

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

1. PRESENTATION DE LA FORMATION

Programme de Formation RESPONSABLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTÉ (460 heures)

BLOC 1 | 80 HEURES

Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale mode, luxe et beauté personnalisée mode, Luxe, beauté

BLOC 2 | 160 HEURES

Animer et manager une équipe retail Mode, luxe, beauté, pour garantir la performance commerciale

BLOC 3 | 160 HEURES

Mettre en œuvre la stratégie commerciale et initier des plans d'action spécifiques sur le floor

BLOC 4 | 60 HEURES

Piloter la gestion budgétaire et opérationnelle d'un axe, rayon, espace ou secteur mode, Luxe, beauté

Certification professionnelle « Responsable Développement Commercial Mode, Luxe, Beauté » enregistrée pour 3 ans au RNCP (Fiche RNCP 39612) sur décision du directeur général de France Compétences en date du 01/10/2024, au niveau de qualification 6 CEC, avec les codes NSF 312m sous l'intitulé « Responsable Développement Commercial Mode, Luxe, Beauté » avec effet jusqu'au 01/10/2027, délivrée par EMASUP, l'organisme certificateur. Cette certification professionnelle est constituée de 4 blocs de compétences.

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

2. REFERENTIEL

Chaque centre est libre de construire sa propre progression pédagogique adapté à son fonctionnement interne. Il est cependant préconisé de traiter la partie « expérience client » entre septembre et décembre, puis la partie « compétences managériales » à partir de janvier.

Par ailleurs, chaque centre est libre d'ajouter le volume d'heures nécessaire dédié à l'accompagnement et à la préparation des épreuves.

BLOC 1

Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale mode, luxe et beauté personnalisée mode, Luxe, beauté (80 heures)

Compétences

C.1.1.1. Connaître les priorités commerciales et les stocks existants

- Mettre en place les actions commerciales correctives pour optimiser le panier moyen, la part de marché et dynamiser le CA
- Concevoir et mettre en place des actions de fidélisation (clientelling) (soirée VIP...)

C.1.1.2. Conseiller, vendre, conclure via la cérémonie de vente

- Véhiculer et faire adhérer aux valeurs du luxe
- Comprendre l'imaginaire du client
- Utiliser le digital pour personnaliser la relation
- Créer un lien privilégié (small talk) avec une clientèle internationale attentive aux codes du luxe « à la française »
- Partager avec professionnalisme et convivialité
- Proposer un choix réfléchi qui suscite l'envie
- Etonner et séduire par une argumentation multi sensorielle, la beauté du geste et des services personnalisés
- Inviter à la découverte des autres univers de la marque (crosselling)
- Respecter la signature relationnelle et la cérémonie de vente imposée par la Maison.
- Déployer un argumentaire (storytelling)
- Conseiller et accompagner le client.e
- Conclure la vente

C.1.1.3. Promouvoir les outils de fidélisation

- Préparer les ventes de demain par une approche « silhouette » et cross axe (crossselling / vente additionnelle)
- Concevoir, renseigner et mettre à jour un fichier personnel clients
- Mener les actions de clientelling (mails, appels téléphoniques, courriers personnalisés)
- Suivre les retours clients et optimiser le S.A.V.

Faire vivre une expérience client personnalisée et maîtriser les techniques de vente
41 heures

- L'évolution de la relation client dans le Luxe
- Les services d'une clientèle privilégiée
- Construire et mettre en place un plan d'actions commerciales
- Les incontournables de l'Expérience Client :

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

- ~ Comprendre l'imaginaire d'un client
- ~ Créer un lien privilégié
- ~ Partager avec professionnalisme et convivialité (Small Talk, écoute, réaccroche)
- ~ Proposer un choix réfléchi qui suscite l'envie
- ~ Argumentation multi-sensorielle et services personnalisés
- ~ Inviter à la découverte des autres univers de la marque
- ~ Conclure la vente et fidéliser
- ~ Maîtriser et valoriser le cross-canal
- ~ Répondre aux objections et aux négociations
- ~ Adapter l'encaissement et la détaxe à chaque expérience client
- ~ Fidélisation et relation client
- ~ Vente omnicanale et outils digitaux

L'actualité culturelle au service de l'expérience client

11 heures

- Revue de presse : expositions, conférences, défilés, émissions
- Exposés sur des sujets d'actualité économique et culturelle

