

Conseiller de vente omnicanale de point de vente spécialisé mode et beauté

RNCP35759 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 4
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34502
Code(s) ROME	D1501
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

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ECOLE SUPERIEUR DES SERVICES	41811390800036	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur professionnel Mode & beauté en France 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 MARCHÉ, 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...)

Le marché Mode & beauté aujourd'hui :

- Marché international influencé par les réseaux sociaux
- Consommateur averti, parfois expert, impatient, attentif au respect de ses valeurs (écologie...)
- Accélération des tendances avec la crise sanitaire
- Vente omnicanale avec l'essor du digital
- La clientèle LUXE voyage de plus en plus (pré-covid)
- 1/3 de la cliente du luxe est désormais asiatique.

La réponse des Maisons et enseignes :

- Développement des boutiques dédiées
- Premiumisation de certaines maisons et intégration de collaborations artistiques

- Les fichiers des Maisons de luxe sont mutualisés à l'international
- Développement des services, diagnostic digitaux, clic & collect associant la complémentarité physique et virtuelle
- Attention particulière à proposer une expérience cliente unique et signée (cérémonie de vente)
- Orientation de l'offre désormais globale mode et beauté ou silhouette complète -

La mise en application d'une politique RSE clairement identifiée.

Les exigences du secteur professionnel mode & beauté :

Les exigences de qualité dans l'accueil du client et dans l'accompagnement de la vente sont très importantes pour les produits haut de gamme. La dimension plus ou moins technique des produits vendus interfère également dans les exigences des compétences requises.

La maîtrise d'une ou plusieurs langues étrangères est un atout dans certains magasins où la clientèle touristique est importante et représente parfois plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Certains conseillers de vente

omnicanale s'occupent spécifiquement de clientèle haut de gamme et interviennent sur l'ensemble des prestations proposées par le magasin.

Ils travaillent sur rendez-vous et proposent un service adapté à cette clientèle (sélection de produits, essayage dans un espace particulier...).

Ce service a été développé ses derniers mois au regard de la situation sanitaire et d'une distribution de plus en plus omnicanale.

La spécificité actuelle de la distribution omnicanale

L'omnicanal est une stratégie de distribution et de vente de produits qui utilise différents canaux, tant digitaux que réels, de manière totalement interconnectée.

Quels que soient les points de contact de la marque, les clients peuvent commencer leur parcours d'achat à un point A et le terminer à un point B, C ou D de manière fluide et transparente.

L'omnicanal s'adapte à la mobilité croissante des utilisateurs et à l'utilisation toujours plus grande des outils de messagerie et des médias sociaux. L'interconnexion entre tous les points de contact favorise également le partage de données personnelles et a vu émerger de nouveaux concepts comme la digitalisation du point de vente, le magasin connecté ou le vendeur augmenté. Cette tendance a été initiée avant la crise sanitaire de 2020. Le COVID a été facteur d'accélérateur de tendances et tous les spécialistes s'accordent à dire que la personnalisation des offres sur mesure et l'optimisation du parcours client perdureront et continueront à se développer par la présence irrévocable d'experts de la relation client omnicanale.

ACTIVITÉS VISÉES

Le conseiller de vente omnicanale accueille la clientèle en magasin, corner, pop-up..., prend connaissance de sa demande et accompagne la vente en la conseillant pour le choix d'un produit et d'un service adapté.

Il fait des propositions de produits complémentaires ou de substitution et conclut la vente par l'encaissement et l'invitation à revenir.

Il veille également à la présentation de son rayon en respectant les directives du visual merchandiser.

Il fidélise les clients par la qualité de son accueil, de la tenue de son rayon et de ses conseils personnalisés ainsi que par sa pertinence à gérer et agir pro-activement sur le fichier clients (clientelling).

Le parcours client n'est plus centré sur un canal en particulier. Les consommateurs achètent indifféremment dans un magasin, via un site e-commerce, un client advisor itinérant, à l'aide de leurs smartphones ou encore dans des magasins éphémères.

Le conseiller de vente omnicanale utilise des technologies qui ne cessent d'évoluer et viennent enrichir la relation client.

