PROGRAMME DE FORMATION

CONSEILLER DE VENTE OMNICANALE MODE ET BEAUTE

460 heures

1. PRESENTATION DE LA FORMATION

Programme de Formation CONSEILLER DE VENTE OMNICANALE MODE ET BEAUTÉ (460 heures)

Blocs de compétences	Heures
Bloc 1 Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale	200h
Bloc 2 Proposer et animer les services client en phygital	100h
Bloc 3 Gérer les opérations d'un espace de vente	100h
Transverse : Anglais + Soft skills	60h

2. PROGRAMME

BLOC 1 – RNCP38831BC01
Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale
200 heures

Objectif pédagogique : Développer une posture de conseiller capable de vendre, conseiller, fidéliser et performer dans un environnement omnicanal mode et beauté.

Module 1 : Connaissance marché & univers produits – 70 heures

La connaissance du marché : les client.es, les marques et la distribution

- Les attentes des client.es aujourd'hui
- Le retail mode et beauté (enseignes et marques)
- L'approche omnicanale et RSE
- La distribution sélective en Mode, premium et Luxe (Chiffres clefs, acteurs, marques, enseignes, sites web, omnicanalité)

L'Univers de la Mode

- L'approche historique et sociologique de la Mode, tendances actuelles
- La conception artistique et le rythme des collections
- Matières et procédés de fabrication (vêtement et maroquinerie)
- Mode éco-responsable et les enjeux de sourcing : mode durable et innovation / up-cycling
- La composition d'un look (mode – maroquinerie – accessoires).
- Les produits iconiques des marques de Luxe et les collab.

La connaissance des univers satellites :

- La signature des Maisons d'horlogerie et initiation aux mouvements
- L'initiation à la gemmologie et à la connaissance des pièces iconiques de joaillerie
- Maroquinerie et autres accessoires

Le langage du parfum pour tous.tes

- La connaissance des matières premières et la culture du parfum au service de la vente
- Le pouvoir émotionnel et le langage du parfum
- La découverte des leaders du marché, des nouveaux acteurs et des nouveautés
- Les services liés à la découverte olfactive : Le diagnostic olfactif / le bracelet parfumé / le Mix and Match / le layering
- Best-sellers et parfums iconiques

La connaissance du soin : le conseil expert des produits cosmétiques

- Le langage du soin au service des,client.es
- La connaissance des rituels de soins : hydratation et anti-âge
- Les spécificités :
  - Soins pour hommes
  - Soleil et la peau
  - Cheveux et les produits capillaires
  - Soins du corps
  - Le soin VEGAN
  - Les soins premiums
- Initiation à l'aromacologie et au bien-être
- L'animation des diagnostics soin

La connaissance du maquillage et des collections

- Le conseil des produits en lien avec les attentes des client.es
- Les nouvelles tendances
- L'application pour dynamiser les ventes

Les accessoires

- La connaissance des accessoires de mode et de beauté
- Les tendances
- La composition d'une silhouette
- L'art de recevoir et d'offrir (maison, cadeaux)

Le Marketing du luxe

- L'évolution des comportements des consommateurs
- Les tribus générationnelles
- Le trade marketing (animations, lancements, défilés…)
- Le Visual merchandising appliqué à l'univers premium et/ou luxe (théâtralisation des maisons)
- Le marketing digital : les réseaux sociaux, le CRM, le Clientelling…

Module 2 : Relation client & techniques de vente – 60 heures

- Relation client et storytelling
  - Évolution de la relation client
  - Storytelling
- La méthode de vente des 3 C :
  - Se Connecter (accroche audacieuse, rsmall talk, é-accroche personnalisée, gestion et adaptation multi clients, gestion de l'affluence en point de vente et en caisse)
  - Composer un rituel sur mesure (échange avec professionnalisme et simplicité, enchainement de manière personnalisée et audacieuse de la vente d'un rituel, proposition crosselling, up selling coffrets, offres commerciales, voyage dans les différents univers du point de vente
  - Créer un lien sur le long terme, argumenter les offres de fidélisation.
- L'animation de l'expérience client :
  - Animation des services
  - Achat local vs client international
  - Outils digitaux dans l'expérience client

- Vente omnicanale et international
  - Langage de l'expérience client en anglais
  - Techniques de conversation
  - Accueil des personnes en situation de handicap

Module 3 : Participer à la performance commerciale du point de vente – 40 heures

- Rôle du conseiller au sein de l'équipe
- Merchandising en distribution sélective
- Indicateurs de performance (CA, TT, PM, IV, PDM axe, NPS, etc.)
- Briefs commerciaux et réunions managériales
- Animation commerciale pour booster les résultats

Module 4 : Gérer et organiser le point de vente– 30 heures

- Tenue, merchandising et sécurité du point de vente
- Hygiène et propreté
- Gestion des plannings
- Approvisionnements et stocks
- Communication interne (mails, consignes)
- Prévention des pertes et démarque
- Notions de rentabilité
- Gestion des retours client.es

BLOC 2 – RNCP38831BC02
Proposer et animer les services client en phygital
100 heures

Objectif pédagogique : Être capable de proposer, vendre et animer des services créateurs de valeur.

Module 5 : Animation des services et expérience client – 40 heures

- Animation services (diagnostics, rituels…)
- Expérience sensorielle (parfum, soin…)
- Services premium (personnalisation, offres…)
- Vente de services

Module 6 : Animation des services digitaux et phygitaux – 20 heures

- Mise en œuvre des services omnicanaux (click & collect, call & collect, vidéo shopping)
- Animation des outils digitaux en point de vente
- Intégration du digital dans le parcours client
- Continuité de l'expérience entre point de vente et canaux et interactions à distance

Module 7 : SAV & satisfaction client– 20 heures

- Traitement des réclamations et des retours clients
- Gestion des insatisfactions et des situations sensibles
- Suivi de la satisfaction client (NPS, feedbacks)
- Contribution à la fidélisation post-achat

Module 8 : Inclusion et adaptation client – 20 heures

- Accueil des client.es en situation de handicap
- Adaptation de la posture commerciale selon les profils clients
- Prise en compte de la diversité culturelle et générationnelle
- Accessibilité des services et de l'expérience en point de vente

BLOC 3 – RNCP38831BC03
Effectuer les tâches courantes opérationnelles d'un espace spécialisé mode et beauté
100 heures

Objectif pédagogique : Assurer le bon fonctionnement, l'organisation et la conformité du point de vente.

Module 9 : Merchandising et tenue du point de vente – 30 heures

- Le merchandising
- Visual merchandising luxe
- Sécurité du point de vente
- L'hygiène et règles de propreté
- Mise à jour des prix

Module 10 : Gestion des stocks et logistique – 25 heures

- Réception, contrôle livraison
- Inventaires
- Rupture / suivi stock et communication
- Préparation Vente à distance

Module 11 : Encaissement et sécurité – 20 Heures

- Encaissement
- Prévention des pertes et vols (démarque)
- Notions de rentabilité du point de vente

Module 12 : Organisation et communication interne – 25 heures

- Organisation
- Planning
- Communication équipe
- Outils internes de communication (mails…) et respect des consignes

MODULE TRANSVERSE
Soft skills professionnels
60 heures

- Business English – 40 heures
- Soft Skills - 20 heures
  - La curiosité
  - L'excellence relationnelle
  - L'audace
  - Le sens du collectif
  - L'art de convaincre
  - La gestion des émotions
  - La positive attitude
  - Le Care
  - L'engagement