

Retail manager mode et beauté

RNCP35745 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312m, 336w
Formacode(s)	34588
Code(s) ROME	D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2024

Certificateur(s)

FB FORMATION · SIRET : 45281376900026

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
CAMPUS ACADEMY ANGERS	79874596400030	Former
CAMPUS D'ENSEIGNEMENT SUPERIEURE PRIVE DE BREST	81398319400016	Former
ECOLE SUPERIEUR DES SERVICES	41811390800036	Former
OPEN CAMPUS DE CAEN	91900697300029	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur d'activité RETAIL Mode & beauté comprend des marques et des enseignes :

- La distribution sélective (enseignes de parfumerie : SEPHORA, NOCIBE, MARIONNAUD, UNE HEURE POUR SOI, BEAUTY SUCCESS, PASSION BEAUTE)
- Les grands Magasins (BON MARCHE, BHV, LA SAMARITAINE, LE PRINTEMPS, LES GALERIES LAFAYETTE)
- Les boutiques dédiées des Maisons de luxe (LOUIS VUITTON, GUERLAIN, DIOR, CHANEL...)
- Les boutiques, corners, en gestion directe ou en franchise des enseignes Mode, (SANDRO, THE KOOPLES, ZADIG & VOLTAIRE...)
- beauté (ADOPT, RITUALS...)
- make up (KIKO, NYX...)

ACTIVITÉS VISÉES

Le retail manager mode & beauté dirige une équipe et coordonne un axe, une marque dans un point de vente, un corner de grands magasins, un secteur géographique pour mettre en place toutes les actions nécessaires afin de garantir la satisfaction client et atteindre les objectifs commerciaux dans les univers mode, beauté, accessoires et luxe.

Le retail manager mode & beauté

est chargé de gérer les actions qui influencent directement le recrutement des clients et assurent leur satisfaction afin

de les fidéliser à l'enseigne et/ou la maison.

Le retail manager mode & beauté travaille au cœur de l'équipe des ventes et supervise tous les détails au jour le jour. Le travail du retail manager mode & beauté est complexe en raison de l'évolution du métier qui devient omnicanal, de la forte valeur ajoutée des produits et de l'exigence croissante des clients. Il doit donc agir pour unifier tous les canaux de vente.

En résumé :-

- Il gère l'activité globale.
- Il développe le chiffre d'affaire de l'axe
- Il optimise les résultats dans le respect des objectifs qualitatifs et quantitatifs de la marque ou de l'enseigne
- Il est l'ambassadeur de la maison, de la marque et de ses valeurs et de son histoire
- Il est le référent de son équipe et l'invite à développer l'excellence.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le retail manager mode & beauté de point de vente dans les univers BEAUTE & MODE est avant tout responsable de la vente, de l'animation commerciale et de la formation d'une équipe dans une marque ou dans une enseigne.

Le retail manager mode & beauté assure les résultats commerciaux et la rentabilité de son magasin (ou axe) dans le respect de la politique commerciale, de la qualité de la relation clients, de la fidélisation et de l'image de la Marque Enseigne.

Dans un univers très concurrentiel et/ou le client est de plus en plus cross canal, les fonctions qui lui sont confiées sont évolutives d'années en année :

Missions principales : PILOTAGE COMMERCIAL Fixation des objectifs

- Porte, communique les décisions d'entreprise et accompagne le changement en s'assurant de la bonne compréhension et application
- Fixe les objectifs individuels et collectifs à son équipe en cohérence avec la stratégie commerciale et les budgets définis chaque année
- Analyse des tableaux de bord et construit le budget en fonction du plan marketing et commercial
- Analyse et suit les résultats commerciaux et la rentabilité de son magasin en pilotant l'ensemble des indicateurs de vente (écart palier, T.T, P.M, P.A, ...)

Animation des ventes

- Anime et mobilise l'équipe au quotidien sur les objectifs commerciaux en informant, en accompagnant et en contrôlant son équipe
- Délègue à son adjointe ou à son équipe les séquences d'animation des ventes, les accompagne et réalise les feed backs.

