

Chargé de formation et d'optimisation commerciale des marques et produits parfums/cosmétiques

RNCP38010 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	312, 336w
Formacode(s)	34573, 42040, 22885
Code(s) ROME	D1407, D1208, K2111
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/09/2023
Date d'échéance	20/09/2028

Certificateur(s)

ECOLE SUPERIEURE DE LA PRODUCTION DE LA MODE ET DU LUXE · SIRET : 88941511300022

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
CFA CCIR	1300172700082 3	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE LA PRODUCTION DE LA MODE ET DU LUXE	8894151130002 2	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE LA PRODUCTION DE LA MODE ET DU LUXE	8894151130003 0	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le chargé de formation et d'optimisation commerciale des marques et produits parfums/cosmétiques exerce au sein des entreprises du secteur de l'industrie de la beauté. Expert des produits commercialisés par son entreprise, qu'il s'agisse de l'univers des parfums, du soin ou de l'hygiène, il a pour mission de concevoir et mettre en œuvre les actions visant à l'amélioration des ventes, ce qui – dans ce secteur spécifique – requiert d'activer de façon privilégiée le levier de la formation, aussi bien en direction des équipes commerciales internes que celle des équipes des distributeurs sur les points de vente. Il est donc à la fois un pédagogue et un commercial, ambassadeur de sa marque auprès des parties prenantes internes et externes impliquées dans la vente de ses produits et dont il contribue à la professionnalisation.

ACTIVITÉS VISÉES

Le chargé de formation et d'optimisation commerciale des marques et produits parfums/cosmétiques exerce les activités suivantes :

1. Suivi de l'actualité et des évolutions marketing et commerciales du marché de la marque parfum cosmétique et de ses produits
2. Conception des actions de formation (en français et en anglais) et de l'ingénierie associée à destination des professionnels de vente et de distribution des produits de la marque parfum cosmétique

3. Réalisation et animation des actions de formation (en français et en anglais) à destination des professionnels de vente et de distribution des produits de la marque parfum cosmétique

