un client (70 pts) Epreuve orale 20 minutes maximum 2/Une proposition d'actions de fidélisation à mettre en place (50 pts) Etude de Cas de 2h	
M2.2 – Personnaliser l'accueil sur les différents canaux de vente	28h	10		
M2.3 – Conseiller, argumenter et vendre	70h	30		
M2.4 - Assurer le traitement des réclamations	28h	10		
M2.5 - Fidéliser ses clients	28h	20		
Bloc 3 - Suivi des ventes et gestion des stocks de l'unité commerciale	147h	70 pts		105 pts
M3.1 - Suivre les indicateurs commerciaux et effectuer le reporting	49h	20	Etude de cas de 3h (105 pts) : Sous dossier 1 : L'analyse des résultats d'une activité commerciale et la proposition de mesures correctives contribuant à la dynamisation des ventes Sous dossier 2 : La mise en œuvre d'une procédure d'approvisionnement de fournitures	
M3.2 - Analyser les résultats et proposer des axes d'amélioration	42h	30		
M3.3 - Optimiser les commandes de produits	42h	20		
M3.4 - Contrôler les réceptions des produits	14h	-		
Bloc 4 - Collaboration à l'organisation du fonctionnement de l'unité commerciale et à l'animation d'équipe	140h	60 pts		90 pts
M4.1 - Contribuer à l'organisation du travail et du planning des collaborateurs	56h	20	1/ Etude de cas de 3h (90 pts) « Une proposition d'organisation de travail » liée à : - une activité quotidienne, - une activité exceptionnelle	
M4.2 - Veiller aux respects des règles d'hygiène et de sécurité	7h	-		
M4.3 - Contrôler et optimiser la réalisation des activités	7h	-		
M4.4 - Gérer les conflits au sein de l'équipe	35h	20		
M4.5 - Accompagner et former ses collaborateurs en situation de travail	35h	20		

Pratique professionnelle et évaluation - Mission en entreprise			250 pts
Écrit	75 pts		
Oral	125 pts		
Évaluation tuteur	50 pts		
Volumes horaires	Alternance	TOTAL CERTIFICATION 1000 pts	
Hors évaluation	707h		
Modules complémentaires + Evaluations de blocs	393h		
Volume horaire total	1100h		

Consultation sur le site de France compétences, de la fiche correspondante RNCP36141 :

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

GESTIONNAIRE D'UNITE COMMERCIALE (GUC D)

