



Pour améliorer vos performances, investissez sur vos collaborateurs à fort potentiel !

Ecole de Commerce de La Filière Automobile

ECFA 38ème PROMOTION

L'ECFA : RÉVÉLATEUR DE COMPÉTENCES

de septembre 2019 à septembre 2021

Titre Professionnel MANAGEMENT UNIVERS MARCHAND



- ▶ Une formation qualifiante pour une implication totale de votre collaborateur (projet d'entreprise)
 - ▶ Donner de l'autonomie, de l'efficacité et fidéliser votre collaborateur
 - ▶ Accélérer ou conforter une évolution de carrière au sein de l'entreprise

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- ▶ **Former en moins de deux ans de futurs collaborateurs responsables, dynamiques et volontaires**
- ▶ **Apporter** à votre collaborateur des compétences opérationnelles et pratiques en gestion, management et commerce et lui permettre de :
 - Développer les ventes et rentabiliser le CA existant** de son activité
 - Comprendre, suivre et analyser les chiffres de son activité et rendre compte**
 - Mettre en œuvre **des plans d'actions commerciales et des méthodes d'animation et de management d'équipe**
- ▶ **Apporter une formation de qualité** en alternance avec l'entreprise et reposant sur une démarche pédagogique originale et des méthodes adaptées au terrain
- ▶ **Impliquer le stagiaire** dans un cursus de formation validé par la délivrance d'un titre professionnel d'Etat et la réalisation d'un mémoire de fin d'études

LE PROGRAMME

1 – LE COMMERCE

Objectifs :

- ▶ Connaître son environnement professionnel : le marché de la Rechange
- ▶ Organiser la présentation commerciale des produits automobiles dans le magasin
- ▶ Suivre les flux de marchandises, gérer et optimiser les stocks
- ▶ Dynamiser les ventes des produits avec un plan d'action commerciale adapté à son périmètre (agence, zone chalandise, atelier,...), garantir la qualité du service client
- ▶ Gérer les réclamations du client

2 – LA GESTION

Objectifs :

- ▶ Comprendre et analyser l'exploitation
- ▶ Analyser ses résultats économiques et bâtir des plans d'action pour atteindre les objectifs de l'entreprise
- ▶ Etablir les prévisions économiques de son activité en tenant compte des préconisations de l'entreprise et de son marché potentiel

3 – LE MANAGEMENT

Objectifs :

- ▶ Planifier, organiser, animer l'activité de son équipe
- ▶ Gérer son équipe de collaborateurs
- ▶ Mener, animer et faire adhérer l'équipe aux projets commerciaux de l'entreprise

PRE-REQUIS ET DEMARCHE PEDAGOGIQUE

- ▶ **Enseignements académiques appliqués à la pièce de rechange automobile**
- ▶ Pas de pré-requis, seuls seront retenus les critères de motivations personnelles des candidats
- ▶ Acquisition de savoir-faire au travers de retours d'expérience, études de cas et mises en situation professionnelle
- ▶ Acquisition d'un Etat d'Esprit « Ecole / Profession » qui caractérise tous les anciens de l'ECFA
- ▶ Utilisation des méthodes et des outils adaptables directement au marché de la Rechange



EVALUATION ET CERTIFICATION

- ▶ Des outils de suivi et d'évaluation des compétences en cours de formation par les formateurs
- ▶ Projet personnel d'application se concrétisant par la rédaction et la soutenance d'un **mémoire professionnel (projet d'amélioration)**
- ▶ Une évaluation finale des compétences acquises devant un jury de professionnels
- ▶ Obtention du titre diplôme ECFA et d'un titre professionnel de niveau III **délivré par le Ministère du Travail et de la Formation Professionnelle**

TEMOIGNAGES



Corinne DELINEAU, Dirigeante SOFAIB à Blois (45)

Pourquoi avoir suivi cette formation ?

Après cinq ans dans ce métier et dans le cadre de l'Afcodma, j'ai voulu m'inscrire à la formation ECFA pour acquérir des compétences et des connaissances professionnelles complémentaires, et ainsi m'apporter des méthodes et des outils de travail supplémentaires. Ce fut une expérience vraiment riche et bénéfique, tant sur un plan professionnel que personnel. Lors des sessions, l'échange et le partage d'idées entre des personnes venant de différents groupements nous amènent au même constat : sur le terrain, nous sommes confrontés aux mêmes problématiques et la véritable concurrence provient bien des réseaux constructeurs.



Sabine GRISOLLE, Directrice Autodistribution Charreton à Toulon (83)

Quels arguments utiliseriez-vous pour convaincre un futur ECFA ?

Je pense qu'il faut avant tout beaucoup échanger avec son supérieur hiérarchique sur les compétences que l'on a, sur celles que l'on pourrait améliorer et sur celles que l'on n'a pas et qu'il faudrait acquérir. La formation ECFA est très riche, elle peut apporter beaucoup à des personnes qui veulent s'investir dans leur entreprise.



Aymeric SERENG, Responsable des Ventes CIA à Auch (34)

Quels étaient les objectifs en vous inscrivant ? Ces objectifs ont-ils été atteints ?

Il s'agissait de préparer l'avenir, d'avoir tous les outils pour accéder à une fonction plus importante. J'avais une bonne base dans le commerce qui ne demandait qu'à s'étoffer et se structurer. Il fallait aussi acquérir des compétences dans le management et la gestion. Aujourd'hui ma caisse à outils est pleine et je suis en responsabilité dans la fonction.

Quels ont été les enseignements qui vous ont le plus intéressé durant cette formation ?

C'est une formation très complète. La gestion avec la découverte des chiffres, la compréhension des ratios, des points à surveiller plus particulièrement. Bien entendu, je rends des comptes mais la formation m'a rendu plus autonome, plus responsable dans mon travail.

QUE DEVIENT-ON APRES L'ECFA ?