Suivi des Ventes

- Alterne une présence quotidienne en back office et sur la surface de vente, il participe activement à la réalisation des objectifs en respectant l'« expérience client » de la marque ou de l'enseigne

` Contrôle

- Pilote au quotidien la réalisation des objectifs en s'appuyant sur les outils d'animation des ventes et définit les plans d'actions correspondants
- Pilote le développement du CA par axe défini dans le cadre du budget du magasin et des objectifs marques
- Reporte à son DR ou responsable de réseau de boutiques, les résultats de performance commerciale de son magasin
- Contrôle les ventes en magasin (écoutes de vente)
- Contrôle et fait évoluer le merchandising

Communication

- Echange régulièrement avec son DR : DM sur l'activité de son magasin et son équipe
- Est l'interface privilégiée des services du siège et relaie l'information auprès de son équipe
- Remonte vers le N+1 les informations concernant sa zone de chalandise (concurrence, association de commerçants...)
- Peut représenter l'entreprise auprès des différentes instances administratives locales (inspection du travail, médecine du travail, services de sécurité, DGCCRF, mairie...).

MANAGEMENT DE L'EQUIPE

- Organise le travail en optimisant les plannings (trafic client, plan de charge et tâches fonctionnelles) pour garantir la prise en charge du client et le C.A du magasin en respectant les budgets d'heures
- Communique et informe son équipe à travers des réunions mensuelles, RDV hebdomadaire, briefings journaliers

- Recrute et intègre l'équipe de son magasin avec l'aide du DR (validation) et du service Recrutement (sourcing)
- Gère les décisions de gestion du personnel notamment en matière de droit disciplinaire et social en étroite collaboration avec le DR et le service du personnel
- Délègue à son adjoint des missions opérationnelles et l'animation de l'équipe en lui fixant les objectifs et en le contrôlant
- Évalue, accompagne et développe les compétences de ses collaborateurs en s'appuyant sur les entretiens de performances annuels, les formations et les « feed back » constructifs régulier
- Identifie les potentiels de son équipe et accompagne leurs souhaits d'évolution
- Gère les conflits susceptibles d'intervenir au sein de l'équip
- Met en place toutes les actions visant la cohésion et la convivialité au sein de l'équipe

ORGANISATION DU MAGASIN, ESPACE, CORNER Tenue du point de vente / sécurité

- Communique, participe et contrôle le respect des process et procédures (merchandising, opérations promotionnelles, planning) magasin
- Communique et fait appliquer les règles du jeu, consignes et procédures de sécurité de l'entreprise
- Elabore des plans d'actions adaptés à la lutte contre la démarque inconnue, informe et contrôle la mise en œuvre par son équipe
- Respecte et fait respecter les règles de présentation (tenue, badge, maquillage soigné...)
- Gère et contrôle les flux financiers

Approvisionnement et gestion opérationnelle

- Vérifie la disponibilité des produits et réalise les commandes et précommandes auprès du service approvisionnement
- Edite, contrôle et valide les mouvements de marchandises (livraisons, transferts...) les stocks lors des inventaires tournants
- Résout les problèmes quotidiens du magasin en collaboration avec les services du siège (approvisionnement, personnel, maintenance...)

Blocs de compétences

RNCP35745BC01 — Analyser la stratégie retail des marques et des enseignes Mode & beauté et construire des plans d'actions

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1.1.1. Identifier la stratégie de l'enseigne ou de la marque.
- C1.1.2. Assurer une veille concurrentielle des univers mode & beauté en France et à l'international.
- C1.1.3. Cartographier les grandes tendances sociétales et les grandes mutations dans les univers Mode & beauté et leurs impacts sur la marque/enseigne.
- C1.1.4. Recueillir les avis, positions, analyses des interlocuteurs internes et externes (clients, fournisseurs, experts, institutionnels, bureaux de styles et de tendances, influenceuses mode & beauté, équipes).
- C1.1.5. Diagnostiquer l'enseigne, le point de vente en tenant compte du plan d'action marketing opérationnel et des objectifs commerciaux.
- C1.1.6. Réaliser le diagnostic externe du point de vente : identifier les opportunités et menaces de l'environnement et du marché des univers mode & beauté.
- C1.1.7. Réaliser le diagnostic interne du point de vente : identifier les forces et faiblesses du point de vente d'un point de vue commercial, humain, managérial et financier.
- C1.1.8. Réaliser la synthèse du diagnostic.
- C1.2.1. Construire un plan d'actions adapté pour le déployer en point de vente intégrant des éléments clefs réalistes (objectifs, actions, moyens, plannings).
- C1.2.2. Définir les indicateurs clef de mesure de la performance du plan d'actions.
- C1.2.3. Recueillir et analyser les données des indicateurs au quotidien.
- C1.2.4. Proposer des actions correctives réalistes et mesurables à mener avec l'équipe.
- C1.2.5. Identifier des pistes d'amélioration stratégique pour développer l'activité commerciale.
- C1.2.6. Argumenter à la direction commerciale de l'enseigne/marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

