

Manager en marketing du luxe

RNCP26965 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/10/2021

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

ESGCV -75253547600143 · SIRET : 75253547600143

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
INST DEVELOPPEMENT ARTS APPLIQUES	78973074400040	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE MANAGEMENT ECOLE SUP GESTI	39039183700031	Former et organiser l'évaluation
PARIS SCHOOL OF TECHNOLOGY & BUSINESS - PSTB	81209558600036	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager en Marketing du Luxe exerce ses activités dans le cadre de la politique mercatique de l'entreprise. Il occupe une fonction clé, dans le développement des marchés et produits de l'entreprise, au sein de multinationales dans le secteur du luxe. Les domaines concernés sont principalement la mode, la joaillerie, l'horlogerie, les parfums, les vins et spiritueux, également la lunetterie, l'accessoirisation, l'art de la table, l'hôtellerie, les voyages, la gastronomie et les services.

La mission du Manager en Marketing du Luxe s'exerce sur le plan stratégique -intelligence conceptuelle- et opérationnel.

Il est chargé de détecter les opportunités de marchés à court, moyen et long terme pour l'entreprise, sur le marché domestique mais également dans un environnement international, complexe et réglementé. Il propose à la direction générale les orientations stratégiques et la politique de développement marketing d'un produit/service ou d'une gamme de produits selon son périmètre de responsabilité, à travers de nouveaux projets, clients ou partenaires.

Sur le plan opérationnel, il définit les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place, après analyse, évaluation des différentes composantes du marché et il pilote la mise en œuvre des projets de dimension marketing.

Le secteur du luxe étant extrêmement codifié, le Manager en Marketing du Luxe devra mener ses activités en tenant compte des caractéristiques du secteur, des exigences et du comportement de la clientèle. En effet, le principal apport du produit et surtout de sa marque, sera la reconnaissance de celui qui l'utilise car le consommateur s'identifie à la marque, voire se l'approprie tout comme il s'approprie son univers et ses valeurs.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

1/Piloter la veille et établir un diagnostic marketing

Piloter le développement du dispositif de veille économique et stratégique.

Analyser l'environnement de marché de l'entreprise, évaluer son positionnement en termes d'offre et d'avantages ou faiblesses concurrentiels.

Analyser la concurrence et établir un diagnostic marketing externe

Etablir et formaliser un diagnostic marketing interne

2/Définir la stratégie marketing et élaborer le plan marketing

Formaliser la stratégie marketing en fonction des recommandations retenues, en intégrant le positionnement historique de l'entreprise

Traduire la stratégie marketing en positionnement opérationnel

Déployer le mix marketing sur les marchés cibles

Définir, proposer et négocier les moyens et ressources à mobiliser.

3/Conduire la stratégie de gestion de la marque et de la communication

Conduire des stratégies de marques spécifiques au secteur du luxe.

Elaborer une stratégie de communication qui préserve et conforte la valeur et l'identité de la marque.

Définir et mettre en œuvre les différentes actions de communication et les moyens à mobiliser.

4/Conduire et piloter les projets opérationnels

Déployer le plan marketing et coordonner les actions des services: production, achats, commercial dans le respect des délais, des objectifs financiers et du budget

Mettre en place des partenariats avec des prestataires extérieurs, au niveau national ou international.

5/ Conduire la stratégie de distribution et de merchandising

Elaborer la stratégie de distribution.

Sélection des distributeurs partenaires et mise en place les modalités contractuelles de collaboration.

Définir, concevoir et déployer une stratégie de merchandising.

Contrôler et veiller à la qualité du service, de l'accueil de l'information et de formation des personnels afin de garantir et préserver l'image de la marque.

6/Manager les équipes et le département

Constituer les équipes en fonction des objectifs à atteindre et des moyens à mettre en œuvre.

Manager une équipe de collaborateurs ou de prestataires externes en mettant en place les moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs.

Blocs de compétences

RNCP26965BC01 — Piloter la veille et établir un diagnostic marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Piloter le développement du dispositif de veille.

- Analyser l'environnement de marché de l'entreprise

- Analyser

la concurrence, élaborer un diagnostic marketing

- Etablir et formaliser un diagnostic marketing interne

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle dans le cas d'une étude de cas, le candidat devra :

- Concevoir un système de veille stratégique précisant

les besoins d'information, la méthodologie de recherche Les sources et les outils de structuration des données

- Faire un diagnostic marketing

(Forces et faiblesses, positionnement, axes de développement possibles)

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.

RNCP26965BC02 — Manager les équipes et le département

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Constituer les équipes
- Manager des équipes de collaborateurs internes et de prestataires externes

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle

Jeu de rôle : les candidats simulent des situations managériales au cours desquelles ils doivent

identifier les compétences recherchées,

rédiger des fiches de poste, mener des entretiens de recrutement et d'évaluation, identifier les besoins de formation, superviser l'activité de prestataires externes et élaborer des outils de suivi et de contrôle.

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 6ème bloc de compétences.