L'ECFA représente :

- ✓ Près de 300 élèves (263 diplômés)
- ✓ 150 entreprises (dont 8 équipementiers automobiles)
- ✓ 37 Promotions
- **19 % personnes sont devenues responsables d'entreprises de la profession (Distribution de pièces de rechange, Centres Autos)**
- **73 % occupent des postes d'encadrement au sein des entreprises de la Distribution dont :**
 - ✓ Responsables de Centre de Profit (par activités Auto-PL / par secteur géographique)
 - ✓ Responsable de magasins
 - ✓ Responsable commercial / Responsable des ventes
 - ✓ Directeur opérationnels au sein de groupements d'achat de la profession,
 - ✓ Responsable Formation d'un grand distributeur à vocation nationale et internationale
 - ✓ Responsable Communication / Formation au sein de l'organisation professionnelle de la profession
 - ✓ Autre fonction d'encadrement
- **7 % ont réorienté leur parcours professionnel dont :**
 - ✓ Fonction commerciale en amont chez l'équipementier automobile
 - ✓ Fonction d'encadrement dans un réseau d'un constructeur automobile
 - ✓ Agent commercial dans la fourniture d'équipements pour l'automobile

Contact ECFA : bbedez@fedaf.fr ; 01 42 60 69 48

ECFA – MUM
Ecole de Commerce de la Filière Automobile

BULLETIN D'INSCRIPTION ECFA 38

Je soussigné

Nom.....Prénom.....
Fonction.....
Entreprise.....
Effectif * - 10 salariés 10 à 20 salariés + 20 salariés
N° de Siret.....
Adresse.....
Ville..... Code postal.....
Tél..... Fax.....
Courriel.....

Demande l'inscription de

Nom : Prénom.....
Fonction :

A la prochaine **Promotion 2019 / 2021 de l'ECFA MUM**

Et m'engage à régler le coût pédagogique du cursus de Formation
soit **17775 € HT**

- par chèques bancaires à l'ordre de l'AFCODMA *

- par l'intermédiaire d'un organisme Collecteur payeur :

Raison sociale de l'organisme.....
Adresse.....
Ville..... Code postal.....
Tél.....

(Merci de cocher la case de votre choix)

* cocher la case correspondante

Les autres frais (annexes) sont intégralement
pris en charge par Intergros à hauteur de :

Repas : 25 € /repas
Hôtel + petit-déj. : 100€/nuit
Frais KM : forfait de 0,45€/km
Avion et train : au réel

**Signature et cachet de
l'entreprise**

*Précision : l'AFCODMA ne déclenche une facturation qu'à l'issue de chaque session de
formation et après avoir vérifié que le stagiaire ait bien signé la feuille d'émargement du stage.

**AFCODMA - Association pour la Formation Continue
Dans la Distribution et la Maintenance de l'Automobile**
10, rue Pergolèse - 75116 - PARIS
Contact : bbedez@feda.fr ; 01 42 60 69 48



2019
2021

Photo
d'identité
récente

DOSSIER DE CANDIDATURE ECFA 38

IDENTITÉ

Nom Prénom

Adresse : Bureau

Domicile

Téléphone : Société Domicile

Portable

E-mail : Société Personnel

SITUATION DE FAMILLE

Date de naissance .../.../..... Lieu.....Département.....

Célibataire Marié(e) Nombre d'enfant(s)

FORMATION

■ **Etudes initiales :** *(commencez par la fin de votre parcours)*

ANNÉE SCOLAIRE	ETABLISSEMENT	FORMATION SUIVI DIPLOME PREPARE	AVEZ-VOUS OBTENU LE DIPLOME CORRESPONDANT ? OUI – NON

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

RAISON SOCIALE	FONCTION OCCUPÉE	DATE D'ENTRÉE	DATE DE SORTIE	MOTIF DE DÉPART

FONCTION OCCUPÉE DANS L'ENTREPRISE AU DEMARRAGE DE L'ECFA :

STATUT DE L'EMPLOI OCCUPE :

- Employé
 Agent de maitrise
 Cadre

QUESTIONS DIVERSES

COMMENT AVEZ-VOUS CONNU L'ECFA ?

.....

.....

.....

QUELLES SONT VOS MOTIVATIONS EN VOUS INSCRIVANT A L'ECFA ?

.....

.....

.....

QUELLES QUALITÉS PENSEZ-VOUS AVOIR POUR RÉUSSIR DANS CETTE PROFESSION ?

.....

.....

.....

QUELS POINTS FAIBLES POURRAIENT RENDRE VOTRE RÉUSSITE DIFFICILE ?

.....

.....

POUVEZ-VOUS DEPEINDRE EN QUELQUES LIGNES VOTRE CARACTERE ?

.....
.....
.....
.....

QUELLE EST VOTRE PROJET PROFESSIONNEL ?

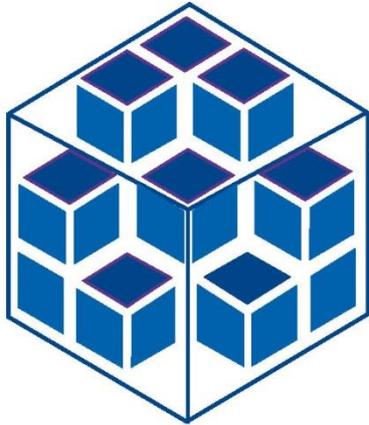
.....
.....
.....
.....

Je déclare, sur l'honneur, que les renseignements fournis à l'appui de la présente demande sont sincères et véritables et je m'engage à suivre la totalité du cycle de formation ECFA.

A **Le**

Signature du candidat

ECFA 38



Afcodma

PROGRAMME

ECFA – MUM

PROMOTION ECFA 38

COMPETENCES

Le titre professionnel MUM contient 3 activités principales et 8 compétences professionnelles indispensables à l'exercice de la fonction de Manager d'Univers Marchand. Les 22 sessions de l'ECFA permettent d'acquérir ces compétences.

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Développer la dynamique commerciale d'un univers marchand	1	Organiser et garantir la présentation marchande des produits en magasin.
		2	Suivre les flux des marchandises de l'univers marchand, optimiser les stocks et veiller au rangement des produits en réserve
		3	Dynamiser les ventes des produits et garantir la qualité du service client
2	Gérer les résultats économiques d'un univers marchand	4	Analyser les résultats économiques et bâtir les plans actions pour atteindre les objectifs de l'univers marchand
		5	Etablir les prévisions économiques de l'univers marchand
3	Manager l'équipe d'un univers marchand	6	Planifier et organiser l'activité de l'équipe de l'univers marchand
		7	Gérer l'équipe de l'univers marchand
		8	Mener et animer un projet de l'univers marchand ou de l'enseigne

AT 1 - DEVELOPPER LA DYNAMIQUE COMMERCIALE D'UN UNIVERS MARCHAND

Introduction au secteur professionnel

Représenter son entreprise et contribuer à la valorisation de son image. Connaître le marché de la pièce automobile.

