

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

RS5295 - Conseil en image et en communication personnelle et professionnelle

IDRI

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A1. Identification de la demande - Analyse des besoins et des attentes de la personne ou de l'entreprise en termes d'accompagnement et de conseils en image personnelle/professionnelle et communication verbale/non verbale au travers le recueil d'informations et le bilan d'image.	C1.1. Conduire un entretien de découverte dans un climat bienveillant pour évaluer les objectifs en termes d'image et expression personnelle et professionnelle attendus par la personne ou l'entreprise.	<u>Mise en situation professionnelle reconstituée avec un modèle :</u> <u>« Découverte client »</u> Le candidat conduit un entretien de maximum 30 minutes pour définir les besoins et attentes d'un profil en termes de conseil en image communication. A l'issue de l'entretien, le candidat : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Propose un plan d'action ▪ Rédige un rapport qui présente les attentes de la cliente et le contexte de la mission. ▪ Etabli un devis technique et commercial. 	<u>Dans le cadre de la mise en situation sur un modèle, chaque candidat est évalué sur les critères suivants :</u> - Qualité de la posture : ouverture, empathie et adaptation à la cliente. - Qualité de l'écoute et des questionnements – Utilisation adaptée de questions ouvertes et fermées. - Les questions sont précises et exhaustives : elles permettent de cibler les attentes de la cliente. - Les contraintes de la cliente (budget, délai) sont prises en compte dans le devis. - Le devis et le plan d'action proposé sont adaptés aux attentes et aux contraintes de la cliente.
	C1.2. Définir un devis d'après les objectifs personnels, professionnels, le temps et le budget donnés afin de contractualiser et cadrer la prestation d'accompagnement et de conseils en image et communication.		
A2. Valorisation de l'image personnelle et professionnelle	C2.1. Conseiller la personne sur la colorimétrie, les soins, le maquillage, la	<u>Mise en situation professionnelle réelle :</u>	<u>Chaque portfolio est évalué sur les critères suivants :</u>

<ul style="list-style-type: none"> - Analyse de l'environnement de la personne et du positionnement de l'entreprise pour la réalisation de missions de conseils colorimétrique, cosmétologique, visagiste, morphologique et vestimentaire tenant compte des tendances actuelles et de l'écosystème de la personne ou de l'entreprise. - Constitution et animation d'un réseau de professionnels du domaine de l'image (maquilleurs, coiffeurs, nutritionniste, designers, couturiers, médecins, etc.) pour la réalisation d'un accompagnement global. 	<p>coiffure, la tenue vestimentaire et la posture non verbale en fonction du bilan d'image et de ses habitudes de vie afin de valoriser son image et son expression dans son environnement professionnel et personnel.</p>	<p><u>Présentation d'un accompagnement au travers un support illustré</u> Le candidat réalise l'accompagnement global d'un modèle de son choix ou désigné. Cet accompagnement donne lieu à l'élaboration d'un compte rendu écrit et illustré (type portfolio).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les préconisations de colorimétrie, cosmétologie, maquillage, coiffure, morphologie, tenue vestimentaire sont argumentées par rapport au modèle et à l'image professionnelle et personnelle attendue. - Le choix des tests colorimétriques et l'utilisation qui sera faite du résultat (choix des vêtements et accessoires portés près du visage, choix des couleurs de maquillage, choix des reflets en coiffure) sont explicitées à la cliente. - La coupe et la couleur proposées sont adaptées au client : respect des attentes de la cliente et son mode de vie. - La mise en beauté est adaptée au sujet : âge, morphologie, attente particulière. - Le diagnostic morphologique et vestimentaire du client est judicieux : identification des points forts / faibles, ... - Les préconisations prennent compte des particularités du client : morphologie, coupes, styles de vie, environnement professionnel et personnel. - La proposition de listes de vêtements est appropriée au budget, mode de vie et à
	<p>C2.2 Accompagner et impliquer la personne ou l'entreprise dans la démarche en s'appuyant sur des méthodes et outils complémentaires de conseil en image et expression (bilan d'image, colorimétrie, morphologie, posture, style) pour apporter des conseils et astuces adaptés à l'environnement et aux objectifs de la prestation de conseil en image et communication.</p>		
	<p>C2.3. Accompagner les professionnels d'une entreprise dans l'évolution de leur image et expression grâce à des règles d'association et des outils de communication verbale et non verbale et en tenant compte du positionnement de l'entreprise pour répondre aux objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise.</p>		