4. Animation d'un réseau de points de vente et de distribution des produits parfums cosmétiques de la marque

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Repérer les évolutions techniques, économiques, sociales, réglementaires..., afin d'identifier leurs impacts potentiels sur les pratiques d'achat et de consommation dans le secteur des parfums et cosmétiques.
- Analyser l'évolution des usages et pratiques des consommateurs en matière de parfums et produits cosmétiques, afin d'identifier les différents points marquants des attentes clients envers la marque.
- Analyser l'évolution du positionnement de la marque parfum cosmétique (PC) et des produits sur le marché, afin de veiller à l'adéquation des actions mises en œuvre.
- Tester les nouveaux produits de la marque PC, afin de se tenir informé des innovations et des nouvelles gammes de produits et d'être en mesure de former les revendeurs internes et externes à leurs caractéristiques et éléments différenciants.
- Réaliser l'état des lieux des marques PC concurrentes, afin d'engager une étude comparative de leurs pratiques en commerciales.
- Etudier les marques PC concurrentes directes et leurs axes et catégories de produits, afin d'identifier leurs spécificités (naturalité des matières, positionnement, distribution, merchandising, engagement RSE...).
- Diagnostiquer la place de la marque PC sur son marché et les éléments différenciants fondant sa promesse vis-à-vis de ses clients, afin d'identifier les pratiques permettant d'optimiser la promotion de la marque en point de vente, la réponse aux objections clients et la valorisation des points différenciants des produits.
- Proposer un plan d'action associant promotion du produit et formation du personnel et de soin, afin d'optimiser son lancement sur le marché auprès de sa clientèle cible.
- Analyser le contexte du projet de formation à réaliser, afin de concevoir une ingénierie de formation adaptée aux objectifs visés par la marque PC et tenant compte du public ciblé et de ses caractéristiques.
- Déterminer les objectifs de formation en termes d'acquisition et de développement des compétences et connaissances, afin de permettre l'identification des contenus à élaborer et des outils pédagogiques associés.
- Choisir le format et les modalités de formation adaptés à son contexte de réalisation et aux objectifs poursuivis, afin de construire un cadre correctement dimensionné aux enjeux concernés compte tenu des contraintes de temps et de budget associées.
- Définir les modules et contenus de formation à créer, en tenant compte de la stratégie commerciale de la marque PC et de la cible à former (revendeurs, commerciaux, utilisateurs...), afin de s'adapter aux objectifs et à la durée de la formation.
- Construire les séquences constitutives de l'action de formation, afin de bâtir des interventions favorisant l'interactivité et l'engagement des participants.
- Concevoir ou adapter les supports et outils de formation physiques et digitaux à partir des ressources disponibles, afin de proposer des formats attractifs, ludiques et favorisant l'interactivité.
- Construire les outils d'évaluation des participants à l'action de formation, afin de vérifier les compétences acquises et d'ajuster l'ingénierie mise en place.
- Organiser la mise en œuvre de l'action de formation, afin de réunir les conditions garantissant son bon déroulement.
- Analyser l'implantation de la marque au sein de l'espace de vente préalablement à la réalisation de l'action de formation, afin d'en tenir compte et de déterminer les aménagements et outils à mobiliser (merchandising, PLV...) contribuant au bon déroulement de l'intervention.
- Scénographier l'espace de formation au sein d'un lieu de vente ou de tout autre lieu (siège de l'entreprise, hôtel, salle de conférence...), afin de disposer d'un environnement contribuant à l'appropriation de l'identité de la marque et de ses produits.
- Former le personnel de vente et de soin aux spécificités des produits de la marque, afin de lui permettre d'en optimiser la valorisation et la recommandation auprès de ses clients.
- Coacher le personnel de vente et soin à la vente et l'utilisation des produits de la marque, en utilisant des méthodes interactives, ludo-pédagogiques, motivantes et centrées sur des mises en situation et l'expérience client, afin d'optimiser leur formation technique et commerciale.
- Réguler les interactions au sein du groupe de participants à l'action de formation, afin d'assurer le bon déroulement de l'intervention dans le respect des contraintes de temps.
- Animer des sessions de formation, d'information et de sensibilisation à distance, dans le cadre de visioconférences

ou de dispositifs de blended-learning, afin de maintenir le niveau de connaissances et d'information du personnel de la marque concernant ses produits et son actualité.

- Evaluer les acquis des participants à l'issue de la formation, afin de vérifier son efficacité en matière de développement de connaissances et de compétences pour chaque individu.
- Recueillir les retours des participants à l'action de formation au moyen de différents outils et méthodes (interrogation orale « à chaud », enquête de satisfaction « à froid »...), afin de disposer d'éléments factuels permettant la mesure de sa qualité et de sa réussite.
- Identifier les points forts et marges de progrès de l'action de formation réalisée, afin d'établir un bilan objectif comportant des préconisations visant son amélioration.
- Démarcher les points de vente potentiels identifiés par la marque, afin d'élargir l'implantation de ses produits PC auprès de nouveaux distributeurs.
- Négocier les conditions d'implantation de la gamme de produits PC de la marque chez le nouveau distributeur, afin de parvenir à un accord profitable fixant les dimensions commerciales (prix, marges, valorisation, promotions...) et extracommerciales (formation).
- Opérer des visites régulières des points de vente et de distribution de la marque, afin de vérifier la bonne implantation et la valorisation de ses produits et de recueillir les informations de terrain à faire remonter auprès de sa hiérarchie.
- Conseiller le personnel des points de vente et de distribution de la marque concernant les actions de valorisation, de promotion et de vente de ses produits, afin d'optimiser leur présentation auprès de la clientèle cible et de maximiser les ventes.
- Analyser les résultats des opérations commerciales conduites auprès et en relation avec les distributeurs de la marque (promotion, valorisation, formation...), en s'appuyant sur des indicateurs factuels et objectifs (chiffres de vente, satisfaction clients, recommandation clients...), afin de vérifier l'atteinte des objectifs poursuivis.
- Identifier les mesures et actions correctives à mettre en place, en émettant des hypothèses sur les causes d'inefficacité constatée, afin d'optimiser la commercialisation des produits de la marque PC.