- Présenter de façon structurée l'organisation du magasin, de la politique commerciale de son entreprise et des services marchands proposés
- S'intégrer dans son entreprise
- Connaître le marché de la pièce automobile, les liens entre la distribution et le marché

COMPETENCE 1

Organiser et garantir la présentation marchande des produits en magasin

- Concevoir un assortiment
- Elaborer, organiser et mettre en œuvre un plan d'implantation d'un point de vente pièces autos
- Garantir l'application des règles de stockage, d'hygiène, de sécurité sur la surface de vente et le magasin de stockage

ECFA 38

COMPETENCE 2

Suivre les flux des marchandises de l'univers marchand, optimiser les stocks et veiller au rangement des produits en réserve.

- Déterminer et valider les quantités de produits à commander en optimisant les flux marchandise et en utilisant les outils de gestion de l'entreprise (utilisation des outils spécifiques à la distribution automobile : système EDI/GOLDA et catalogues électroniques)
- Détecter les anomalies d'approvisionnement et en traiter les causes
- Garantir les procédures de réception et traiter les litiges entrepôts/transporteurs
- Elaborer et engager les budgets d'achats en accord avec sa hiérarchie
- Vérifier l'assortiment, repérer les anomalies et faire la mise à jour
- Analyser l'efficacité des assortiments existants et les faire évoluer par la suppression de produits ou l'introduction de nouvelles références
- Garantir une implantation conforme et attractive

COMPETENCE 3

Dynamiser les ventes des produits et garantir la qualité du service client.

- Préparer, organiser, négocier et analyser les opérations commerciales permanentes et saisonnières du point de vente et chez nos clients dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise ou de l'enseigne
- Organiser et participer à la vente des produits et des services ; suivre l'état des ventes et des livraisons et définir les priorités
- Mener des actions de fidélisation de notre portefeuille clients (les gestes commerciaux, les conditions de vente, la formation, renouvellement de contrat, etc...)
- Suivre l'actualité au quotidien et les événements pour anticiper les ventes. Assurer une veille sectorielle
- Recueillir et traiter les informations venant de la concurrence, de sa zone de chalandise (prix, publicité, événements commerciaux)
- Garantir le respect de l'application de la législation commerciale (BER 1400/202)
- Traiter les réclamations et les litiges clients (professionnels et particuliers)
- Assurer la mise en avant d'une opération commerciale

AT 2 GERER LES RESULTATS ECONOMIQUES D'UN UNIVERS MARCHAND

COMPETENCE 4

Analyser les résultats économiques et bâtir des plans d'actions pour atteindre les objectifs de l'univers marchand et de l'entreprise.

- Utiliser et mettre en œuvre une méthodologie d'établissement de prévision de votre entreprise
- Identifier et rechercher les informations nécessaires à l'établissement des prévisions
- Exploiter les informations retenues, établir et argumenter les prévisions économiques de son univers marchand en cohérence avec les objectifs de l'entreprise et rendre compte à sa hiérarchie

COMPETENCE 5

Etablir les prévisions économiques de l'univers marchand.

- Analyser les tableaux de bords et les principaux postes d'un compte d'exploitation. Mesurer les écarts par rapport aux objectifs, déterminer et mettre en œuvre des plans d'actions correctives pour réaliser les objectifs
- Opérer les péréquations de marges (méthode du 120)
- Organiser la mise en œuvre des moyens de lutte contre les risques commerciaux, la démarque
- Planifier, organiser les inventaires et exploiter les résultats dans le respect des procédures

ECFA 38

AT 3 - MANAGER L'ÉQUIPE D'UN UNIVERS MARCHAND

COMPETENCE 6

Planifier et organiser l'activité de l'équipe de l'univers marchand

- Communiquer oralement et par écrit, maîtriser les techniques de communication adaptées à son environnement professionnel de la pièce détachée (note d'information concise, claire et compréhensible par tous les collaborateurs)
- Organiser, planifier, déléguer et contrôler l'activité de l'équipe
- Appliquer et faire respecter la législation sociale et le règlement intérieur

COMPETENCE 7

Gérer l'équipe de l'univers marchand

- Participer ou réaliser des entretiens individuels (entretien annuel de performance, entretien de sanction et entretien de perfectionnement et de formation)
- Animer des réunions
- Détecter les besoins et établir un plan de formation
- Former et perfectionner les membres de son équipe
- Participer au recrutement et intégrer un nouveau collaborateur

COMPETENCE 8

Mener et animer un projet de l'univers marchand ou de l'entreprise

- Animer une équipe et adapter le mode de management à différentes situations professionnelles en les traitant de manière équitable
- Mobiliser son équipe autour d'un projet. Capitaliser et mettre en œuvre les bonnes pratiques et les propositions d'amélioration du point de vente
- Gérer une situation conflictuelle (méthode de résolution de problème)

ECFA 38

SESSION 1

ENVIRONNEMENT METIER ENTREPRISE LE MARCHÉ DE LA RECHANGE

INTRODUCTION AU SECTEUR PROFESSIONNEL

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Présentation de la formation ECFA - MUM
- ✓ Appréhender l'organisation de la distribution
- ✓ Connaître les chiffres globaux de la rechange
- ✓ Découvrir les budgets des automobilistes
- ✓ S'initier aux tendances de la rechange
- ✓ Savoir comment fonctionne un marché

CONTENU DU STAGE

- ✓ Le marché de l'automobile en France
 - Grandeurs caractéristiques
 - Acteurs :
 - Constructeurs
 - Equipementiers
- ✓ Les entreprises françaises et européennes dans le marché automobile mondial
- ✓ L'organisation de la distribution rechange :
 - La FEDA
 - Les groupements
 - Les réseaux
- ✓ Le marché de l'après-vente automobile :
 - Les acteurs :
 - Réseau constructeur
 - Filière indépendante
 - Les chiffres (OE/IAM/OES...)
 - Les tendances
- ✓ Les budgets de l'automobiliste (Essence/Diesel)
- ✓ L'offre pièce de rechange (pièces d'origine, ...)
 - Définition des pièces
 - Définition des gammes et familles de produits
- ✓ La demande pièce de rechange :
 - Approche quantitative : lien vers les potentiels de chiffre d'affaires
 - Approche qualitative : les critères de choix « rechange »