ETUDE DE CAS : Diagnostic stratégique marques & enseignes mode & beauté : construire et argumenter auprès d'un N+1 une solution et/ou projet innovant. A partir d'un cas d'entreprise fourni par le certificateur comprenant la

présentation du réseau de distribution international et du détail d'un point de vente en France, des données sectorielles... il est demandé aux candidats regroupés par équipe de 4 de s'appuyer sur les données transmises dans le cas, complété par des recherches documentaires, interviews et visites de réaliser un diagnostic complet de l'entreprise. La démarche d'analyse, les recommandations, préconisations, alertes, leviers de croissance... sont formalisés dans une note de synthèse. Les candidat.es soutiennent leur analyse et plan d'actions lors d'un oral partagé en mode PITCH structuré devant un jury composé à 70 % de professionnels. (15 mn Maxi.) Le jury joue le rôle du N+1.

RNCP35745BC02 — Gérer et animer une équipe retail Mode & beauté et chacun de ses collaborateurs

LISTE DE 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. Mettre en œuvre les outils d'inventaire de personnalité pour identifier atouts et axes d'améliorations comportementales.

C2.2.2. Adapter son style de management aux collaborateurs 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 & beauté et créer des interactions positives et efficaces avec ses collaborateurs.

C2.3.4. Donner du sens aux décisions et à l'action.

C2.4.1.

Appliquer les principes du management responsable, adopter et favoriser une attitude positive

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 & 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. Mobiliser les techniques managériales adaptées pour construire une équipe performante : recruter et intégrer un nouveau collaborateur.

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.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre managériale individuelle : Animer une écoute de vente sur le « floor » (point de vente ouvert) Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité des univers mode & beauté, le candidat écoute une situation de vente en point de vente en direct entre un

collaborateur de l'équipe conseiller de vente (joué par un autre candidat) et un.e client.e (joué par un des membres du jury) en français ou en anglais.

Le candidat présente au collaborateur l'écoute de vente, procède au debrief constructif « à chaud » avec le conseiller de vente, en français devant le jury. Il obtient des engagements du conseiller de vente.

Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre managériale d'équipe (en back office /point de vente fermé). Exemples de type de rencontre :-

morning brief-

réunion d'équipe-

réunion de prise ou reprise d'équipe-

réunion de lancement d'animation commerciale de marque ou de produits majeur-

réunion concernant un changement des conditions sociales de travail-

Gestion d'un conflit d'équipe/recadrage Lors d'un oral (30 mn maxi.) devant un jury composé de professionnels en activité des univers mode & beauté, le candidat.e anime avec son équipe une rencontre managériale. Une partie des professionnels jouera le rôle des collaborateurs. L'équipe pédagogique communique 1 mois avant les épreuves le type de rencontre retenu. Le jury est composé à 70 % de professionnels en activité dans les univers mode & beauté.

RNCP35745BC03 — Déployer des plans d'action commerciale et enrichir l'expérience client tant française que internationale en lien avec la stratégie de l'enseigne et/ou de la marque

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1.1. A partir de la stratégie de l'enseigne et du diagnostic effectué, définir un plan d'actions

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,ancements) 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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

MEMOIRE et soutenance : à partir d'une situation professionnelle réelle issue d'une activité professionnelle récente, le candidat présente une problématique managériale retail d'un axe, rayon, espace, corner mode & beauté d'une marque ou enseigne. Un dossier mémoire écrit (30 pages maxi hors annexe) (comprenant un diagnostic de l'enseigne/marque, une analyse structurée à 360 degrés du point de vente, un plan d'actions opérationnel mené avec l'équipe pour développer/optimiser l'expérience client et dynamiser le CA...) est remis 1 mois avant la soutenance de 30 mn (présentation et échange) devant un jury composé à 70 % minimum de manager en activité dans les univers mode & beauté.