Conseiller business unit

35ème PROMOTION

CALENDRIER DE 1ERE ANNEE DE FORMATION 2024-2025

Mis à jour le 12/03/2024

sept-24	oct-24	nov-24	déc-24	janv-25	févr-25	mars-25	avr-25	mai-25	juin-25	juil-25	août-25
D 01	M 01	V 01	D 01	M 01	S 01	S 01	M 01	J 01	D 01	M 01	V 01
L 02 (S 36)	M 02	S 02	L 02 (S 49)	J 02	D 02	D 02	M 02	V 02	L 02 (S 23)	M 02	S 02
M 03	J 03	D 03	M 03	V 03	L 03 (S 06)	L 03 (S 10)	J 03	S 03	M 03	J 03	D 03
M 04	V 04	L 04 (S 45)	M 04	S 04	M 04	M 04	V 04	D 04	M 04	V 04	L 04 (S 32)
J 05	S 05	M 05	J 05	D 05	M 05	M 05	S 05	L 05 (S 19)	J 05	S 05	M 05
V 06	D 06	M 06	V 06	L 06 (S 02)	J 06	J 06	D 06	M 06	V 06	D 06	M 06
S 07	L 07 (S 41)	J 07	S 07	M 07	V 07	V 07	L 07 (S 15)	M 07	S 07	L 07 (S 28)	J 07
D 08	M 08	V 08	D 08	M 08	S 08	S 08	M 08	J 08	D 08	M 08	V 08
L 09 (S 37)	M 09	S 09	L 09 (S 50)	J 09	D 09	D 09	M 09	V 09	L 09 (S 24)	M 09	S 09
M 10	J 10	D 10	M 10	V 10	L 10 (S 07)	L 10 (S 11)	J 10	S 10	M 10	J 10	D 10
M 11	V 11	L 11 (S 46)	M 11	S 11	M 11	M 11	V 11	D 11	M 11	V 11	L 11 (S 33)
J 12	S 12	M 12	J 12	D 12	M 12	M 12	S 12	L 12 (S 20)	J 12	S 12	M 12
V 13	D 13	M 13	V 13	L 13 (S 03)	J 13	J 13	D 13	M 13	V 13	D 13	M 13
S 14	L 14 (S 42)	J 14	S 14	M 14	V 14	V 14	L 14 (S 16)	M 14	S 14	L 14 (S 29)	J 14
D 15	M 15	V 15	D 15	M 15	S 15	S 15	M 15	J 15	D 15	M 15	V 15
L 16 (S 38)	M 16	S 16	L 16 (S 51)	J 16	D 16	D 16	M 16	V 16	L 16 (S 25)	M 16	S 16
M 17	V 17	D 17	M 17	V 17	L 17 (S 08)	L 17 (S 12)	J 17	S 17	M 17	J 17	D 17
M 18	V 18	L 18 (S 47)	M 18	S 18	M 18	M 18	V 18	D 18	M 18	V 18	L 18 (S 34)
J 19	S 19	M 19	J 19	D 19	M 19	M 19	S 19	L 19 (S 21)	J 19	S 19	M 19
V 20	D 20	M 20	V 20	L 20 (S 04)	J 20	J 20	D 20	M 20	V 20	D 20	M 20
S 21	L 21 (S 43)	J 21	S 21	M 21	V 21	V 21	L 21 (S 17)	M 21	S 21	L 21 (S 30)	J 21
D 22	M 22	V 22	D 22	M 22	S 22	S 22	M 22	J 22	D 22	M 22	V 22
L 23 (S 39)	M 23	S 23	L 23 (S 52)	J 23	D 23	D 23	M 23	V 23	L 23 (S 26)	M 23	S 23
M 24	J 24	D 24	M 24	V 24	L 24 (S 09)	L 24 (S 13)	J 24	S 24	M 24	J 24	D 24
M 25	V 25	L 25 (S 48)	M 25	S 25	M 25	M 25	V 25	D 25	M 25	V 25	L 25 (S 35)
J 26	S 26	M 26	J 26	D 26	M 26	M 26	S 26	L 26 (S 22)	J 26	S 26	M 26
V 27	D 27	M 27	V 27	L 27 (S 05)	J 27	J 27	D 27	M 27	V 27	D 27	M 27
S 28	L 28 (S 44)	J 28	S 28	M 28	V 28	V 28	L 28 (S 18)	M 28	S 28	L 28 (S 31)	J 28
D 29	M 29	V 29	D 29	M 29			S 29	M 29	J 29	D 29	M 29
L 30 (S 40)	M 30	S 30	L 30 (S 01)	J 30			D 30	M 30	V 30	L 30 (S 27)	M 30
	J 31		M 31	V 31			L 31 (S 14)	S 31		J 31	D 31
1 jour	10 jours	8 jours	4 jours	8 jours	11 jours	9 jours	9 jours	8 jours	11 jours		

Formation

Entreprise

Jours fériés

Dimanche

79 jours de formation soit 554H

GESTIONNAIRE D'UNITE COMMERCIALE (GUC SPE)