ECFA 38

SESSION 2

ANALYSE DU PERIMETRE DU POINT DE VENTE LES POTENTIELS RECHANGE

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Apprendre à recueillir des informations sur son marché
- ✓ Positionner ses concurrents
- ✓ Apprendre à analyser le positionnement de son point de vente
- ✓ Vérifier sa part de marché locale
- ✓ Intégrer la démarche marketing dans son approche

CONTENU DU STAGE

- ✓ L'environnement de l'entreprise
- ✓ La démarche marketing :
 - Définitions et concepts
 - Les mesures de part de marché :
 - Part de marché absolue
 - Part de marché relative
 - Les bases des études commerciales
 - Analyse de l'offre : les acteurs en présence
 - Analyse de la demande : Evolutions prévisibles
 - Critères quantitatifs : les potentiels
 - Critères qualitatifs : les critères de choix « rechange »
- ✓ Le marché de la rechange :
 - Les chiffres pièce et main d'œuvre
 - Les tendances rechange ... et ... demain !
- ✓ Etude des potentiels :
 - Les potentiels globaux
 - Les potentiels réalisables
 - Les potentiels par catégories
 - Par véhicule : étude du parc local
 - Par productif atelier
 - Par habitant

ANALYSE DU PERIMETRE DU POINT DE VENTE LES POTENTIELS RECHANGE

- ✓ Les sources d'information pour les produits :
 - La documentation
 - Equipementiers
 - Presse professionnelle
 - Les innovations produits
 - Tournées accompagnées
 - Soirée technique

- ✓ Les sources d'information pour les calculs de potentiel :
 - Insee et ministères (parc, population, ... Csp)
 - Les données des fournisseurs
 - Les données des groupements et des associations nationales

- ✓ Les sources d'information destinées au ciblage
 - Le fichier de ciblage client d'AAA-Data®
 - Principes de base : les croisements de fichiers (SIV, UTAC, Insee...)
 - Le WS-Mra : l'outil FEDA-AAA Data®

Exercices pratiques de calcul de potentiels et de parts de marché

ECFA 38

SESSION 3

METTRE EN PLACE UN MARKETING OPERATIONNEL ADAPTE A LA RECHANGE « 1ERE PARTIE »

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître les 6 variables opérationnelles du marketing
- ✓ Appréhender les différentes inter-actions et leurs conséquences
- ✓ Agir en mettant en place un contrôle des décisions prises

CONTENU DU STAGE

- ✓ La politique approvisionnement :
 - Les achats et les « appro » : 2 métiers !
 - Les objectifs des « appro »
 - Les interconnexions de la fonction « appro »
 - Evolution de la logistique
- ✓ La politique produit :
 - Les gammes et assortiments
 - La marque
 - Les caractéristiques des produits
 - Les types de produits de l'assortiment
 - Le cycle de vie et des marques
 - Le cycle de vie spécifique des pièces de rechange
- ✓ La politique prix
 - Les approches de fixation de prix
 - Les stratégies de prix
 - L'élasticité demande/prix
 - Le principe du « diabolos » et de la « toupie »

ECFA 38

SESSION 4

LES BASES DE L'ECONOMIE LE BILAN ET LE COMPTE DE RESULTAT

AT 2

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître l'environnement économique de l'entreprise en France/Europe
- ✓ Comprendre les liens entre l'environnement économique et la gestion de l'entreprise
- ✓ Découvrir la comptabilité de l'entreprise

CONTENU DU STAGE

- ✓ Economie française :
 - Le budget de la nation
 - Les comptes publics
 - Les budgets
 - Inflation
 - Les prélèvements obligatoires
 - Les systèmes de protection et de redistribution
 - Commerce extérieur
 - Compétitivité
- ✓ Europe et union Economique et Monétaire :
 - Les dimensions économiques et règlementaires (Ex : BER 461/2010)
 - Les institutions européennes
- ✓ L'entreprise et son réseau de partenaires :
 - Importance et rôle réciproque :
 - Les actionnaires – Les clients – Les fournisseurs – Les salariés
 - Les banques – L'Etat
 - Les différents types d'entreprise
 - Entreprise personnelle
 - S.A.R.L – S.A – Holding – Groupe
 - L'organisation générale de l'entreprise : L'organigramme
- ✓ Pourquoi la comptabilité ?
 - L'entreprise et la gestion comptable : Objectifs d'information et de gestion
- ✓ Les documents comptables et financiers
 - Le compte de résultat
 - Le bilan
 - L'annexe
- ✓ Un système d'information : le bilan
 - Analyse de l'actif : Actif immobilisé et circulant
 - Analyse du passif : Capitaux propres et dettes
- ✓ Un système de gestion : le compte de résultat
 - Les produits et les charges
 - Le résultat
- ✓ Les outils d'un premier diagnostic : Les ratios de gestion

METTRE EN PLACE UN MARCHANDISAGE ADAPTE A LA RECHANGE

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître le magasin de pièces de rechange
- ✓ Apprendre les principes de base du merchandising
- ✓ Maîtriser les règles pour une implantation conforme et attractive
- ✓ Apprendre à implanter les produits

CONTENU DU STAGE

- ✓ Les différentes aires du magasin :
 - Le libre service
 - Les zones de stockage
 - La réception
 - L'expédition
- ✓ Les mobiles d'achat et de clientèle du consommateur de pièces de rechange
- ✓ Le libre-service :
 - Principes du merchandising
 - Les différentes zones du chaud ou froid !
- ✓ Le mobilier du libre-service :
 - Le rayon automobile complet
 - Implantation par marque
 - Implantation par famille de produit
- ✓ Le comportement sur le lieu de vente : la présence des clients
 - Discrétion et disponibilité
 - La sécurité ... les produits à risques

Exercice pratique : Elaborer un plan d'implantation d'un magasin et d'un linéaire automobile

METTRE EN PLACE UN MARKETING OPERATIONNEL ADAPTE A LA RECHANGE « 2EME PARTIE »