Blocs de compétences

RNCP38010BC01 — Suivre l'actualité et les évolutions marketing et commerciales du marché de la marque cosmétique et parfum et de ses produits

LISTE DE COMPÉTENCES

- Repérer les évolutions techniques, économiques, sociales, réglementaires..., en consultant les sites, les blogs et parutions diverses sur le marché des PC, en France et à l'international, afin d'identifier leurs impacts potentiels sur les pratiques d'achat et de consommation.
- Analyser l'évolution des usages et pratiques des consommateurs en matière de parfums et produits cosmétiques, en adoptant une démarche « centrée client », afin d'identifier les différents points marquants des attentes clients envers la marque.
- Analyser l'évolution du positionnement de la marque PC et des produits sur le marché, afin de veiller à l'adéquation des actions mises en œuvre.
- Tester les nouveaux produits de la marque PC, en participant à des actions de formation dispensées par le fabricant, afin de se tenir informé des innovations et des nouvelles gammes de produits et d'être en mesure de former les revendeurs internes et externes à leurs caractéristiques et éléments différenciants.
- Réaliser l'état des lieux des marques PC concurrentes, en collectant des informations économiques sur le marché de son entreprise, afin d'engager une étude comparative de leurs pratiques en commerciales.
- Etudier les marques PC concurrentes directes et leurs axes et catégories de produits, en réalisant des visites en point de vente, afin d'identifier leurs spécificités (naturalité des matières, positionnement, distribution, merchandising, engagement RSE...).
- Diagnostiquer la place de la marque PC sur son marché et les éléments différenciants fondant sa promesse vis-à-vis de ses clients, afin d'identifier les pratiques permettant d'optimiser la promotion de la marque en point de vente, la réponse aux objections clients et la valorisation des points différenciants des produits.
- Proposer un plan d'action associant promotion du produit et formation du personnel et de soin, en s'appuyant sur le diagnostic posé, afin d'optimiser son lancement sur le marché auprès de sa clientèle cible.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production évaluée :

L'analyse du positionnement d'une marque ou d'une famille de produits sur une zone géographique donnée, à partir d'une situation réelle ou reconstituée

Conditions de l'évaluation :

Travail individuel

Production écrite et orale

RNCP38010BC02 — Concevoir des actions de formation (en français et en anglais) et l'ingénierie associée à destination des professionnels de vente et de distribution des produits de la marque parfum cosmétique

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser le contexte du projet de formation à réaliser, en identifiant les objectifs généraux visés par la marque PC et en tenant compte du public ciblé et de ses caractéristiques, afin de concevoir une ingénierie de formation adaptée.
- Déterminer les objectifs de formation en termes d'acquisition et de développement des compétences et connaissances, afin de permettre l'identification des contenus à élaborer et des outils pédagogiques associés.
- Choisir le format et les modalités de formation adaptés à son contexte de réalisation et aux objectifs poursuivis, afin de construire un cadre correctement dimensionné aux enjeux concernés compte tenu des contraintes de temps et de budget associées.
- Définir les modules et contenus de formation à créer, en tenant compte de la stratégie commerciale de la marque PC et de la cible à former (revendeurs, commerciaux, utilisateurs...), afin de s'adapter aux objectifs et à la durée de la formation.
- Construire les séquences constitutives de l'action de formation, en déterminant la progression pédagogique et en choisissant des méthodes pédagogiques participatives faisant appel à la notion d'expérience client, afin de bâtir des interventions favorisant l'interactivité et l'engagement des participants.
- Concevoir ou adapter les supports et outils de formation physiques et digitaux à partir des ressources disponibles, en collectant les informations nécessaires auprès des services de la marque PC (notamment marketing) et en veillant à leur accessibilité pour les publics en situation de handicap, afin de proposer des formats attractifs, ludiques et favorisant l'interactivité.
- Construire les outils d'évaluation des participants à l'action de formation, en veillant à leur cohérence avec les objectifs visés, afin de vérifier les compétences acquises et d'ajuster l'ingénierie mise en place.
- Organiser la mise en œuvre de l'action de formation, en résolvant les problématiques liées à sa planification et à la convocation des participants, afin de réunir les conditions garantissant son bon déroulement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production évaluée :