La vente en anglais

28 heures

- Vocabulaire Mode, Beauté, Luxe
- Mots-clés de l'expérience client en anglais
- Utilisation d'un mémento de vente
- Correspondance écrite et fidélisation

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

BLOC 2

Animer et manager une équipe retail Mode, luxe, beauté, pour garantir la performance commerciale (160 heures)

Compétences

- C2.1.1. Evaluer la compétence et la performance collective dans le contexte retail mode & beauté : vision, stratégie, ressources...
- C2.1.2. Favoriser l'intelligence collective comme levier de création de valeur du point de vente mode & beauté managé.
- C2.1.3. Diagnostiquer les forces et le potentiel de développement de chacun des collaborateurs. Evaluer les connaissances des produits et conseils d'un rituel ou d'une silhouette dans les univers mode (femme, homme, enfant, genderless), accessoires, souliers, beauté, horlogerie... au service d'une expérience client unique.
- C2.2.1. Utiliser les outils d'inventaire de personnalité pour identifier atouts et axes d'améliorations comportementales.
- C2.2.2. Adapter son style d'accompagnement et de management aux collaborateur.trices et aux situations, dans le respect des bonnes pratiques de responsabilité sociale.
- C2.2.3. S'auto-évaluer au quotidien dans ses pratiques
- C2.3.1. Communiquer et faire adhérer les équipes à une vision stratégique et aux objectifs commerciaux.
- C2.3.2. Mettre en œuvre les techniques reconnues pour développer assertivité, écoute active, langage verbal et non-verbal adaptés.
- C2.3.3. Fédérer les équipes autour du projet du point de vente mode luxe, beauté et créer des interactions positives et efficaces avec ses collaborateurs.
- C2.3.4. Donner du sens au plan d'actions.
- C2.4.1. Communiquer de façon responsable
- C2.4.2. Impliquer et motiver l'équipe, prévenir les tensions.
- C2.4.3. Capitaliser sur les enseignements des expériences et le transfert de connaissances pour construire et guider une équipe apprenante.
- C2.4.4. Animer des rencontres managériales collectives : réunion d'équipe, brief journalier, brief de lancement d'animations commerciales.
- C2.4.5. Concevoir et argumenter un planning d'équipe tenant compte du flux clients, de la saisonnalité des univers mode, luxe, beauté (soldes, ventes privées, black Friday, achats de Noël, pré-collections, fashion weeks...) et de la réglementation sociale (code du travail, convention collective, accords de branche et d'entreprise, règlement intérieur)
- C2.5.1. Recruter et intégrer un nouveau.velle collaborateur.trice et compléter une équipe performante.
- C2.5.2. Animer des rencontres managériales individuelles : entretiens de suivi, de rappel de la règle, de fin d'année, feed back positifs, écoutes de vente...
- C2.5.3. Fixer des objectifs individuels spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporellement définis, confier des tâches et responsabiliser par la délégation.
- C2.5.4. Accompagner les évolutions par un plan de formation sur mesure (blended learning) en tenant compte des souhaits du collaborateur.trice.
- C2.5.5. Lever les freins et résistances individuelles et/ou collectives.
- C2.5.6. Utiliser les outils de communication pour échanger efficacement et dénouer des situations complexes. Intégrer le travail à distance.

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

Formation en réunion ou en point de vente

25 heures

- De l'information à la formation
- Recrutement et intégration
- Outils et jeux pédagogiques
- Dynamique de groupe
- Création et animation d'un module de formation
- Animation d'une formation en point de vente

Management opérationnel

90 heures

- Communication efficace en entreprise
- Manager vs coach : styles de management
- Management de proximité
- Règles du jeu et rappel des objectifs
- Clés de la motivation
- Animation de réunion d'équipe
- Lancement d'animation commerciale
- Écoute des ventes et feedback
- Gestion des conflits et situations délicates

Soft-skills pour s'affirmer personnellement et professionnellement

28 heures

- Aisance relationnelle
- Intelligence émotionnelle
- Process Com, DISC ou outils comportementaux
- Semaines à thèmes : wording, grooming, agilité, audace, coopération

Techniques professionnelles

17 heures

- Art de convaincre par le pitch
- Techniques et recherche d'emploi

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

BLOC 3

Mettre en œuvre la stratégie commerciale et initier des plans d'action spécifiques sur le floor (160 heures)