Les retailers soucieux de piloter leurs points de vente depuis un outil unique comptent sur une équipe de conseiller de vente omnicanale attentive à partager cette approche Customer Centric et relever de nouveaux challenges.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Développement et gestion de la relation client :

Accueillir le client en créant une relation de confiance, découvrir ses attentes, le renseigner, l'orienter, l'accompagner dans l'espace de vente

Repérer le parcours client pour identifier les opportunités de vente de biens et services

Appliquer une approche adaptée au parcours client dans un environnement digital

Promouvoir les offres commerciales, les services et le programme de fidélisation client

Mettre à disposition les commandes clients

Traiter les réclamations des clients

Prendre congé du client.

Conseiller et vendre :

S'adapter au flux calme ou dense pour personnaliser la prise de contact avec un client demandeur ou autonome

Identifier les besoins, conseiller et vendre des produits et services

dans un environnement omnicanal

Proposer et vendre des produits et services complémentaires en points de vente comme à distance

Animer les services en points de vente ou à distance (par exemple : effectuer des maquillages flash ou des soins de beauté sur rendez-vous, épingleur pour une retouche, gestion du SAV, vidéo consultation, l'art d'offrir...)

Gérer et suivre les commandes spéciales du client.

Participer à l'encaissement.

Organisation de la surface de vente :

Préparer et mettre les produits en rayon, dans le linéaires, en vitrine

Présenter et mettre en valeur les produits sur l'espace de vente selon les règles du merchandising

Assurer le maintien de la bonne tenue de la surface de vente

Participer aux animations et opérations commerciales

Appliquer les règles de sécurisation des produits et de démarque inconnue

Appliquer des règles d'hygiène et de sécurité.

Activités spécifiques :

Participer à la réalisation des inventaires et à la gestion des stocks

Participer au suivi des indicateurs de performance commerciale du point de vente

Participer au rangement de la réserve spécifique au rayon en charge et gérer les livraisons

Proposer des commandes à son responsable

Accueillir les représentants des marques et écouter leurs explications sur les nouveaux produits

Aller chercher la marchandise en réserve et assurer les réassorts.

Blocs de compétences

RNCP35759BC01 — Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale mode et beauté

LISTE DE COMPÉTENCES

- Accueillir une clientèle exigeante, avertie et multiculturelle (parfois autonome) et réussir une prise de contact personnalisée en français et/ou en anglais
- Effectuer une découverte complète et professionnelle des besoins en restant « centré client » de l'accueil à la prise de congé, en utilisant l'échange, les outils de CRM et de data collectée.
- Ecouter activement, échanger, reformuler, argumenter et convaincre de façon personnalisée en français comme en anglais-

Répondre aux objections, conclure la vente au moment opportun et donner des perspectives d'achats

- S'adapter au flux dense en point de vente en pratiquant des ventes multi-client.es et en respectant le zoning-
- Contacter les client.es à distance et effectuer des ventes, entretenir le lien (call, mail, sms, réseaux sociaux...)
- Conserver le lien de l'accueil à la prise de congé et veiller à la mise à jour, la complétude et l'exactitude des informations clients (CRM) en appliquant les obligations liées au RGPD.
- Maîtriser le sens des indicateurs de vente (chiffre d'affaires, CA marques enseigne et marque animée, taux de transformation, panier moyen, panier articles, encartage, satisfaction clients,...) et actions correctives
- Suivre les indicateurs de la course à la performance et s'impliquer dans l'atteinte des objectifs qualitatifs et quantitatifs fixés à l'équipe
- Intégrer les outils digitaux en magasin au cœur de l'expérience client (gestion de stocks, aide de la vente, réalité augmentée, borne interactive...) et les services
- Argumenter le produit prioritaire pour le client en fonction de ses besoins et envies et proposer systématiquement un autre produit adapté au client
- Conseiller des produits complémentaires dans un axe et réussir le crossselling et le conseil d'une silhouette ou rituel en faisant voyager le client dans tous les univers du point de vente
- Proposer les marques animées (marques enseigne, marques en exclusivité, animations saisonnières et actualité du visual merchandising) et personnaliser leur storytelling
- Fidéliser en argumentant les offres commerciales et/ou les services à venir.

- S'affirmer en professionnel.le avec son look, sa gestuelle et une qualité d'expression soignée en français et en anglais
- Partager les bonnes pratiques avec l'équipe et contribuer à alimenter les connaissances et compétences collectives
- Partager les valeurs, les engagements (politique RSE) de la marque/enseigne avec les clients
- Suivre les modules de formations sur les collections (blended learning)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre client/conseiller en point de vente, en français ou en anglais avec l'utilisation d'outils digitaux. L'évaluation est individuelle. Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité le candidat réalise la simulation. Un cas client est tiré au sort au préalable pour qu'un membre du jury s'approprie le rôle du client.