L'ingénierie d'une action de formation à destination des professionnels chargés de promouvoir et vendre les produits de la marque parfum cosmétique

La réalisation d'une formation-action sur un point de vente

Conditions de l'évaluation :

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production écrite et orale

RNCP38010BC03 — Réaliser et animer des actions de formation (en français et en anglais) à destination des professionnels de vente et de distribution des produits de la marque parfum cosmétique

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser l'implantation de la marque au sein de l'espace de vente préalablement à la réalisation de l'action de formation, afin d'en tenir compte et de déterminer les aménagements et outils à mobiliser (merchandising, PLV...) contribuant au bon déroulement de l'intervention.
- Scénographier l'espace de formation au sein d'un lieu de vente ou de tout autre lieu (siège de l'entreprise, hôtel, salle de conférence...), en veillant au respect de l'image de l'entreprise et de son positionnement et en s'assurant de la disponibilité du matériel requis (produits, PLV, vidéoprojection...), afin de disposer d'un environnement contribuant à l'appropriation de l'identité de la marque et de ses produits.
- Former le personnel de vente et de soin aux spécificités des produits de la marque, en lui transmettant les informations et argumentaires concernant ses caractéristiques (sensorialité, actifs, éventuelles contre-indications...), afin de lui permettre d'en optimiser la valorisation et la recommandation auprès de ses clients.
- Coacher le personnel de vente et soin à la vente et l'utilisation des produits de la marque, en utilisant des méthodes

interactives, ludo-pédagogiques, motivantes et centrées sur des mises en situation et l'expérience client, afin d'optimiser leur formation technique et commerciale.

- Réguler les interactions au sein du groupe de participants à l'action de formation, en adoptant une attitude adaptée à leurs spécificités culturelles et à leurs besoins particuliers (notamment concernant les personnes en situation de handicap) et en favorisant les échanges et la participation de chacun, afin d'assurer le bon déroulement de l'intervention dans le respect des contraintes de temps.
- Animer des sessions de formation, d'information et de sensibilisation à distance, dans le cadre de visioconférences ou de dispositifs de blended-learning, en utilisant les techniques adaptées à ce type de format et concourant au maintien de l'attention et de l'intérêt des participants, afin de maintenir le niveau de connaissances et d'information du personnel de la marque concernant ses produits et son actualité.
- Evaluer les acquis des participants à l'issue de la formation, en utilisant des méthodes ludiques et adaptées à leur nombre, au contexte de formation (retour oral, questionnaire, mise en situation...) et aux objectifs visés, afin de vérifier son efficacité en matière de développement de connaissances et de compétences pour chaque individu.
- Recueillir les retours des participants à l'action de formation au moyen de différents outils et méthodes (interrogation orale « à chaud », enquête de satisfaction « à froid »...), afin de disposer d'éléments factuels permettant la mesure de sa qualité et de sa réussite.
- Identifier les points forts et marges de progrès de l'action de formation réalisée, en s'appuyant sur l'analyse croisée de l'évaluation des acquis des participants et de leurs retours, afin d'établir un bilan objectif comportant des préconisations visant son amélioration.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production évaluée :

Réalisation d'une formation-action sur un point de vente

Animation d'une formation à distance

Réalisation du bilan de l'action de formation

Conditions de l'évaluation :

Mise en situation professionnelle reconstituée et étude de cas

Travail individuel

Production écrite et orale

RNCP38010BC04 — Animer un réseau de points de vente et de distribution des produits parfum cosmétiques de la marque