Compétences

- C3.1.1. A partir de la stratégie de l'enseigne et du diagnostic effectué, définir un plan d'actions qui intègre l'équipe pour :
- C3.1.2. Développer l'expérience client pour répondre à l'évolution des exigences des clients locaux comme internationaux.
- C3.1.3. Animer et faire vivre les services (diagnostic, clic & collect, call & collect, personnel shopper, social selling...) et les animations commerciales du trade marketing.
- C3.1.4. Animer et faire vivre les collections, collection capsules, collaborations directeurs artistiques et artistes/designers.
- C3.1.5. Collecter la data, l'archiver, la segmenter pour développer le clientelling en utilisant les supports digitaux (tablette, plateforme de gestion omnicanale) et viser une approche one to one.
- C3.1.6. Assurer la satisfaction client et gérer le retour des clients insatisfaits en suivant les directives internes et les KPIs d'usage (CSAT à court terme, NPS à long terme, CES effort client, Verbatim clients...) Utiliser les outils de mesures d'usage (enquête clients mail/phoning, borne de sondage, entretiens qualitatifs, social media monitoring, solution de gestion personnalisée...)
- C3.2.1. Optimiser l'efficacité de l'espace commercial en mobilisant les outils de merchandising, en tenant compte de l'actualité des animations commerciale (saisonnalité, lancements) et en respectant les consignes de la marque et/ou enseigne mode & beauté.
- C3.2.2. Organiser, gérer la surface de vente et le stockage en évitant les sur-stocks et les ruptures.
- C3.2.3. Analyser son positionnement prix vis-à-vis de son environnement concurrentiel pour adapter l'offre et optimiser le parcours client.
- C3.2.4. Optimiser l'implantation des outils digitaux pour garantir l'expérience client omni-canal.
- C3.2.5. Piloter la e-réputation et mettre en place les actions correctives.

Connaissance du marché

21 heures

- Distribution sélective en Mode, Luxe et Beauté
- Veille informationnelle et tendances
- Univers du Luxe et perspectives
- Responsabilité sociétale des entreprises

Connaissance des produits

56 heures

L'Univers de la Beauté (21 heures)

- Parfum : connaissance et pouvoir émotionnel, collections privées
- Soin et maquillage : techniques, conseil, positionnement
- Soins masculins, genderless...

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

Univers de la Mode (21 heures)

- Histoire et sociologie de la Mode
- Rythme des collections
- Matières et fabrication
- Conseil en image et silhouette
- Produits emblématiques du Luxe

Joaillerie et horlogerie (14 heures)

- Marques, signatures et valeurs
- Initiation à la gemmologie et aux mouvements
- Pouvoir émotionnel des bijoux

Marketing de luxe

83 heures

- Évolution des comportements consommateurs
- Multiculturalisme et typologies clients
- Tribus générationnelles
- Communication et visual merchandising
- Marketing digital, CRM et clientelling
- Analyse SWOT et plan d'actions
- Outils de mesure de la performance

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL MODE, LUXE, BEAUTE

460 heures

BLOC 4

Piloter la gestion budgétaire et opérationnelle d'un axe, rayon, espace ou secteur mode, Luxe, beauté (60 heures)

Compétences

- C4.1.1. Lire et comprendre les tableaux de bords de l'entité commerciale réalisés à partir d'indicateurs concrets et pertinents (marge, rentabilité, porte feuille produits, taux de transformation, indice de vente, indices de satisfaction...)
- C4.1.2. Construire le business plan de l'intitulé commercial mode, luxe, beauté.
- C4.1.3. Définir des préconisations argumentées pour atteindre la rentabilité et réduire les risques.
- C4.1.4. Analyser et suivre les KPIs, face au budgets initiaux. Etudier des écarts constatés.
- C4.1.5. Identifier des actions correctives dans le respect des dispositions légales et réglementaires.
- C4.2.1. Argumenter les réussites et les écarts lors d'un reporting auprès de la direction commerciale.
- C4.2.2. Affiner la stratégie initialement mise en place.

Gestion d'un point de vente

60 heures

- Indicateurs de performance et dynamisation des ventes (CA, TT, PM, PA, programme de fidélisation, enquêtes mystères...)
- Retail planning (animations, lancements, défilés)
- Gestion des stocks et logistique
- Lutte contre le vol et la démarque
- Principes de sécurité en joaillerie et horlogerie
- Notions de droit du travail
- Organisation du travail / équipe