RNCP35759BC02 — Proposer et animer les services client mode et beauté en phygital (Physique + digital)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Proposer systématiquement un ou plusieurs services à chaque client/prospect en s'adaptant au flux client
- Animer en point de vente les différents services en physique comme en digital (découverte sensorielle, commande de produits non disponibles en point de vente, coaching services, personal shopper, master class, réalité augmentée, carte de fidélité, caisse mobile, proposer la personnalisation (customisation, gravure, art d'offrir, essayage, retouche,...) pour nourrir l'expérience client et booster le CA.
- Animer à distance les différents services digitaux comme (clic & collect, call & collect, vidéo shopping, master class, réalité augmentée...)
- Assurer le service client après-vente, mesurer la satisfaction, traiter les réclamations et gérer les retours clients (échange, remboursement réparations, insatisfaction...)
- Proposer et faire vivre les services en s'adaptant aux personnes en situation de handicap.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale d'un service mis en application avec un client(en point de vente et ou distance) issu de l'univers professionnel. Exemples :

Retours clients et SAV Invitation à vivre un service (masterclass, coaching...) Vidéo shopping.../... L'évaluation est individuelle Le cas support est choisi par le candidat. Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité, le candidat présente le déroulement complet du service retenu animé avec un client (réel/fictif), l'impact du service sur la qualité de la relation client et la performance commerciale et échange avec le jury. Le candidat s'appuie obligatoirement sur un ou plusieurs supports) (powerpoint, enregistrements, films vidéos, échange SMS, mails d'invitation...)

RNCP35759BC03 — Effectuer les tâches courantes opérationnelles d'un espace spécialisé mode et beauté

LISTE DE COMPÉTENCES

- Implanter les produits en rayons en respectant le plan merchandising et le visual merchandising
 - Garantir la propreté du magasin-
- Contrôler la mise à disposition et la propreté des espaces services (hygiène et sécurité)
- Participer à la mise en place des animations et opérations commerciales-
- Mettre à jour les prix des articles
- Réceptionner et contrôler les livraisons, stocker les marchandises en réserve
 - Participer à la réalisation des inventaires, aux contrôles des livraison et à la gestion des stocks à l'aide des outils digitaux
 - Veiller à la bonne tenue du back office
 - Suivre les ruptures et les communiquer-
- Préparer et organiser la vente à distance
- S'assurer de la tenue du point de vente en veillant à sa maintenance générale
 - Garantir le respect des consignes de sécurité pour accueillir le client dans de bonnes conditions
 - Appliquer les règles de sécurisation des produits et de démarque inconnue
 - Utiliser un logiciel de caisse certifié pour enregistrer les paiements.
 - Participer à la veille concurrentielle (benchmark.) sur la zone de chalandise des univers mode (femme, homme, enfant, genderless) accessoires, souliers, beauté, make up, horlogerie, joaillerie, décoration, tendance équipement de

la maison et de la personne...

- Prendre connaissance des messages internes pour agir en fonction et participer activement aux rencontres d'équipe-

Echanger de façon constructive avec son équipe et son manager

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas écrit reprenant une situation réelle d'un point de vente. (2 heures maxi.) Une série de questions portant sur les tâches opérationnelles et la connaissance des univers de la distribution mesure le niveau de compétences des candidat.e.s . L'évaluation est individuelle basée sur un document écrit .

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur d'activité : 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 MARCHÉ 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

Conseiller de vente spécialisé / conseiller missionné

Expert de la relation client

Vendeur omnicanal

Vendeur connecté / vendeur

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)	2 683 €

Familles professionnelles (FAP)	R0X60 — Employés de libre service · 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	68 936
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	37 %
Familles professionnelles (FAP)	R0X60 — Employés de libre service 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

Être titulaire d'un CAP ou certifications inscrites au RNCP niveau 3 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 EMA SUP
- 5 professionnels en activité.

La Présidence est assurée par la direction d'EMA SUP.

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

7 personnes :

- 2 EMA SUP
- 5 professionnels en activité.

La Présidence est assurée par la direction d'EMA SUP.

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	8 120 €
Selon la branche	7 171 € – 9 300 €
Prise en charge	Branches concernées
8 120 €	Valeur par défaut · 210 branches
9 300 €	CPNEFP Habillement succursaliste
7 890 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure

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	24	0	100 %	—
2019	21	0	92 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26141

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38831

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35759/>