Les conclusions et recommandations du candidat sont également formalisées dans une note de synthèse (1 page) à l'attention du jury.

RNCP35745BC04 — Piloter la gestion budgétaire d'un axe, rayon, espace ou secteur mode & beauté

LISTE DE 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 des ventes, indices de satisfactions...)

C4.1.2. Construire le business plan de l'intitulé commerciale mode & 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 d'actions correctives.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

ETUDE DE CAS individuelle : Pilotage chiffrée d'un axe mode ou beauté. Dans le cadre d'une étude de cas (2 heures) fournie aux candidats, (plan marketing opérationnel, budget, effectifs...) définition des actions à mettre en place sur une période donnée (année, mois, jour). Le candidat rend compte de sa réflexion, dans un rapport écrit, sous forme de tableau de bord et de pilotage renseigné sur la période exigée rédigé à l'attention de son N+1.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Distribution sélective, marques et enseignes

magasins spécialisés (Luxe, mode, accessoires et beauté) :

Au sein de marques et enseignes appartenant à de grands groupes internationaux :

- L'OREAL (LANCOME, ARMANI, YVES SAINT LAURENT, VIKTOR & ROLF...)-

LVMH (DIOR, GIVENCHY, KENZO, GUERLAIN, CELINE, LOUIS VUITTON, CHAUMET, FRED, TAGHEUER...)-

PUIG (NINA RICCI, JEAN PAUL GAULTIER, PACO RABANE)-

KERING (GUCCI, POMELATO, SAINT LAURENT, ALEXANDER MAC QUEEN, BOUCHERON, STELLA MAC CARNEY, BALANCIAGA...)-

RICHEMONT (CARTIER, ROLEX, BAUME MERCIER, VAN CLEEF, PIAGET, MONT BLANC...)

Au sein des enseignes de la parfumerie sélective :

Aujourd'hui le marché est composé des enseignes et groupements suivants : (soit environ 2000 points de vente)

SEPHORA

NOCIBE

MARIONNAUD

UNE HEURE POUR SOI

BEAUTY SUCCESS

PASSION BEAUTE

Au sein des magasins spécialisés

de la mode : Magasins Mode premium :DE FURSAC, THE KOOPLES, ZADIG & VOLTAIRE, SANDRO...Grands

magasins Parisiens :LE BON MARCHE RIVE GAUCHE, LE PRINTEMPS, LES GALERIES LAFAYETTE, LA

SAMARITAINE (en cours)Autres magasins beauté et make up :RITUALS, NYX, KIKO, ADOPT...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Retail manager mode & beauté

Manager de rayon, Manager d'axe

Directeur adjoint boutique

Responsable commercial.e

Chef de secteur mode ou beauté

Manager coach beauté

Animateur de floor

Client advisor expert

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

Dans le cadre d'un parcours en alternance : Être titulaire d'une certification inscrite au RNCP niveau 5 (type BTS ou DUT) ou posséder une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans une activité en cohérence avec la certification.

Dans le cadre d'un parcours scolaire :- Être titulaire du Bac, niveau 4 pour une entrée en première année ;

- Avoir réalisé une année d'étude après le Bac pour une entrée en deuxième année
- Être titulaire d'une certification inscrite au RNCP niveau 5 (type BTS ou DUT) pour une entrée en troisième année, année de la certification ou posséder une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans une activité en cohérence avec la certification.

Conditions d'admission :-

Dossier de candidature (lettre exposant motivations, photocopies des bulletins scolaires en cours et année antérieure et copies des diplômes obtenus)

- Entretien de recrutement mené par le centre de formation-

Entretien de sélection mené par les marques partenaires en retenant les candidats en fonction du brief de la marque et ou de l'enseigne et des souhaits des jeunes dans le cadre de la formation en alternance. (mises en places d'assessments).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

7 personnes :

- 2 personnes d'EMA SUP
- 5 professionnels en activité

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

7 personnes :

- 2 personnes d'EMA SUP
- 5 professionnels en activité

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 910 €
Selon la branche	7 500 € – 8 225 €
Prise en charge	Branches concernées
7 910 €	Valeur par défaut · 211 branches
8 225 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	37	0	94 %	—
2019	42	0	98 %	72 %
2018	39	0	97 %	76 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26242

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39612

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://emasup.com/retailmanagermodebeaute/referentiel2021/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35745/>