

Contexte et enjeux

Généralités

- Le marché du commerce et de la distribution a connu, au Maroc, de fortes mutations ces dernières années. **Les acteurs se structurent**, les enseignes se modernisent pour suivre les modes de consommation qui évoluent de façon considérable.
- Le développement rapide de la **distribution moderne** ne s'est pas fait, loin de là, au détriment du **commerce traditionnel** qui affiche un dynamisme constant, que ce soit en milieu urbain ou rural. La force du réseau traditionnel, c'est sa proximité, son sens du service au client et sa capacité à s'adapter aux évolutions du marché.
- **La cohabitation des deux modes de distribution est un enjeu** déterminant pour les entreprises de biens et de services exerçant dans la distribution ou faisant appel à cette fonction importante pour atteindre leurs marchés.
- La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, par le biais de son établissement de formation, l'**Ecole Française des Affaires**, fait figure de pionnier et lance, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine-et-Marne, des **diplômes et cursus spécialisés dans les métiers de la distribution**.
- L'objectif de ces dispositifs est de **développer la maîtrise des techniques de merchandising et de négociation, d'initier au reporting et à l'analyse d'informations et de développer les compétences managériales et de gestion d'équipe**.

Contexte et enjeux

Partenariat CFCIM – TIJARA 2020

- **La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc** avec ses 3750 entreprises adhérentes et l'Association **TIJARA 2020** réunissant des distributeurs de produits de grande consommation dans plusieurs activités telles que l'agroalimentaire, les produits d'hygiène, les produits d'entretien, les télécommunications, ont conclu une **convention de partenariat**.
- Cette convention vise à déployer, au sein de l'Ecole Française des Affaires, des **cycles de formation continue** qui permettent aux salariés de leurs entreprises adhérentes de **bénéficier d'une offre pédagogique qui concerne l'activité Vente et Distribution**. Ces cycles s'adressent aux équipes commerciales du secteur : vendeurs, superviseurs, chefs de produits, chefs de rayon, merchandiseurs, etc.
- **Une démarche participative** a été adoptée dans la mise en place des cycles de formation, dans laquelle les **objectifs des managers** ainsi que la **réalité du terrain et du quotidien** des personnes à former, ont été des éléments indispensables dans **l'adaptation des contenus** et dans le déploiement des outils de formation.

Cycles de Formation en Commerce et Distribution de l'EFA

Objectifs et finalités

Les cycles de formation en Commerce et Distribution de l'Ecole Française des Affaires ont pour finalité d'**animer**, de **gérer** et de **développer l'activité commerciale** d'un point de vente, d'un rayon d'une grande et moyenne surface, ou d'un service commercial d'une entreprise.

Ils permettent de développer la commercialisation de biens et/ ou de services, et de veiller à la gestion des flux et à la qualité du service client.

Ce programme de formation est réparti en 4 cycles :

Cycles	Durée
Cycle 1 : Mettre en œuvre les actions commerciales et opérations marketing	12 jours
Cycle 2 : Participer à l'organisation du fonctionnement de l'unité et à l'animation d'équipe	12 jours
Cycle 3 : Optimiser la relation clients au sein de l'unité commerciale	13 jours
Cycle 4 : Assurer la gestion et le suivi administratif de l'unité commerciale	14 jours