

« RESPONSABLE D'ACTIVITE ET DE COMMERCE »

RNCP 39395, code NSF 312

FICHE FORMATION-ACTION

BLOC 1

« DEFINIR UNE OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES POUR
UNE AGENCE OU UN COMMERCE »

DESCRIPTIF DES ACTIVITES DU BLOC 1

1. Analyse du marché concurrentiel, de l'image, et de l'environnement phygital d'une agence ou d'un commerce
2. Optimisation de l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce
3. Construction d'un plan d'action commercial et marketing d'une agence ou d'un commerce
4. Pilotage du processus de déploiement de l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce



Compétences associées :

Voici les 11 compétences visées par le bloc 1 :

- ★ **Assurer la veille** sur les pratiques et les évolutions de son secteur d'activités en identifiant des sources d'information adaptées au marché, en s'appuyant sur des outils de veille et en synthétisant les données, afin d'identifier les tendances structurelles et les opportunités de marché.
- ★ **Analyser les comportements de la clientèle** cible en s'appuyant sur des techniques quantitatives et qualitatives de recueil de données, en utilisant des outils d'informations terrain, des études géomarketing et en mobilisant des données commerciales de la zone afin d'évaluer le potentiel commercial et de d'ajuster le positionnement marketing.
- ★ **Analyser les parcours types des clients cibles** y compris ceux en situation de handicap dans un environnement multicanal en réalisant une étude inclusive des modes de consommation et des besoins exprimés afin d'identifier les canaux de vente de produits et/ou de prestations associées.
- ★ **Réaliser un diagnostic de son environnement concurrentiel** web et physique en utilisant les matrices d'analyse adaptées, en s'appuyant sur une grille de collecte des informations et en déterminant des critères d'évaluation afin de positionner l'agence ou le commerce sur sa zone de chalandise.

- ★ **Adapter le positionnement marketing de son offre de produits ou de services** en intégrant les enjeux de la RSE et en s'appuyant sur les résultats de l'étude de marché réalisée, en utilisant les différentes composantes du mix marketing afin de se différencier des autres acteurs du marché et de valoriser son image auprès des clients.
- ★ **Actualiser l'offre principale de produits et de services** en l'adaptant aux tendances du marché et aux caractéristiques de la zone de chalandise, tout en assurant l'inclusivité et l'accessibilité de l'offre pour tous les clients, y compris ceux ayant des besoins spécifiques liés à des handicaps afin de répondre au positionnement marketing défini.
- ★ **Proposer une hybridation entre l'offre de produits et de services** en développant une offre complémentaire attractive, digitalisée et/ou éco responsable en cohérence avec les tendances et besoins repérés afin de créer une valeur ajoutée différenciante et de renforcer la rentabilité de l'agence ou du commerce.
- ★ **Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels** sur une période donnée en tenant compte des ressources et compétences afin de favoriser l'implication des membres de l'équipe et l'organisation du travail au sein de l'équipe.
- ★ **Construire un plan d'actions** opérationnel en incluant la stratégie, les actions commerciales à mener et les indicateurs de performances clés à mesurer afin de répondre à l'objectif de développement du chiffre d'affaires.
- ★ **Encadrer les pratiques de déploiement des prestations d'offres de produits et de services** en les standardisant et en développant les compétences techniques des collaborateurs opérationnels afin de garantir une délivrance de prestation conforme au contrat de vente et homogène entre les mêmes catégories de clients.
- ★ **Superviser la mise à disposition des guides et outils d'optimisation du parcours client** en déployant des interfaces communicantes (Chatbot, ...), en tenant compte des retours de l'analyse clients afin de le fluidifier et de supprimer les irritants comme les points de blocages, tout en intégrant des principes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et en alignant les actions avec les objectifs de responsabilité sociale de l'entreprise.