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître les 6 variables opérationnelles du marketing
- ✓ Appréhender les différentes inter-actions et leurs conséquences
- ✓ Agir en mettant en place un contrôle des décisions prises

CONTENU DU STAGE

- ✓ La politique distribution :
 - Le rôle des intermédiaires
 - L'appareil commercial
 - Types de circuit
 - Le circuit de la rechange : le circuit long
 - Spécificités et contraintes !
 - Intérêts pour les équipementiers du circuit long
 - Les nouveaux « super-distributeurs »...
 - Equipementiers et plateformes
 - Le Cross Docking
- ✓ La politique force de vente :
 - L'organigramme de la force de vente
 - Critères d'organisation
 - Types de missions
 - Les qualités du commercial rechange
 - Les profils commerciaux
 - Les systèmes de rémunération
 - Autres moyens de valorisation de l'équipe
- ✓ La politique communication :
 - Pourquoi communiquer ?
 - Principe de communication
 - Identité visuelle : les codes couleurs !
 - Médias et supports : ... internet et les réseaux sociaux
 - Les stratégies de communication
 - La publicité et le marketing direct

COMPRENDRE ET ANALYSER L'EXPLOITATION

AT 2

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Fournir des méthodes et des outils pour analyser la situation économique du point de vente ou de l'entreprise
- ✓ Etablir des axes de progrès économiques et financiers
- ✓ Pouvoir se comparer à des standards de la profession

CONTENU DU STAGE

- ✓ Principes généraux :
 - Du chiffre d'affaires au résultat
 - L'analyse des soldes intermédiaires de gestion
 - Les grands équilibres du bilan
- ✓ Stocks – Inventaire permanent :
 - La justesse de la marge brute par la véracité des stocks
 - Les méthodes de comptage et de dépréciation
- ✓ L'analyse du besoin en fond de roulement
 - L'approche rapide du besoin en fond de roulement
 - L'analyse du fond de roulements
 - Quelles décisions pour quels impacts ?
- ✓ Charges et coûts (rester cohérent) :
 - Charges :
 - Différents postes
 - Charges directes
 - Charges indirectes et règles de répartition
- ✓ Seuil de rentabilité :
 - Comment le calculer :
 - Financièrement
 - Graphiquement

Exercice pratique : Présentation synthétique et graphique des résultats

ECFA 38

SESSION 8

MAITRISER LES TABLEAUX DE BORDS ET LES BUDGETS PREVISIONNELS

AT 2

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Savoir se situer rapidement et sûrement dans un environnement mouvant
- ✓ Etablir des repères et les communiquer dans l'entreprise
- ✓ Pouvoir être réactif
- ✓ Proposer ou prendre des décisions rapides

CONTENU DU STAGE

- ✓ Les tableaux de bord d'activité :
 - Suivi du CA
 - Comparaison par rapport aux objectifs
 - Analyse des écarts
 - Suivi de la marge
 - Suivi des achats et du stock théorique
 - Opérer la péréquation de marge (méthode 120)
- ✓ Les tableaux de bords de gestion :
 - Marge – Frais – Résultat
 - Comment monter un résultat flash ?
- ✓ Ratios de gestion :
 - Les maîtriser facilement
 - Calculez les vous-même
 - Analyse du CA
 - Productivité
 - Efficacité de la main d'œuvre atelier
 - Seuil de rentabilité
- ✓ Ratios de structure :
 - Stocks
 - Crédits clients – Crédits fournisseurs
- ✓ Pourquoi la gestion prévisionnelle ?
 - Prévoir – Décider – Programmer
 - Exécuter – Contrôler
- ✓ Prévisions et budgets :
 - Nécessité et réalité
 - Qui ? – Quand ? – Quoi ? – Comment ?
 - Procédures de contrôle interne : Caisse, gestion des flux monétaires, lutte contre la démarque, ...
 - Alerte en cas d'anomalie
- ✓ Budget d'exploitation prévisionnel :
- ✓ Approche financière des inventaires

ECFA 38

SESSION 9

ECF* « GERER LES RESULTATS ECONOMIQUES D'UN UNIVERS MARCHAND » : ETUDE DE CAS AT 2

AT 2

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Proposer des études de cas aux stagiaires
- ✓ Mettre en œuvre l'ensemble des connaissances spécifiques acquises au cours du CCP « commercial »
- ✓ Evaluer le stagiaire

CONTENU DU STAGE

- ✓ Calcul de marges
- ✓ Elaboration d'un compte de résultat à partir des données du cas
- ✓ Elaboration d'un bilan simplifié
- ✓ Présentation d'un premier diagnostic sur les atouts et les handicaps de l'entreprise étudiée

- ✓ Mise en place d'une première batterie de ratios

*ECF – Evaluation en cours de formation. L'ECF est une évaluation intermédiaire réalisée par le formateur à partir d'études de cas qui sont proposées aux participants.

ECFA 38

SESSION 10

LE CADRE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE LE DROIT SOCIAL

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître l'environnement juridique et social de l'entreprise
- ✓ Comprendre la convention collective
- ✓ Appréhender son rôle par rapport à la réglementation
- ✓ Prendre ses décisions en connaissance de cause

CONTENU DU STAGE

Droit social appliqué à la convention collective

- ✓ Les niveaux de réglementation
- ✓ Le règlement intérieur
- ✓ Les entretiens individuels (de performance – de sanction – de perfectionnement – de formation)
- ✓ Les contrats de travail
- ✓ La durée de travail
- ✓ Les textes
- ✓ Les litiges, procédures et sanctions
- ✓ Les salaires
- ✓ Le plan de formation
- ✓ Le recrutement
- ✓ Mise en œuvre des procédures administratives et QHSE :
- ✓ Contrôle de l'application des procédures QHSE de l'entreprise

ECFA 38

SESSION 11

ELABORER ET PILOTER UN PROJET

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Définir un projet, commercial, organisationnel, ou managérial
- ✓ Analyser la faisabilité
- ✓ Mettre en œuvre et manager une équipe projet
- ✓ Communiquer sur le projet
- ✓ Mettre en pratique la méthodologie : Réalisation d'un mémoire de fin d'études