LISTE DE COMPÉTENCES

- Démarcher les points de vente potentiels identifiés par la marque, afin d'élargir l'implantation de ses produits PC auprès de nouveaux distributeurs.
- Négocier les conditions d'implantation de la gamme de produits PC de la marque chez le nouveau distributeur, afin de parvenir à un accord profitable fixant les dimensions commerciales (prix, marges, valorisation, promotions...) et extracommerciales (formation).
- Opérer des visites régulières des points de vente et de distribution de la marque, afin de vérifier la bonne implantation et la valorisation de ses produits et de recueillir les informations de terrain à faire remonter auprès de sa hiérarchie.
- Conseiller le personnel des points de vente et de distribution de la marque concernant les actions de valorisation, de promotion et de vente de ses produits, afin d'optimiser leur présentation auprès de la clientèle cible et de maximiser les ventes.
- Analyser les résultats des opérations commerciales conduites auprès et en relation avec les distributeurs de la marque (promotion, valorisation, formation...), en s'appuyant sur des indicateurs factuels et objectifs (chiffres de vente, satisfaction clients, recommandation clients...), afin de vérifier l'atteinte des objectifs poursuivis.
- Identifier les mesures et actions correctives à mettre en place, en émettant des hypothèses sur les causes d'inefficacité constatée, afin d'optimiser la commercialisation des produits de la marque PC.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production évaluée :

Entretien de prospection et de négociation.

Visite « client mystère ».

Etude de cas sur des indicateurs analysés avec le repérage des écarts avec les objectifs poursuivis et la préconisation de mesures correctives

Conditions de l'évaluation :

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le chargé de formation et d'optimisation commerciale des marques et produits parfums/cosmétiques exerce au sein des entreprises du secteur de l'industrie de la beauté (parfums et cosmétiques), totalisant 3.200 entreprises et 164.000 emplois directs. Fortement exportatrice, la filière génère plus de 30 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel, dont 14 milliards à l'international, ce qui la place parmi les trois plus grands secteurs contributeurs à la balance commerciale française.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Selon son entreprise, le chargé de formation et d'optimisation commerciale des marques cosmétique et parfum peut exercer son emploi selon l'appellation suivante :

- Animateur
- Formateur
- Animateur-formateur
- Formateur secteur
- Chargé de formation
- Responsable formation d'un secteur

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 3 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 197 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) T0X60 — Coiffeurs, esthéticiens · tension 5/5 (Très élevée) W1X80 — Formateurs · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	61 241
Jugés difficiles à recruter	51 %
Emplois saisonniers	7 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R4X91 — Technico-commerciaux T0X60 — Coiffeurs, esthéticiens W1X80 — Formateurs

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'accès à la certification après un parcours de formation initiale ou continue est possible avec les prérequis suivants :

- Être titulaire d'un titre de niveau 4 validé ou Baccalauréat validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement ;
- Ou justifier d'une expérience professionnelle de 2 ans et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

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

Le jury de certification est composé de 5 membres, proposant dans la mesure du possible une représentation équilibrée de femmes et d'hommes :

- 3 personnalités extérieures à ISIPCA, toutes professionnelles du secteur de la filière parfum-cosmétique-arôme, choisies pour leur expertise dans le domaine.
- 2 représentants de ISIPCA.
- Le président de jury de certification est désigné sur proposition du représentant de ISIPCA. Il est toujours un des professionnels qualifiés membres du jury.

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	8 829 €
Selon la branche	6 000 € – 11 104 €
Prise en charge	Branches concernées
8 829 €	Valeur par défaut · 205 branches
11 104 €	CPNE Travail Temporaire, CPNE chimie, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie, CPNEFP des commerces de gros
9 145 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
9 000 €	CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
7 500 €	CPNE-FP de l'Esthétique
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	20/09/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/09/2028
Date de dernière délivrance possible	20/09/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	29	1	100 %	74 %
2020	42	1	100 %	73 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP28757

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP247, RNCP31956, RNCP34971, RNCP35734, RNCP36202, RNCP36749, RNCP37125

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Chargé(e) d'optimisation commerciale des marques et produits... (isipca.fr)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38010/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	0
Prix indicatif	2 600 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.