Conseiller business unit

35ème PROMOTION

CALENDRIER DE 1ERE ANNEE DE FORMATION 2024-2025

Edité le lundi 12 décembre 2022

	sept-24	oct-24	nov-24	déc-24	janv-25	févr-25	mars-25	avr-25	mai-25	juin-25	juil-25	août-25			
D 01		M 01	V 01	D 01	M 01	S 01	S 01	M 01	J 01	D 01	M 01	V 01			
L 02	(S 36)	M 02	S 02	L 02	J 02	D 02	D 02	M 02	V 02	L 02	(S 23)	M 02	S 02		
M 03		J 03	D 03	M 03	V 03	L 03	(S 06)	L 03	(S 10)	J 03		D 03			
M 04		V 04	L 04	(S 45)	M 04	S 04	M 04	M 04	V 04	D 04	M 04	V 04	L 04	(S 32)	
J 05		S 05	M 05	J 05	D 05	(S 02)	M 05	M 05	S 05	L 05	(S 19)	J 05	S 05	M 05	
V 06		D 06	M 06	V 06	L 06	(S 02)	J 06	J 06	D 06	M 06	V 06	D 06	M 06		
S 07		L 07	(S 41) - G2 jeu	J 07	S 07	M 07	V 07	V 07	(S 15)	M 07	S 07	L 07	(S 28)	J 07	
D 08		M 08	d'entreprise	V 08	D 08	M 08	S 08	S 08	M 08	(S 15)	J 08	D 08	M 08	V 08	
L 09	(S 37)	M 09	G1 jeu	S 09	L 09	(S 50)	J 09	D 09	D 09	M 09	V 09	L 09	(S 24)	M 09	S 09
M 10		J 10	d'entreprise	D 10	M 10	V 10	L 10	(S 07)	L 10	(S 11)	J 10	S 10	M 10	J 10	D 10
M 11		V 11	L 11	(S 46)	M 11	S 11	M 11	M 11	V 11	D 11	M 11	V 11	L 11	(S 33)	
J 12		S 12	M 12	J 12	D 12	M 12	M 12	M 12	S 12	L 12	(S 20)	J 12	S 12	M 12	
V 13		D 13	M 13	V 13	L 13	(S 03)	J 13	J 13	D 13	M 13	V 13	D 13	M 13		
S 14		L 14	(S 42)	J 14	S 14	M 14	V 14	V 14	L 14	(S 16)	M 14	S 14	L 14	(S 29)	J 14
D 15		M 15	V 15	D 15	M 15	S 15	S 15	S 15	M 15	J 15	D 15	M 15	V 15		
L 16	(S 38)	M 16	S 16	L 16	(S 51)	J 16	D 16	D 16	M 16	V 16	L 16	(S 25)	M 16	S 16	
M 17		J 17	D 17	M 17	V 17	L 17	(S 08)	L 17	(S 12)	J 17	S 17	M 17	J 17	D 17	
M 18		V 18	L 18	(S 47)	M 18	S 18	M 18	M 18	V 18	D 18	M 18	V 18	L 18	(S 34)	
J 19		S 19	M 19	J 19	D 19	M 19	M 19	M 19	S 19	L 19	(S 21)	J 19	S 19	M 19	
V 20		D 20	M 20	V 20	L 20	(S 04)	J 20	J 20	D 20	M 20	V 20	D 20	M 20		
S 21		L 21	(S 43)	J 21	S 21	M 21	V 21	V 21	L 21	(S 17)	M 21	S 21	L 21	(S 30)	J 21
D 22		M 22	V 22	D 22	M 22	S 22	S 22	S 22	M 22	J 22	D 22	M 22	V 22		
L 23	(S 39)	M 23	S 23	L 23	(S 52)	J 23	D 23	D 23	M 23	V 23	L 23	(S 26)	M 23	S 23	
M 24		J 24	D 24	M 24	V 24	L 24	(S 09)	L 24	(S 13)	J 24	S 24	M 24	J 24	D 24	
M 25		V 25	L 25	(S 48)	M 25	S 25	M 25	M 25	V 25	D 25	M 25	V 25	L 25	(S 35)	
J 26		S 26	M 26	J 26	D 26	M 26	M 26	M 26	S 26	L 26	(S 22)	J 26	S 26	M 26	
V 27		D 27	M 27	V 27	L 27	(S 05)	J 27	J 27	D 27	M 27	V 27	D 27	M 27		
S 28		L 28	(S 44)	J 28	S 28	M 28	V 28	V 28	L 28	(S 18)	M 28	S 28	L 28	(S 31)	J 28
D 29		M 29	V 29	D 29	M 29			S 29	M 29	V 29	D 29	M 29	V 29		
L 30	(S 40)	M 30	S 30	L 30	(S 01)	J 30		D 30	M 30	V 30	L 30	(S 27)	M 30	S 30	
		J 31		M 31	V 31			L 31	(S 14)	S 31		J 31	D 31		
	10 jours	8 jours	4 jours	9 jours	11 jours	8 jours	10 jours	8 jours	11 jours						

 Formation

 Entreprise

 Jours fériés

 Dimanche

79 jours de formation soit 554H

GESTIONNAIRE D'UNITE COMMERCIALE (GUC SPE)

