

Manager marketing et commercial en produits de luxe

RNCP32044 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312m
Code(s) ROME	M1705, E1103, D1406, D1301
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/01/2022

Certificateur(s)

EDC Paris - Business School

<http://www.edcparis.edu>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le ou la titulaire de la certification « Manager Marketing et Commercial en produits de luxe » a pour mission d'intégrer la conception (marketing), la communication et la mise en scène (marchandisage) d'un produit ou d'une marque de luxe.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A - Etablir un plan marketing et commercial, activer sa mise en œuvre opérationnelle dans le secteur du Luxe

B - Concevoir puis mettre en œuvre un plan de communication et le marchandisage d'un produit ou d'un service de luxe

C - Développer la rentabilité financière d'une structure de vente de produits ou de services de luxe ou le volume d'affaires d'une marque de luxe

D - Manager les équipes et l'environnement dans le secteur du luxe

E - Intégrer et mettre en œuvre l'ensemble des processus marketing et commerciaux des produits et services du luxe

Blocs de compétences

RNCP32044BC01 — Etablir un plan marketing et commercial, activer sa mise en œuvre dans le secteur du Luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif et modalités d'évaluation :

- ü Caractériser la stratégie marketing d'une marque ou d'une entreprise en maîtrisant les outils du diagnostic stratégique
- ü Concevoir un plan marketing multicanal opérationnel comportant une partie digitale
- ü Analyser les parts de marché, volumes de ventes, marges bénéficiaire en utilisant la statistique, l'analyse de données et la segmentation des clientèles
- ü Réaliser des études de marché en analysant les besoins des clients et les caractéristiques produits de la concurrence
- ü

Analyser les caractéristiques d'un nouveau produit en prenant en compte les aspects arts et culture spécifique au secteur du luxe

ü

Etablir le Budget d'un plan marketing associé à une marque ou à un produit de luxe en maîtrisant les techniques de planification financière

- Analyse de l'environnement socioéconomique global de la marque
- Evolution des Parts de marchés et autres métriques du benchmark[1]
- Impact de la globalisation et du digital sur l'évolution de la marque

Evaluation : présentation orale devant un jury composé d'intervenants professionnels spécialistes du secteur Luxe.

Production d'un document écrit de 15 à 25 pages hors annexe.

Sur la base d'un cas fourni par le certificateur, chaque participant est chargé d'analyser le processus de développement d'une marque de luxe à l'international.

Contenu du cas :

- Etude de marché et de la concurrence
- Budget plan marketing opérationnel
- Planification pluriannuelle

L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'un rendu écrit.

Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

- -----

[1]

Le benchmark est constitué par les entreprises ou marques appartenant au même groupe stratégique

RNCP32044BC02 — Manager les équipes et l'environnement dans le secteur du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif et modalités d'évaluation :

ü

Décrypter les objectifs d'une politique RH en analysant chaque processus : recrutement, évaluation des collaborateurs, organisation et répartition des tâches, formation et développement des ressources humaines

ü

Mesurer l'adéquation d'un plan de formation aux objectifs poursuivis par l'entreprise

ü

Analyser la politique de rémunération de l'entreprise en mobilisant les principales théories de la motivation : pyramide de Maslow, Motivation intrinsèque et extrinsèque, ...

Sur la base d'un cas fourni par le certificateur qui propose une mise en situation simulée autour de 3 thématiques :

- Management d'une force vente
- Organisation, répartition et coordination des tâches
- Gestion et motivation des hommes

L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'une présentation orale devant un jury de professionnels du luxe.

Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

RNCP32044BC03 — Développer la rentabilité commerciale d'une unité de vente de produits, de services ou d'une marque de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif et modalités d'évaluation :

ü

Analyser la performance commerciale à travers des indicateurs de suivi financier

ü

Analyser et caractériser le dispositif de suivi commercial d'une entreprise, d'une marque ou d'une gamme de produits de luxe

ü

Interpréter le schéma organisationnel, la répartition et la coordination des tâches d'une entité commerciale

ü

Appréhender la gestion administrative et commerciale d'une surface de vente exclusive ou sélective

ü

Analyser les termes d'un contrat d'achat et les conditions générales de vente d'un produit de luxe en mobilisant les

éléments de base du droit commerciale

ü

Diagnostiquer les forces et faiblesses d'une chaîne d'approvisionnement client – fournisseur complète en intégrant :

- Les spécificités liées aux produits de luxe : haute valeur transportée, fragilité des colis...
- Les contraintes de la chaîne logistique

Objectifs : -vérifier que les connaissances de base en finances et indicateurs de la performance commerciale sont maîtrisées.