CONTENU DU STAGE

- ✓ Evaluer le projet :
 - Identifier le projet, les objectifs et les motifs de son lancement
 - Vérifier la cohérence avec l'environnement, les priorités et les objectifs de l'entreprise
 - Identifier le cadre, les dimensions et les risques
- ✓ Conduire le projet :
 - Constituer une équipe projet
 - Définir les rôles et missions de chaque acteur
 - Mesurer les ressources à mettre en œuvre et planifier les actions
 - Choisir les indicateurs et les outils de suivi
- ✓ Réussir le management de son projet
 - Connaître les outils du management
 - Maîtriser la communication interne et externe
 - Accompagner le changement
 - Gérer les résistances
- ✓ Evaluer les risques :
 - Risque managérial
 - Risque commercial
 - Risque financier
 - Risque personnel

Exercice pratique : Définir un projet de mémoire de fin d'études et établir un planning

ECFA 38

SESSION 12

LA GESTION DE SES STOCKS ET DU MARCHANDISAGE

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Maîtriser les principes de base du stock et des approvisionnements
- ✓ Découvrir les paramètres de la gestion du marchandisage
- ✓ Découvrir les paramètres de la gestion des stocks
- ✓ Préparer l'évaluation finale

CONTENU DU STAGE

✕ Gestion des stocks

- ✓ .
- ✓ Définition
- ✓ Stocks et aspect financier
- ✓ Les coûts de stock (acquisition – possession – ruptures)
- ✓ Les objectifs de la gestion des stocks
- ✓ Les différents niveaux de gestion
- ✓ Evolution des stocks (nombre de commandes et stock moyen)
- ✓ Le stock moyen, la variation du stock, la démarque et les inventaires
- ✓ Rotation et vitesse d'écoulement
- ✓ ABC de la profession
- ✓ Rotation et rentabilité
- ✓ La méthode du « 120 »
- ✓ Gestion des matériels de l'agence
- ✓ Suivi de l'entretien et de la maintenance des matériels

✕ Gestion du marchandisage :

- ✓ Les paramètres de gestion
 - Les linéaires au sol et développés
 - Les quantités vendues et les marges brutes
- ✓ Les ratios de gestion
 - Le bénéfice brut et le rendement du linéaire
 - Les indices de rentabilité
 - La sensibilité au chiffre d'affaires et à la marge

ORGANISER ET SUIVRE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Manager l'équipe commerciale du distributeur
- ✓ Formaliser les objectifs de l'action commerciale
- ✓ Apprendre à effectuer un diagnostic commercial
- ✓ Faire le point sur les actions commerciales « rechange »
- ✓ Améliorer la productivité des clients actuels de l'entreprise
- ✓ Mettre en place des outils de prospection efficace
- ✓ Adopter un reporting efficace

CONTENU DU STAGE

- ✓ Rôle de la direction des ventes
- ✓ Le management du team commercial
- ✓ Les qualités et les profils du commercial rechange
- ✓ Les objectifs de l'action commerciale :
 - Approche quantitative
 - Approche qualitative
- ✓ Le diagnostic commercial du point de vente (CRM, statistiques..)
- ✓ Les missions de la force de vente
- ✓ Types d'action commerciale « rechange » chez le distributeur ?
- ✓ La fidélisation des clients existants :
 - Mise en place d'un plan de croissance
 - Le ciblage des clients et des prospects à visiter en premier
 - Création d'évènements pour les clients existants
- ✓ La prospection du distributeur :
 - L'approche directe par le team commercial
 - Les évènements « entreprise » : salons ...
 - Prospecter via les réseaux sociaux (Viadeo, LinkedIn ...)
- ✓ Le reporting commercial
- ✓ Animation de la politique commerciale de l'agence
 - Lancement/pilotage du lancement des actions commerciales définies par l'entreprise et d'actions spécifiques
 - Suivi des actions commerciales :
 - Actions à réaliser
 - Utilisation des outils d'aide à la vente
 - Utilisation des outils et supports marketing
 - Aménagement et animation de l'espace de vente
 - Utilisation du site web de l'entreprise
 - Suivi des résultats
 - Réajustement des actions
 - Contrôle du respect de la réglementation commerciale en vigueur
- ✓ Communication et gestion de la relation clients
 - Transmission d'informations à l'équipe sur la politique de l'entreprise et les actions à conduire
 - Transmission d'informations aux différents services de l'entreprise
 - Valorisation de l'image de l'entreprise auprès des interlocuteurs locaux internes et externes
 - Traitement en relais de l'équipe de vente des réclamations complexes et/ou litiges

DROIT COMMERCIAL LES RISQUES COMMERCIAUX

AT 2

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Gérer plutôt que subir le crédit client
- ✓ Comprendre l'influence sur le besoin en fond de roulement et les ressources de l'entreprise
- ✓ Négocier, gérer et surveiller le crédit client
- ✓ Savoir financer le crédit client

CONTENU DU STAGE

- ✓ Connaître son entreprise :
 - Analyse des ratios de bilan
 - Analyse des besoins en fond de roulement
- ✓ Faire crédit à ses clients
 - La réduction préventive
 - La qualité juridique des actes commerciaux
 - Le choix des instruments de paiement
- ✓ Prospecter en minimisant le risque
 - Les enquêtes
 - L'étude des comptes
 - L'attribution d'une limite de crédit
- ✓ Réduire de manière curative l'en-cours client :
 - Le suivi du risque
 - Le recouvrement des créances
 - L'assurance-crédit
- ✓ Financer son poste client :
 - L'escompte
 - Le découvert
 - Les billets de crédit de trésorerie
 - La cession de créances commerciales
 - L'affacturage
 - Recueil d'informations sur les résultats des activités commerciales : CA, marge, frais, mouvements dans le fichier clients, structure du portefeuille clients, ...
 - Elaboration d'un budget prévisionnel (CA et marge de son périmètre)
 - Examen des indicateurs commerciaux, analyse des tableaux de bord, interprétation des résultats
 - Proposition d'actions correctives
 - Comparaisons périodiques, territoriales...
 - Suivi des paiements en cours
 - Pilotage ou réalisation des relances clients et fournisseurs

