

Conseiller de vente omnicanale mode et beauté

RNCP38831 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 4
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34502
Code(s) ROME	D1501, D1214, D1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/03/2024
Date d'échéance	27/03/2028

Certificateur(s)

FB FORMATION · SIRET : 45281376900026

Partenaires habilités

14 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 14 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE DE FORMATION ET D'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL (CFEP)	39758087900047	Former et organiser l'évaluation
EDUKAL FORMATIONS	98273026900015	Former et organiser l'évaluation
ELYSEES CANNES	75325973800015	Former et organiser l'évaluation
FB FORMATION	45281376900026	Former et organiser l'évaluation
H-CAP	84472922800057	Former et organiser l'évaluation
IFH	93968254800010	Former et organiser l'évaluation
IFH	93968254800028	Former et organiser l'évaluation
IFH	93968254800036	Former et organiser l'évaluation
IFH	93968254800044	Former et organiser l'évaluation
L'ACADEMIE	93427969600025	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 14 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38831-conseiller-de-vente-omnicanale-mode-et-beaute/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le parcours client n'est plus centré sur un canal en particulier. Les consommateurs achètent indifféremment dans un magasin, via un site e-commerce avec ou sans l'aide d'un télé-conseiller, à l'aide de leurs smartphones ou encore dans des magasins éphémères. Le conseiller de vente omnicanal mode et beauté utilise des technologies qui ne cessent d'évoluer et viennent enrichir la relation client. Il est doté d'un smartphone professionnel réunissant l'ensemble des applications qui lui permettent d'être en relation avec ses clients, avant, pendant et après le passage en point de vente.

ACTIVITÉS VISÉES

Accueillir, conseiller et vendre à une clientèle française et/ou internationale

Dynamiser les ventes en lien avec les objectifs commerciaux

Véhiculer et partager les codes de l'identité de la marque et/ou enseigne

Proposer et animer de manière personnalisée les services aux clients en physique et en digital au sein du point de vente

Proposer et animer de manière personnalisée les services aux clients à distance hors point de vente

Suivre le merchandising et s'assurer au quotidien de la bonne tenue générale de l'espace de vente

Participer à la gestion du stock et au réapprovisionnement de l'espace de vente

Sécuriser le point de vente

S'informer et mettre à jour ses connaissances des univers spécialisés et partager avec ses collègues

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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 et aux retours clients (SAV), 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 clients 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 avec son grooming, 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)

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 profils des client.es actuels (inclusivité, personnes en situation de handicap...)

Planter 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 livraisons 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

Blocs de compétences

RNCP38831BC01 — 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 et aux retours clients (SAV), 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

Contacteur les clients 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 avec son grooming, 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

RNCP38831BC02 — 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 profils des client.es actuels (inclusivité, 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

L'évaluation est individuelle

RNCP38831BC03 — Effectuer les tâches courantes opérationnelles d'un espace spécialisée 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 livraisons 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 sous forme de questions portant sur les tâches opérationnelles et la connaissance des univers de la distribution
L'évaluation est individuelle basée sur un document écrit

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le secteur professionnel de la mode et de la beauté en France comprend différents types de magasin tels que les enseignes de parfumerie, les grands magasins, les boutiques, les corners... en gestion directe ou en franchise.
Le conseiller de vente omnicanale mode et beauté rend compte à son manager et/ou directeur de magasin/point de vente. Expérimenté, il peut éventuellement être responsable d'un rayon, d'un espace ou d'un corner, et ainsi contribuer à animer le lieu de vente et prendre en charge la formation d'un employé débutant. Il intervient aussi bien dans une petite ou moyenne entreprise que dans un grand magasin parisien comptant entre 1000 et 1900 salariés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Conseiller de vente spécialisé
Premier vendeur
Vendeur connecté
Démonstrateur de stand
Client advisor omnicanal
Expert de la relation client
Animateur de marque

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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 404 €
Familles professionnelles (FAP)	R0X60 — Employés de libre service · tension 2/5 (Faible) R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels · tension 2/5 (Faible) R2X83 — Représentants auprès des particuliers · tension 5/5 (Très élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	114 406
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	35 %

Familles professionnelles (FAP)

R0X60 — Employés de libre service
R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels
R2X83 — Représentants auprès des particuliers
R3X80 — Maîtrise des magasins
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
R4X91 — Technico-commerciaux
R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'un diplôme ou certification inscrite au RNCP de niveau 3

Posséder une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans une activité en cohérence avec la certification

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

7 personnes dont 2 personnes de EMA SUP et 5 professionnels en activité dans les univers mode - beauté, 50% employeurs ou cadres dirigeants / 50% salariés dans la mesure du possible

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
7 171 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

Base légale

Date de décision	27/03/2024
Durée de l'enregistrement	4 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/03/2028
Date de dernière délivrance possible	27/03/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	28	0	100 %	—
2022	24	0	100 %	72 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35759

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38831/>