

REFERENTIEL ACTIVITES

SYNTHESE REFERENTIELS - BLOCS DE COMPETENCES

Activités	Blocs de compétences	Modalités d'évaluation
A1.	BC1. Diagnostiquer l'environnement externe et identifier les forces-faiblesses internes pour proposer une stratégie et élaborer un plan d'action opérationnel	Etudes de cas-certificateur Etudes de cas en entreprise
A2.	BC2. Diriger les équipes et conduire le changement pour assurer le développement économique d'un distributeur automobile	Jeux sérieux Etudes de cas-certificateur
A3.	BC3. Optimiser la gestion financière d'une entreprise de distribution automobile pour améliorer sa rentabilité	Etudes de cas-certificateur Etudes de cas en entreprise
A4.	BC4. Mettre en œuvre un plan d'action marketing et communication pour augmenter les parts de marché d'une entreprise de distribution automobile	Etudes de cas-certificateur Etudes de cas en entreprise
A5.	BC5. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie commerciale pour développer les ventes d'un distributeur automobile	Etudes de cas-certificateur Etudes de cas en entreprise
A6.	BC6. Recueillir et analyser des données pour documenter ses points de vue et améliorer la prise de décision en environnement complexe et incertain	Mémoire professionnel

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Activités 1 - Principales situations de travail</p> <p>Réaliser une veille et une analyse concurrentielle Caractériser un environnement de marché en constante évolution Etablir le diagnostic stratégique d'un distributeur automobile Proposer des orientations stratégiques en environnement complexe Construire un plan d'action opérationnel.</p>	<p>BC1.1 Mettre en place une veille concurrentielle pour comparer les positions des différents acteurs du marché et anticiper les évolutions sectorielles</p> <p>BC1.2 Réaliser un diagnostic externe du secteur visé pour identifier les risques et les opportunités dans un environnement complexe et incertain</p> <p>BC1.3 Identifier les principaux axes et indicateurs d'analyse pour établir un diagnostic des forces et faiblesses de l'entité gérée</p>	<p>Études de cas proposées par le certificateur Les études de cas-certificateur traitent typiquement les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse PESTEL pour l'implantation d'une nouvelle concession auto - Étude concurrentielle et comparative (Benchmarking) - Diagnostic Forces et Faiblesses - Contenu d'un plan opérationnel <p>Évaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit.</p>	<p><u>Pour les études de cas-certificateur</u></p> <p>Les évolutions sectorielles sont bien identifiées et expliquées</p> <p>Le choix des indicateurs d'analyse concurrentiel est pertinent</p> <p>Le positionnement des concurrents est explicité</p> <p>L'avantage concurrentiel est clairement identifié</p> <p>Les forces et faiblesses relatives de l'entreprise sont clairement identifiées</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activités 1 (Suite)	<p>BC1.4 Etablir un diagnostic complet de l'entité gérée pour proposer des orientations stratégiques pertinentes et innovantes</p> <p>BC1.5 Elaborer un plan d'action pour opérationnaliser les axes et objectifs stratégiques</p> <p>BC1.6 Concevoir et mettre en place des indicateurs et outils de suivi pour monitorer la performance d'un plan d'action opérationnel</p>	<p>Études de cas en entreprise Les études de cas en entreprise doivent aborder les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse externe et interne (SWOT) - Recommandations d'orientations stratégiques - Plan d'action marketing opérationnel - Indicateurs et outils de suivi du plan d'action <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit</p>	<p><u>Pour les études de cas en entreprise</u></p> <p>Les opportunités et menaces sont clairement identifiées et réalistes</p> <p>Les outils de diagnostic stratégique utilisés sont pertinents</p> <p>Les forces et les faiblesses de l'entreprise sont clairement analysées</p> <p>Le plan d'action proposé est adapté, cohérent et réaliste</p> <p>Les orientations stratégiques proposées sont innovantes et pertinentes</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>Activités 2 - Principales situations de travail</p> <p>Organiser et planifier l'activité des collaborateurs Diriger, fédérer et motiver les équipes Développer les ressources humaines Accompagner la politique de GPEC de l'entreprise Conduire le changement Gérer les relations avec les partenaires sociaux</p>	<p>BC2.1 Exercer son leadership pour conduire les changements organisationnels induits par la stratégie de l'entreprise</p> <p>BC2.2 Mettre en place une organisation pour répartir et coordonner les activités des collaborateurs</p> <p>BC2.3 