DROIT COMMERCIAL LES RISQUES COMMERCIAUX

CONTENU DU STAGE

✕ Droit commercial

- ✓ Les sources du droit :
 - Code civil – Code du commerce – Jurisprudence
- ✓ Les règles du contrat :
 - Le contrat et ses obligations
 - Le transfert de propriété
 - La clause de réserve de propriété
 - Le paiement
 - La clause pénale
 - La fin du contrat
- ✓ Les moyens de paiement et leurs obligations :
 - Les arrhes et les acomptes
 - Chèque – Espèce
 - Effet de commerce
 - Virement – Autorisation de prélèvement
- ✓ Les règles de vente :
 - La règlementation des prix
 - L'affichage – Les promotions – Les soldes
 - La publicité – Les ventes à prime
 - Le crédit – La garantie
- ✓ Le contentieux :
 - Le recours au tribunal d'instance
 - Le recours au tribunal de commerce
 - Supervision des contacts avec les prestataires (société de nettoyage, maintenance ...)
 - L'assignation
- ✓ Le droit des marques :
 - Le dépôt à l'INPI
 - Les licences et concessions
- ✓ Le droit Européen :
 - Le règlement d'exemption
 - La clause de réparation
 - Les normes Euro (Euro 5, Euro 6)

MARKETING, POSITIONNEMENT COMMERCIAL ET STRATEGIQUE

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître le positionnement du point de vente
- ✓ Qualifier le poids des clients (chiffre d'affaires et potentiel)
- ✓ Découvrir des concepts marketing plus élaborés
- ✓ Adapter ces concepts à la rechange
- ✓ Anticiper les décisions stratégiques

CONTENU DU STAGE

- ✓ La démarche distributeur
- ✓ Le point de vente : Centre de profit
 - Image de marque
 - Points à améliorer
 - Faisabilité
- ✓ Le portefeuille client
 - Les types de client (analyse du portefeuille) 20/80 & ABC
 - Les ratios d'activité (visites, potentiel client, part de « client »)
- ✓ La segmentation de la rechange
- ✓ Le positionnement
 - Les critères de positionnement
 - Les matrices de positionnement
 - Distributeurs locaux
 - Equipementiers
- ✓ La matrice BCG
- ✓ Les stratégies concurrentielles
 - La défense de son marché
 - L'attaque face aux concurrents
 - L'impact de la conjoncture économique sur son activité propre

ECFA 38

SESSION 16

ECF* « DEVELOPPER LA DYNAMIQUE COMMERCIALE D'UN UNIVERS MARCHAND » : ETUDE DE CAS AT 1

AT 1

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Proposer des études de cas aux stagiaires
- ✓ Mettre en œuvre l'ensemble des connaissances spécifiques acquises au cours du CCP « commercial »
- ✓ Evaluer le stagiaire

CONTENU DU STAGE

- ✓ Etude de cas de conception, d'organisation et de réalisation d'un plan de merchandising d'un magasin de pièces de rechange.
- ✓ Etude de cas sur la Gestion des stocks et des moyens à mettre en œuvre pour garantir la présence des assortiments permanents et saisonniers préconisés par l'entreprise et par la Centrale.
- ✓ Mise en place d'une action commerciale pour animer et optimiser les ventes.

*ECF – Evaluation en cours de formation. L'ECF est une évaluation intermédiaire réalisée par le formateur à partir d'études de cas qui sont proposées aux participants.

ECFA 38

SESSION 17

AMELIORATION DE LA PERFORMANCE DES EQUIPES

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Connaître les besoins et les attentes des collaborateurs
- ✓ Donner une vision aux collaborateurs pour qu'ils se l'approprient
- ✓ Savoir déterminer les compétences nécessaires
- ✓ Perfectionner les membres de son équipe
- ✓ Accompagner un nouveau collaborateur

CONTENU DU STAGE

- ✓ De la direction du personnel aux ressources humaines
- ✓ Besoins et motivations des collaborateurs (aujourd'hui et demain !)
- ✓ Le recrutement d'un collaborateur
 - Définir les compétences attendues
 - Déterminer les profils
 - Organisation des entretiens
- ✓ Le collaborateur et l'empowerment
 - Vision globale
 - Marge de manœuvre et d'action en autonomie
 - Insertion dans le(s) projet(s)

- ✓ De la définition des tâches aux emplois types du distributeur
- ✓ Des emplois types aux compétences à mettre en œuvre
- ✓ La polyvalence et la transférabilité des compétences
- ✓ Le perfectionnement des membres de son équipe
- ✓ Le Plan d'Amélioration des Performances
- ✓ Le Plan de Formation de l'entreprise
- ✓ Les nouveaux collaborateurs (tutorat..)
- ✓ Le collaborateur « virtuel » hors de l'entreprise
 - Les commerciaux itinérants et les hommes « réseau »
 - Le SAV

ECFA 38

SESSION 18

LE MANAGEMENT OPERATIONNEL DE L'EQUIPE - 1ERE PARTIE MANAGEMENT ET CONDUITE DE REUNIONS

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Apprendre à transmettre les valeurs et les objectifs de l'entreprise
- ✓ Apprendre à définir et négocier des objectifs individuels de performances
- ✓ Préparer efficacement ses réunions
- ✓ Animer tout type de réunion

CONTENU DU STAGE

× Le management

- ✓ L'entreprise est une organisation vivante :
 - Le domaine d'action
 - Les conditions du succès
 - Adhérer et faire adhérer à un projet commun
 - Contraintes et incitations externes
 - Contraintes et incitations internes
- ✓ Le respect de la culture d'entreprise :
 - Identifier et traduire les valeurs
 - Communiquer et respecter les valeurs, les consignes, les procédures
- ✓ Encourager les initiatives personnelles :
 - Donner les moyens
 - Mesurer la mise en œuvre
- ✓ Le manager reconnu par tous :
 - L'organisation de l'activité et la fixation des priorités
 - Etablir des organigrammes de fonctions
- ✓ Emporter l'adhésion :
 - La stratégie des alliés
 - La carte des partenaires
 - Jeu commun et jeu perso
 - Crédit d'intention et procès d'intention
- ✓ Les 3 modes de management :
 - Imposition – Négociation – Animation