• Vérifier que les connaissances de base en protection de la propriété intellectuelle et artistique les éléments de base du droit commercial et du droit des contrats.

A partir de leur vécu professionnel, chacun doit établir un document d'observation et d'analyse sur les pratiques visant à mesurer et améliorer la performance commerciale d'une marque ou d'un produit de luxe.

A partir de leur vécu professionnel, chacun doit établir un document d'observation et d'analyse sur les pratiques de l'entreprise en matière de gestion des clients et des fournisseurs.

Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

RNCP32044BC04 — Intégrer et mettre en œuvre l'ensemble des processus marketing et commerciaux des produits et services du luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif et modalités d'évaluation :

ü

Analyser les forces et faiblesses d'une organisation commerciale en intégrant les contraintes opérationnelles et sociales

ü

Concevoir une batterie d'indicateurs de performance pour une équipe commerciale

ü

Prendre la parole en public en optimisant l'impact produit sur l'auditoire

L'objectif est de produire un mémoire de synthèse de 50 pages hors annexe devant intégrer les 5 aspects majeurs de la certification :

1. Le marketing opérationnel d'un produit de luxe

2.

La communication autour de l'actif d'une marque de luxe

3.

La rentabilité commerciale d'une unité de vente de produits de luxe

4.

La communication et le merchandising de produits de luxe

5.

Le management des équipes de vente dans le secteur du luxe

Une soutenance orale est prévue devant un jury de professionnels. Le sujet fil rouge doit être distinct des sujets choisis pour les cas réels.

Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

RNCP32044BC05 — Concevoir puis mettre en œuvre un plan de communication et le merchandising d'un produit ou d'un service de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif et modalités d'évaluation :

? Identifier les points forts et les faiblesses dans la communication d'une marque de luxe en analysant : l'identité de la marque, l'empreinte stylistique, la mise en scène produit, les supports de communication, la cohérence d'ensemble

? Développer une analyse critique concernant : le conditionnement d'un produit de luxe, les supports de communication associés à une marque de luxe, la mise en scène produit sur un salon professionnel

? Mettre en scène un produit de luxe sur un lieu de vente en faisant appel au cinq sens et en respectant l'identité de la marque

? Agencer un espace de vente en utilisant les techniques de merchandising spécifiques aux produits de luxe

? Concevoir une animation promotionnelle sur un lieu de vente en s'adressant à une clientèle haut de gamme

- Etude de l'image de la marque
- Analyse d'un plan de communication

- Recommandations pour le merchandising
 - Animation promotionnelle autour d'un produit de luxe
- L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'un rendu écrit.
Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS
Les secteurs d'activité visés par la certification sont : la haute couture, la mode ou les accessoires de mode, la joaillerie, l'horlogerie, les parfums, les vins et spiritueux, la lunetterie, l'art de la table, l'hôtellerie haut de gamme, l'organisation de voyages exclusifs, la gastronomie et par extension les produits ou marques haut de gamme dans d'autres secteurs.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES
Chef(fe) de marque ou chef de produits de luxe
Chargé(e) de mission ou de projet marketing dans le secteur du luxe
Responsable Marketing dans le secteur du luxe
Directeur(trice) marketing en produits de luxe
Directeur(trice) d'une entité de vente de produits de luxe

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
aucune

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 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 786 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	20 174
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE

7 personnes composent le jury

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 80%

Actuellement,

Président du jury : dirigeant ou cadre dirigeant du secteur du luxe.

50% des membres du jury sont issus du collège des cadres et employés.

50% des membres du jury sont issus du collèges des cadres dirigeants et dirigeants (dont le Directeur Général du Groupe EDC Paris).

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Polynésie française

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/01/2022

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP32218

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32044/>