Conseiller business unit

35ème PROMOTION

CALENDRIER DE 2EME ANNEE DE FORMATION 2025-2026

MAJ le 30/01/24 - Julie

	sept-25	oct-25	nov-25	déc-25	janv-26	févr-26	mars-26	avr-26	mai-26	juin-26	juil-26	août-26			
L 01	(S 36)	M 01	S 01	(S 49)	J 01	D 01	(S 10)	M 01	V 01	L 01	(S 23)	M 01	S 01		
M 02		J 02	D 02	M 02	V 02	L 02	(S 10)	J 02	S 02	M 02	J 02	D 02	(S 32)		
M 03		V 03	(S 45)	M 03	S 03	M 03	M 03	V 03	D 03	M 03	V 03	L 03	(S 32)		
J 04		S 04	M 04	J 04	D 04	M 04	M 04	S 04	L 04	(S 19)	J 04	S 04	M 04		
V 05		D 05	M 05	V 05	L 05	(S 02)	J 05	J 05	D 05	M 05	V 05	D 05	M 05		
S 06		L 06	(S 41)	J 06	S 06	M 06	V 06	V 06	L 06	(S 15)	M 06	S 06	L 06	(S 28)	J 06
D 07		M 07	V 07	D 07	M 07	S 07	S 07	M 07	J 07	D 07	M 07	V 07	S 07	(S 33)	
L 08	(S 37)	M 08	S 08	(S 50)	L 08	(S 07)	D 08	(S 11)	J 08	V 08	(S 24)	M 08	S 08	(S 33)	
M 09		J 09	D 09	M 09	V 09	L 09	(S 07)	L 09	(S 11)	J 09	S 09	M 09	J 09	D 09	
M 10		V 10	L 10	(S 46)	M 10	S 10	M 10	M 10	V 10	D 10	M 10	V 10	L 10	(S 33)	
J 11		S 11	M 11	(S 46)	J 11	D 11	M 11	M 11	S 11	L 11	(S 20)	J 11	S 11	M 11	
V 12		D 12	M 12	(S 46)	V 12	L 12	(S 03)	J 12	J 12	D 12	M 12	V 12	D 12	M 12	
S 13		L 13	(S 42)	J 13	M 13	V 13	S 13	V 13	L 13	(S 16)	M 13	S 13	L 13	(S 29)	J 13
D 14		M 14	V 14	D 14	M 14	S 14	S 14	M 14	J 14	(S 25)	D 14	M 14	(S 29)	V 14	
L 15	(S 38)	M 15	S 15	(S 51)	J 15	D 15	(S 12)	M 15	V 15	L 15	(S 25)	M 15	S 15	(S 34)	
M 16		J 16	D 16	(S 47)	M 16	V 16	(S 08)	L 16	(S 12)	J 16	S 16	M 16	J 16	D 16	
M 17		V 17	L 17	(S 47)	M 17	S 17	M 17	M 17	V 17	D 17	M 17	V 17	L 17	(S 34)	
J 18		S 18	M 18	J 18	D 18	M 18	M 18	M 18	S 18	L 18	(S 21)	J 18	S 18	M 18	
V 19		D 19	M 19	V 19	L 19	(S 04)	J 19	J 19	D 19	M 19	V 19	D 19	M 19	(S 34)	
S 20		L 20	(S 43)	J 20	S 20	M 20	V 20	V 20	L 20	(S 17)	M 20	S 20	L 20	(S 30)	J 20
D 21		M 21	V 21	D 21	M 21	S 21	S 21	M 21	J 21	D 21	M 21	V 21	S 21	(S 35)	
L 22	(S 39)	M 22	S 22	(S 52)	J 22	D 22	(S 09)	D 22	M 22	V 22	L 22	(S 26)	M 22	S 22	
M 23		J 23	D 23	(S 48)	M 23	V 23	(S 09)	L 23	(S 13)	J 23	S 23	M 23	J 23	D 23	
M 24		V 24	L 24	(S 48)	M 24	S 24	M 24	M 24	V 24	D 24	M 24	V 24	L 24	(S 35)	
J 25		S 25	M 25	(S 48)	J 25	D 25	M 25	M 25	S 25	L 25	(S 22)	J 25	S 25	M 25	
V 26		D 26	M 26	V 26	L 26	(S 05)	J 26	J 26	D 26	M 26	V 26	D 26	M 26	(S 35)	
S 27		L 27	(S 44)	J 27	S 27	M 27	V 27	V 27	L 27	(S 18)	M 27	S 27	L 27	(S 31)	J 27
D 28		M 28	V 28	D 28	M 28	S 28	V 28	S 28	M 28	J 28	D 28	M 28	V 28	(S 31)	
L 29	(S 40)	M 29	S 29	(S 01)	J 29			D 29	M 29	V 29	L 29	(S 27)	M 29	S 29	
M 30		J 30	D 30	M 30	V 30			L 30	(S 14)	J 30	S 30	M 30	J 30	D 30	
		V 31		M 31	S 31			M 31		D 31		V 31	L 31		
	11 jours	8 jours	9 jours		9 jours	8 jours		8 jours	8 jours	7 jours		10 jours			

Formation

Entreprise

Jours fériés

Dimanche

78 jours de formation soit 546H