Développer le dialogue social avec les représentants du personnel pour mieux prévenir et gérer les conflits</p> <p>BC2.4 Décliner les choix stratégiques pour définir les objectifs à atteindre et planifier les activités des collaborateurs</p> <p>BC2.5 Définir et mettre en œuvre une politique de rémunération pour fédérer et motiver les équipes</p>	<p>Jeux sérieux Simulation et mises en situations managériales Répartis en univers compétitifs, les étudiants sont appelés à prendre des décisions au sein d'une équipe où les rôles de chacun sont définis au départ. Les jeux sérieux simulent des situations de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de changement organisationnel - Dialogue social avec les syndicats - Gestion de conflits - Stratégie et planification - Politique de rémunération et motivation des salariés <p>L'évaluation est réalisée à partir d'une observation des comportements individuels pendant le jeu et de la performance individuelle et collective selon les règles du jeu</p>	<p><u>Pour les jeux sérieux</u></p> <p>Les méthodes de management adoptées sont appropriées aux situations rencontrées</p> <p>L'organisation du travail proposée est cohérente et optimale en fonction des ressources humaines</p> <p>La politique de rémunération préconisée est adaptée aux objectifs et favorise la motivation</p> <p>Les techniques d'animation des réunions et de conduite d'entretien sont connues et mises en œuvre</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activités 2 (Suite)	<p>BC2.6 Construire une carte des métiers et des compétences pour favoriser la gestion des carrières et identifier les postes clés</p> <p>BC2.7 Identifier les besoins en compétences pour organiser les recrutements, la formation et le développement des ressources humaines</p> <p>BC2.8 Mobiliser des connaissances en droit du travail, conventions spécifiques et réglementation HSCT pour optimiser l'apport de l'employeur dans les instances</p>	<p>Études de cas proposées par le certificateur Les études de cas-certificateur traitent typiquement les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carte des métiers et compétences - Evaluation des besoins en recrutement - Elaboration d'un plan de formation - Droit du travail en distribution automobile - Etude des dispositions de la convention automobile - Réglementation Hygiène, Sécurité et conditions de travail <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit.</p>	<p><u>Pour les études de cas-certificateur</u></p> <p>Le droit du travail et la convention collective de l'automobile sont maîtrisés et appliqués de manière pertinente</p> <p>Les postes clés sont clairement identifiés</p> <p>La législation en matière de santé, hygiène, sécurité et environnement est maîtrisée et appliquée de manière pertinente</p> <p>Les techniques de construction de carte des métiers et des compétences sont maîtrisées</p> <p>Les compétences des collaborateurs et leurs besoins sont identifiés.</p> <p>Les besoins en compétences sont clairement identifiés</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Activités 3 - Principales situations de travail</p> <p>Mettre en place un contrôle de gestion propre aux groupes de distribution automobile Elaborer les budgets et contrôler les écarts entre réalisé et prévu Réaliser un diagnostic financier de l'entreprise et de ses activités Développer la performance financière de l'entreprise Construire un plan d'affaires</p>	<p>BC3.1 Construire des tableaux de bord économiques et financiers pour établir un reporting et monitorer l'activité</p> <p>BC3.2 Interpréter un bilan et un compte de résultat pour évaluer la santé financière de l'entité gérée</p> <p>BC3.3 Construire des budgets pluriannuels pour mettre en œuvre un plan d'affaires</p>	<p>Études de cas proposées par le certificateur Les études de cas-certificateur traitent typiquement les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tableaux de bord financiers - Analyse Bilan et Compte de résultat - Construction budgétaire <p>Évaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit.</p>	<p><u>Pour les études de cas-certificateur</u></p> <p>L'interprétation faite du bilan et du compte de résultat est pertinente</p> <p>Les tableaux de bord économiques et financiers sont cohérents avec les objectifs poursuivis</p> <p>Les facteurs d'équilibre financier sont clairement identifiés</p> <p>La construction budgétaire prend en compte les objectifs stratégiques</p> <p>Les indicateurs de suivi budgétaire sont pertinents</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Activités 3 - Principales situations de travail (Suite)	<p>BC3.4 Définir des indicateurs de suivi de gestion pour mesurer les écarts et conduire des actions correctives</p> <p>BC3.5 Analyser les principaux indicateurs économiques et ratios financiers pour évaluer les risques et élaborer des scénarios prévisionnels d'activités</p> <p>BC3.6 Mobiliser des connaissances mathématiques pour évaluer la rentabilité d'un projet ou monitorer des flux de trésorerie</p>	<p>Etude de cas en entreprise Les études de cas en entreprise doivent aborder les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indicateurs de contrôle de gestion - Evaluation des risques économiques - Evaluation de la rentabilité d'un projet d'investissement à long terme <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit</p>	<p><u>Pour les études de cas en entreprise</u></p> <p>Les risques financiers sont identifiés</p> <p>Les scénarios alternatifs sont cohérents.</p> <p>Les indicateurs économiques et ratios financiers proposés sont pertinents</p> <p>L'analyse des flux de trésorerie est claire et bien documenté</p> <p>Les outils mathématiques utilisés pour mesurer la rentabilité du projet sont pertinents</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>Activités 4 - Principales situations de travail</p> <p>Coordonner les actions marketing multi-canal spécifiques au secteur de la distribution automobile Monitorer l'atteinte des objectifs de parts de marché Identifier les actions de communication-distributeur en intelligence avec le(s) constructeur(s) Construire et mettre en œuvre un plan de communication Développer la marque distributeur en cohérence avec la marque constructeur</p>	<p>BC4.1 Mettre en place des indicateurs pour monitorer l'évolution des parts de marché par segment-client</p> <p>BC4.2 Elaborer les points essentiels d'un « brief de communication » pour mettre en œuvre un plan de communication incluant les réseaux sociaux et le site internet</p> <p>BC4.3 Mobiliser les outils du marketing numérique pour communiquer avec efficacité dans le secteur de la distribution automobile</p>	<p>Etudes de cas proposées par le certificateur Les études de cas-certificateur traitent typiquement les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'un plan de communication multi-canal - Développement de contenus communicationnels - Mérites et limites des outils SEO, SEA et SMO - Indicateurs de parts de marché en valeur et en volume <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit</p>	<p><u>Pour les études de cas-certificateur</u></p> <p>Le plan de communication est cohérent avec la stratégie marketing adoptée</p> <p>Les étapes de mise en œuvre du plan de communication sont cohérentes</p> <p>La mobilisation des outils de marketing numérique est pertinente</p> <p>Les contenus communicationnels sont efficaces et alignés avec le positionnement de l'entreprise</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Activités 4 (Suite)	<p>BC4.4 Mobiliser des connaissances en droit de la consommation pour mener des campagnes marketing et communication</p> <p>BC4.5 Prendre en compte les objectifs de la marque constructeur pour développer l'actif de marque distributeur</p> <p>BC4.6 Renforcer les relations avec l'amont de la filière pour mettre en œuvre un plan d'action marketing multi-canal et son budget associé</p>	<p>Etudes de cas en entreprises Les études de cas en entreprise doivent aborder les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre d'un plan d'action marketing multi-canal - Développement d'une marque distributeur - Organisation de campagnes marketing et communication <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit</p>	<p><u>Pour les études de cas en entreprises</u></p> <p>Le plan d'actions marketing proposé est adapté aux objectifs stratégiques de l'entreprise</p> <p>Le développement de la marque distributeur est cohérent avec les objectifs de la ou les marque(s) constructeur(s)</p> <p>Le droit de la consommation est incorporé à la démarche marketing proposée</p> <p>Le budget alloué est pertinent par rapport aux objectifs poursuivis</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>Activités 5 - Principales situations de travail</p> <p>Mettre en vente une offre adaptée à la zone de chalandise Concevoir un point de vente et l'aménager en fonction d'objectifs stratégiques Développer et gérer la relation client Sécuriser les approvisionnements avec les importateurs ou constructeurs</p>	<p>BC5.1 Prendre en compte les caractéristiques de la zone de chalandise et les offres concurrentes pour concevoir et proposer une offre adaptée</p> <p>BC5.2 Intégrer les objectifs stratégiques de la marque ou du constructeur pour définir les objectifs commerciaux</p> <p>BC5.3 Imaginer et proposer des produits ou services innovants pour tirer parti des nouveaux usages automobiles, décarbonés et connectés</p> <p>BC5.4 Identifier les principaux acteurs - importateurs ou constructeurs - pour sécuriser la chaîne d'approvisionnement en véhicules</p>	<p>Etudes de cas proposées par le certificateur Les études de cas-certificateur traitent typiquement les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offre produits et besoin de marché - Indicateurs de qualité et valeur perçue par le client - Objectifs commerciaux du distributeur versus objectifs de la ou les marque(s) constructeur(s) - Identification et caractérisation des partenaires externes à une concession automobile <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit.</p>	<p><u>Pour les études de cas-certificateur</u></p> <p>L'offre globale proposée sur le point de vente est adaptée à la zone de chalandise</p> <p>Les objectifs opérationnels proposés sont réalistes et cohérents</p> <p>L'approche commerciale proposée est adaptée aux typologies de clients</p> <p>Les offres proposées tiennent compte des enjeux liés aux nouvelles motorisations et aux services connectés</p> <p>Bonne identification des acteurs clés de l'écosystème du distributeur automobile</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activités 5 (Suite)	<p>BC5.5 Définir et mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la qualité perçue des services proposés</p> <p>BC5.6 Adapter l'approche commerciale pour vendre et négocier avec différents types de clientèle : particuliers, affaires, ...</p> <p>BC5.7 Mobiliser un outil de gestion de la relation client (CRM) pour fidéliser les acheteurs et gagner de nouveaux prospects</p>	<p>Études de cas en entreprises Les études de cas en entreprise doivent aborder les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un outil CRM en concession - Fidélisation des clients par segment - Techniques de vente et de négociation par type de clientèle - Enquêtes de qualité perçue par le client <p>Evaluation individuelle sur la base d'un rendu écrit</p>	<p><u>Pour les études de cas en entreprise</u></p> <p>Les indicateurs de suivi de la qualité des services proposés sont pertinents</p> <p>Les techniques de vente et de négociation avec différents types de clientèle sont maîtrisées</p> <p>Les techniques de gestion numérique de la relation client (e-CRM) sont maîtrisées</p> <p>Le plan de fidélisation est adapté aux attentes des clients et cohérent avec les objectifs commerciaux.</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<p>A6. - Principales situations de travail</p> <p>Etablir une veille économique et technologique - secteur automobile Récueillir et analyser des données issues d'études professionnelles Identifier les meilleures pratiques de la distribution automobile Documenter ses points de vue et ses prises de décisions Identifier les enjeux dans les situations managériales complexes Anticiper les évolutions d'un environnement changeant et incertain</p>	<p>BC6.1 Collecter et analyser des données sectorielles ou concurrentielles pour développer une vision de l'entreprise dans son écosystème</p> <p>BC6.2 Synthétiser des informations pour formuler des recommandations ou structurer une argumentation</p> <p>BC6.3 Problématiser une situation complexe ou incertaine pour identifier les enjeux et construire un questionnaire de nature stratégique</p> <p>BC6.4 Maîtriser le vocabulaire technique et professionnel de la distribution automobile pour étayer des démonstrations et convaincre les sponsors et acteurs internes ou externes</p> <p>BC6.5 Mobiliser des publications professionnelles pour identifier les bonnes pratiques et améliorer la qualité de décision managériale</p>	<p>L'objectif du mémoire est de développer une expertise professionnelle en s'appuyant sur les compétences acquises au cours de la certification. Il s'agit de répondre à un questionnaire exprimé ou coconstruit avec une entreprise.</p> <p>Exemples de sujets typiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Résoudre un problème de gestion récurrent - Améliorer les modalités de pilotage de la performance de gestion - Lancer une nouvelle activité ou une nouvelle offre de services <p>Rendu écrit : 40 pages Exposé oral d'une durée de 20 minutes suivi d'un échange de 10 minutes avec un jury composé de deux formateurs</p>	<p><u>Pour le mémoire professionnel</u></p> <p>Les données sont collectées et analysées en mobilisant des méthodes scientifiques</p> <p>Le sujet du mémoire est correctement problématisé</p> <p>Le vocabulaire spécifique du secteur de la distribution automobile est maîtrisé</p> <p>Les recommandations sont synthétiques et clairement structurées</p> <p>La liste des publications professionnelles est pertinente et exhaustive par rapport au sujet traité</p>