LE MANAGEMENT OPERATIONNEL DE L'EQUIPE - 1ERE PARTIE MANAGEMENT ET CONDUITE DE REUNIONS

CONTENU DU STAGE

x Conduite de réunions

- ✓ Les types de réunions
- ✓ Préparer ses réunions
 - Définir les objectifs
 - Préparation matérielle et préparation technique
 - Quels supports visuels et comment les utiliser ?
 - Les phases d'une réunion et leur conduite
- ✓ La participation à une réunion
 - L'assertivité en réunion
 - Faciliter le dialogue
 - Faire participer les autres participants
- ✓ Le suivi de la réunion
 - Traçabilité des échanges
 - Les indicateurs de suivi post réunion
 - Décisions prises et synthèse

Exercices pratiques d'entraînement à la conduite de réunion

ECFA 38

SESSION 19

COMMUNICATION ET EFFICACITE PERSONNELLE

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Faire de sa communication une nouvelle compétence
- ✓ Apprendre à maîtriser sa communication personnelle orale et écrite
- ✓ S'approprier les outils pour argumenter et convaincre un auditoire
- ✓ S'entraîner à prendre la parole en situation inhabituelle
- ✓ Pratiquer pour améliorer sa communication et ses pratiques

CONTENU DU STAGE

- ✓ Principes de base de la communication et de l'expression humaine
 - Schéma global de la communication
 - Le langage verbal
 - Le langage non-verbal
- ✓ Communiquer avec son équipe
 - Maîtriser son écoute « active »
 - L'Analyse Transactionnelle
 - La Programmation Neuro Linguistique
- ✓ Efficacité de la prise de parole
 - S'exprimer et se faire comprendre
 - Préparer ses « outils »
 - Structurer son message
 - Organiser son discours
 - Les freins à l'expression
- ✓ Gérer son stress
 - Se préparer
 - Anticiper les imprévus
- ✓ Les objections lors du discours
 - Anticiper les objections
 - Répondre aux objections
- ✓ Prise de parole en situation inhabituelle

Exercices pratiques de mise en situation et de jeux de rôle

ECFA 38

SESSION 20

LE MANAGEMENT OPERATIONNEL D'UNE EQUIPE - 2EME PARTIE GESTION DU TEMPS ET RESOLUTION DES PROBLEMES

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Identifier son style d'organisation
- ✓ Savoir repérer ses atouts pour les utiliser à bon escient
- ✓ Intégrer d'autres repères
- ✓ S'approprier des outils d'organisation personnelle
- ✓ Appliquer une méthodologie adaptée au problème posé
- ✓ Acquérir des réflexes permettant d'aller vite et à bon escient
- ✓ Utiliser les outils adéquats pour trouver une solution pérenne

CONTENU DU STAGE

✕ Management opérationnel de l'équipe :

- ✓ Organigramme et fonction de chacun
- ✓ Organisation du travail au sein de l'équipe
- ✓ Réalisation des plannings
- ✓ Transmission des consignes et procédures / Suivi et contrôle
- ✓ Conduite d'entretiens individuels périodiques : fixation d'objectifs commerciaux, entretiens annuel d'évaluation, entretiens de recadrage, entretiens professionnels
- ✓ Plan d'action pour améliorer le fonctionnement interne de l'équipe

✕ Gérer son budget temps et celui des autres :

- ✓ 10 questions pour se faire mal :
 - Le temps du téléphone
 - Le temps des réunions
 - Les lois qui régissent le temps
- ✓ Clarifier et gérer ses priorités :
 - Les autres me font perdre du temps
 - Le temps des équipes
 - Le temps des projets
 - Le temps des décisions

✕ Qu'est-ce qu'un problème ?

- ✓ Faux problème, problème apparent et vrai problème
- ✓ Observer, collecter les faits et les opinions
- ✓ Alerter, transmettre auprès d'autres services et/ou de la hiérarchie
- ✓ Formuler des hypothèses de causes

LE MANAGEMENT OPERATIONNEL D'UNE EQUIPE - 2EME PARTIE GESTION DU TEMPS ET RESOLUTION DES PROBLEMES

CONTENU DU STAGE

- ✓ Objectif action :
 - Pallier les effets ou supprimer les causes

- ✓ Le traitement des problèmes :
 - Méthodologie
 - Choix pertinents des outils
 - QQQCP
 - Pareto
 - Diagramme ISHIKAWA
 - 5M
 - La démarche PDCA

- ✓ Proposer des solutions :
 - Notions de faisabilité
 - Notions de coût
 - Acceptabilité des solutions
 - Les arguments pour convaincre : Animer, négocier, imposer

- ✓ Le plan d'action :
 - Plan des réalisations : objectifs et jalonnement
 - Evaluation et indicateurs de suivi
 - Actions correctives éventuelles

ECFA 38

SESSION 21

ECF « MANAGER UNE EQUIPE » ETUDE DE CAS AT 3

AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Proposer des études de cas aux stagiaires
- ✓ Mettre en œuvre l'ensemble des connaissances spécifiques acquises au cours du CCP « commercial »
- ✓ Evaluer le stagiaire

CONTENU DU STAGE

- ✓ Travail sur la planification et le contrôle du travail de l'équipe (code du travail, ressources humaines).
- ✓ Détermination du besoin de formation de ses collaborateurs en tenant compte de la législation et des entretiens individuels ou professionnels sur les évolutions de carrière.
- ✓ Etudes de cas sur la prise de conscience du développement durable et sur les mesures à mettre en place dans l'entreprise en fonction de la législation.
- ✓ Travail sur la stratégie à mettre en œuvre, en termes d'animation et de motivation, pour rassembler son équipe autour des projets commerciaux de l'entreprise.

*ECF – Evaluation en cours de formation. L'ECF est une évaluation intermédiaire réalisée par le formateur à partir d'études de cas qui sont proposées aux participants.

ECFA 38

SESSION 22

EVALUATION FINALE DEVANT UN JURY DE PROFESSIONNELS

AT 1 + AT 2 + AT 3

DUREE

- ✓ 2 jours

OBJECTIFS

- ✓ Evaluer le mémoire de fin d'études (1 jour)
- ✓ Evaluer les 3 activités types et les 8 compétences du titre professionnel MUM (1 jour)

AT 1 : Développer la dynamique commerciale d'un univers marchand.

AT 2 : Gérer les résultats économiques d'un univers marchand.

AT 3 : Manager l'équipe d'un univers marchand.

CONTENU DU STAGE

1 – Présentation du Mémoire

2 – Epreuve finale du MUM devant un jury de professionnels