RNCP26965BC03 — Conduire la stratégie de distribution et de merchandising

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Elaborer la stratégie de distribution.
- Sélection des distributeurs partenaires et contractualisation.
- Définir, concevoir

et déployer une stratégie de merchandising.

- Contrôler et veiller à la qualité du service

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle dans le cas d'un projet de merchandising le candidat devra

- imaginer toute la stratégie de merchandising d'une marque de luxe.

• Dans le cas d'une étude de cas sur une stratégie de marque, le candidat devra contractualiser avec un partenaire et choisir :

- Les lieux et

zones géographiques d'implantation adaptés

- les types de partenariat en tenant compte des contraintes juridiques

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 5ème bloc de compétences.

RNCP26965BC04 — Définir la stratégie marketing et élaborer le plan marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Formaliser la stratégie marketing
- Traduire la stratégie marketing en positionnement opérationnel
- Déployer le mix marketing sur les marchés cibles
- Définir, proposer et négocier les moyens et ressources

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle dans le cas d'une étude de cas, le candidat devra :

- Faire une recommandation d'une action marketing comportant la définition du marketing mix, les moyens financiers, humains, logistique et le planning de déploiement des actions

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences.

RNCP26965BC05 — Conduire la stratégie de gestion de la marque et de la communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Conduire des stratégies de marques
- Elaborer une stratégie de communication
- Définir et mettre en œuvre

différentes actions de communication.

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle dans le cas d'un projet de merchandising, le candidat devra :

- Concevoir un plan de communication et mettre en œuvre la stratégie de communication dans le respect du cahier des charges de la marque
- Rédiger un communiqué de presse

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 3ème

bloc de compétences

RNCP26965BC06 — Conduire et piloter les projets opérationnels

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Déployer et coordonner le plan marketing et coordonner les actions des services
- Mettre en place des partenariats avec des prestataires extérieurs (national ou international)

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle dans le cadre d'une simulation de création d'une offre produit (objectifs, moyens, retro planning, budget prévisionnel)

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 4ème

bloc de compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager en Marketing du Luxe exerce dans les entreprises présentes sur le marché et l'industrie du Luxe comme celui de la mode, la joaillerie, l'horlogerie, les parfums, les vins et spiritueux, également la lunetterie, l'accessoirisation, l'art de la table, l'hôtellerie, les voyages, la gastronomie et les services. Généralement ce sont de moyennes et grandes entreprises nationales et internationales implantées en France ou à l'étranger. Il peut aussi travailler dans des sociétés de conseil ou en agence de communication ou d'évènementiel.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Brand manager; Chef(fe) de produits; Chef(fe) de projet Marketing; Chef(fe) de projet Communication; Chef(fe) de projet digital Marketing; Client Services Manager; Chef(fe) de rayon, Chef(fe) de Publicité; Responsable trade marketing; Consultante Marketing; Coordinateru/trice marketing –ventes; Responsable merchandising; Responsable des ventes; Responsable Marketing; Responsable communication; category manager;

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)

Faible (2/5)

Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.

Facteurs principaux

Manque de main-d'œuvre disponible

Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En apprentissage ou contrat de professionnalisation : Coursus en 3 ans* :

- Être titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...),
- Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

v Coursus en 2 ans :

- Être titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou et avoir validé 60 crédits ECTS ; - Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;

v Coursus en 1 an :

- Être titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, - Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;

En formation professionnelle :

- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

ET : o Être titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 24 mois, OU o Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 4, d'un bac et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 36 mois,

Dérogations spécifiques :

Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...). Ce dispositif de valorisation des acquis se rapprocherait d'une VAE Mixte.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de MBA ESG

Le jury est composé de 5 personnes :

- Le Président du jury, représentant des professions Employeurs
- D'un représentant en activité des professions Salariés
- Du directeur ou son représentant

- Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, VAE

Le Président du

jury est un professionnel nommé par le directeur de MBA ESG Le jury est composé de 5 personnes

:

- Le Président du jury, représentant des professions Employeurs
- D'un

représentant

en activité des professions Salariés

- Du directeur ou son représentant
- Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Parmi les membres du jury,

40 % sont représentants des

Salariés

et des

Employeurs

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le Président du

jury est un professionnel nommé par le directeur de MBA ESG

Le jury est composé de 5

personnes

:

- Le Président du jury, représentant des professions Employeurs
- D'un

représentant

en activité des professions Salariés

- Du directeur ou son représentant
- Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Parmi les membres du jury,

40 % sont représentants des

Salariés

et des

Employeurs

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le Président du

jury est un professionnel nommé par le directeur de MBA ESG Le jury est composé de 5 personnes

:

- Le Président du jury, représentant des professions Employeurs
- D'un

représentant

en activité des professions Salariés

- Du directeur ou son représentant •Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Parmi les membres du jury,

40 % sont représentants des

Salariés

et des

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/10/2021

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP36015

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/26965/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	3
Montant total engagé	4 005 €
Coût moyen par dossier	1 335 €
Durée moyenne	30 h
Période	02/2020 – 10/2020
France compétences	93 %
Reste à charge titulaire	7 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.