Synthèse du Bloc

« Développer l'offre de produits et de services d'une agence ou d'un commerce »

Le développement de l'offre de produits et de services est un levier stratégique permettant à une entreprise de se démarquer sur son marché et de répondre aux attentes de sa clientèle cible. Pour atteindre cet objectif, le Bloc 1 mobilise plusieurs compétences articulées en 5 thématiques chronologique :

1. La veille du marché

Une veille efficace repose sur l'analyse des comportements de la clientèle cible à l'aide d'outils spécifiques tels que les enquêtes, les analyses de données, et la surveillance des tendances sur

les réseaux sociaux. En parallèle, l'utilisation d'outils de veille concurrentielle et sectorielle (Google Alerts, plateformes d'études de marché, benchmarks) permet d'anticiper les évolutions et de s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs.

2. L'analyse du parcours client

L'étude du parcours client doit inclure les différentes étapes de l'expérience d'achat, en tenant compte des spécificités des clients en situation de handicap. Une approche inclusive repose sur une analyse approfondie des obstacles rencontrés, qu'ils soient physiques (accessibilité des points de vente), digitaux (accessibilité web), ou relationnels (formation des collaborateurs à l'accueil de publics variés).

3. Le positionnement de l'entreprise

La définition du positionnement marketing repose sur un diagnostic concurrentiel complet intégrant l'analyse des acteurs du web et des commerces physiques. L'entreprise doit adapter son offre en fonction des opportunités et des menaces identifiées. Par ailleurs, l'intégration des enjeux de la RSE est devenue essentielle pour renforcer son attractivité : engagement écoresponsable, pratiques éthiques et sociétales, et contribution au développement durable.

4. La définition et l'actualisation de l'offre de produits et services

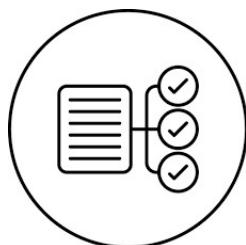
L'offre doit être ajustée en fonction des tendances du marché, des attentes locales et des spécificités de la zone de chalandise. L'inclusivité doit être un critère clé, avec des solutions permettant une accessibilité optimale à tous les clients. Ce développement doit également tenir compte des ressources humaines et des compétences disponibles afin d'assurer une mise en œuvre efficace dans le cadre des contraintes organisationnelles existantes.

5. la fixation des objectifs et la conception des plans d'actions opérationnels (PAO)

La formalisation d'objectifs précis et mesurables est nécessaire pour structurer le développement de l'offre. Cela implique la définition de processus standardisés et l'intégration d'outils numériques facilitant l'expérience client. L'accessibilité des solutions digitales doit être assurée pour garantir une expérience fluide et inclusive.

En résumé :

Développer une offre attractive et adaptée requiert une approche globale et stratégique, mobilisant des compétences en veille, en expérience client, en positionnement marketing et en gestion opérationnelle de manière à définir des objectifs opérationnels actualisés qui permettront la mise en place d'un plan d'action stratégique et adapté.



Livrable attendu

Une **note de synthèse** présentant entre le(s) action(s) réalisée(s) ou observée(s) en entreprise en lien direct avec le développement d'une offre de produit ou de service. Le candidat décrira les compétences développées ou observées à travers ces actions.

Si la compétence n'a été ni déployée ni observée, le candidat décrira ce qu'il pourrait mettre en place pour mettre en œuvre la compétence visée.

Il **présentera un rapport synthétique** (5 à 7 pages maximum) qui reprendra les 11 compétences visées par le bloc 1.



Aide à la production

- 1) **Décrire** ce que sont selon vous, **les enjeux** du développement d'une offre de produit ou de services (½ page maximum)
- 2) **Décrire le contexte** dans lequel vous avez pu mettre en place ou observer le développement d'une offre de produit ou de service (½ page maximum)
- 3) Reprendre chacune des 11 compétences et expliquer en quelques lignes (4 à 6 pages au total) :
 - a. La **méthodologie utilisée** (étapes, supports ou documents utilisés, process...)
 - b. Le **résultat observé**

Forme



- Format professionnel attendu
- Le choix du support est libre
- Créativité et originalité appréciées
- Les 5 à 7 pages sont majoritairement de la rédaction

Planning



La fiche de formation/action est à restituer pour le 15 juin 2026 à 15h.