	<p>C2.4. Sélectionner et coordonner des prestataires et intervenants professionnels de l'image en planifiant leur intervention durant la prestation pour piloter l'accompagnement global auprès du client.</p>		<p>l'environnement personnel et professionnel. - Les supports visuels sont clairs, la mise en page est soignée.</p> <p><u>Dans le cadre de la mise en situation sur un profil de salarié, chaque candidat est évalué sur les critères suivants :</u></p>
<p>A3. Evaluation de la satisfaction des prestations de conseil en image et communication personnelle et professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse de l'impact, des évolutions des missions d'accompagnement sur les clients. 	<p>C3.1 Recueillir la satisfaction du commanditaire à l'issue de la prestation de conseil en image et communication par des enquêtes de satisfaction, l'analyse des retours, l'évaluation de la progression et de l'impact du changement pour mettre en place des mesures correctives d'accompagnement le cas échéant dans une démarche d'amélioration continue.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle reconstituée :</u> Le candidat conduit un entretien de conseil en image et communication de maximum 50 minutes au sein d'une entreprise donnée. Le candidat analyse l'image d'un profil de salarié de l'entreprise et conseille l'entreprise en termes d'image de marque et de communication. <i>Il devra par exemple mener son analyse sur la communication verbale et non verbale attendues des vendeurs dans un groupe de boutique en prêt à porter ou de serveurs dans un groupe de restauration.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les questions posées sont précises et pertinentes, elles permettent de spécifier le besoin. - Les recommandations en termes d'image et d'expression tiennent compte du contexte (secteur d'activité, fonction occupée, etc.) et des contraintes du client (budget, délai, etc.). - Les recommandations (vêtements, coupes, couleurs, harmonies, matières, imprimés, accessoires, posture, communication verbale et non verbales) sont pertinentes et adaptées à l'écosystème et au positionnement de l'entreprise. - Les partenaires éventuels sont identifiés eu égard des objectifs à atteindre. - Les modalités de suivi et d'animation des partenaires sont définis et adaptés. - Les solutions et préconisations sont formulées en lien avec la conduite du changement à mener au sein de l'entreprise.

			- La satisfaction de l'entreprise quant à la prestation est recueillie au travers un questionnaire de satisfaction.
A4. Suivi de l'activité de conseil en image et en communication <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des prestations de conseils réalisées. - Prospection et fidélisation d'un portefeuille client. 	C4.1. Organiser et gérer son activité de conseil en image et communication en suivant les prestations menées auprès de particulier ou d'entreprise pour contrôler la viabilité de son activité en image et communication personnelle et professionnelle.	<u>Mise en situation professionnelle réelle :</u> Le candidat définit une stratégie commerciale et de communication pour son l'activité de conseil en image et communication.	<u>Le projet professionnel présenté est évalué sur la base des critères suivants :</u> <ul style="list-style-type: none"> - L'offre est adaptée à la cible : Prestation, tarif, support de communication, identité graphique. - La viabilité potentielle du projet est démontrée. -Des outils, méthodes de fidélisation et de prospection sont proposés et adaptés à la cible. -Un réseau de partenaires est identifié. -Un budget prévisionnel est estimé en fonction des objectifs commerciaux.
	C4.2. Ajuster la stratégie commerciale et de communication en fonction du suivi de l'activité de conseil en image et communication afin de prospecter et fidéliser une clientèle de particuliers et de professionnels.		