

Contexte de la certification :

Dans notre société actuelle, l'image prend une place considérable. En plus de l'importance de l'image sur le plan personnel, notre image et notre « personal branding » sont devenus de plus en plus importants sur le plan professionnel.

Objectif de la certification :

La certification « Techniques de conseil en image » a pour objectif l'acquisition et la maîtrise des compétences permettant de valoriser le capital image d'un individu en fonction de sa personnalité.

La démarche se fonde principalement sur des techniques colorimétriques, morphologiques, vestimentaires, de communication verbale et non verbale, et d'esthétique (visuelle).

Public visé :

Toute personne souhaitant développer ses compétences en techniques de conseil en image

Durée du parcours de certification :

35 heures

Référentiel de compétences		Référentiel d'évaluation	
Activités	Compétences professionnelles	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
Activité 1 : Réaliser un bilan d'image	C1. Conduire un entretien avec le client en recherchant des informations sur ses motivations, son mode de vie, son environnement professionnel, social et familial pour proposer des conseils en image en harmonie avec le style de vie, la personnalité et les aspirations du client.	Me1. Evaluation activité 1 Mode. Mise en situation professionnelle sur la réalisation d'un bilan d'image devant le jury Modalités d'évaluation. Il est demandé au/à la candidat(e) de réaliser un entretien « bilan d'image » avec un client, joué par un membre du jury ou une autre personne auquel aura été remis, ou aura choisi, un scénario avec les attentes, la profession et le style de vie du protagoniste. A l'oral, le/la candidat(e) présentera son diagnostic, les objectifs de l'accompagnement et les actions préconisées. Me2. Evaluation activité 1 Mode. Cas pratique sur la réalisation d'une prise de mesure morpho-visage et silhouette. Modalités d'évaluation. Il est remis au candidat des photographies de différentes personnes. Le candidat doit identifier la forme des visages, des silhouettes et compte	Le/la candidat(e) démontre sa capacité à conduire un entretien « bilan d'image » : <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs et les attentes du client sont identifiés. - Les techniques de communication verbale et non-verbale : écoute active, observation, questionnements et de reformulation sont utilisées. - Les informations sur le style de vie, les habitudes et l'environnement professionnel, social et familial sont recueillies. - Le type de personnalité du client est identifié. Le/la candidat(e) adopte une posture bienveillante et professionnelle avec le client. Les actions esthétiques préconisées sont en adéquation avec la personnalité du client, son mode de vie, ses attentes et sa morphologie. Les prises de mesure du visage et silhouette sont correctes.
	C2. Déterminer les caractéristiques morphologiques du visage et de la silhouette du client par la prise de mesure et la réalisation de tests pour déterminer un programme d'accompagnement adapté.		
	C3. Déterminer la colorimétrie du client par un test de « draping » afin de définir la couleur des vêtements, des accessoires et du maquillage adapté au client.		
	C4. Déterminer le(s) style(s) du client par la réalisation de tests afin d'identifier les styles vestimentaires adaptés à sa personnalité.		

	<p>C5. Établir un diagnostic de l'image du client en tenant compte de ses perceptions sur sa propre image, de l'image qu'il renvoie et de celle souhaitée afin d'obtenir une vision globale, définir les objectifs de l'accompagnement et mettre en place un plan d'actions pour y répondre.</p>	<p>tenu des informations fournies en déduire la colorimétrie.</p> <p>Me3 Évaluation activité 1</p> <p>Mode. Cas pratique sur l'identification du/des style(s) de clients.</p> <p>Modalité d'évaluation. Il est remis au/à la candidat(e) des informations sur plusieurs clients, leurs personnalités et leurs tests de style réalisé. Il lui est demandé d'identifier le(s) style(s) adapté(s) à chaque client.</p>	<p>La colorimétrie déduite est cohérente au regard des informations transmises. La théorie des couleurs (roue chromatique) et la méthode des quatre saisons est correctement utilisée.</p> <p>Les caractéristiques du style identifiées sont pertinentes au regard du cas pratique ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - le test est correctement analysé. - Le style vestimentaire préconisé tient compte de la personnalité du client décrit.
<p>Activité 2 : Valoriser le capital image du client par une démarche de conseil et de relooking</p>	<p>C6. Sélectionner le style vestimentaire correspondant à la personnalité et à la morphologie du client pour mettre en valeur ses atouts, sa silhouette et renforcer sa confiance en soi.</p> <p>C7. Sélectionner la coiffure et le maquillage en fonction de la morphologie du visage, de la carnation et de la personnalité pour projeter une image valorisante du client et révéler son potentiel.</p> <p>C8. Accompagner le client dans la gestion de sa garde-robe et lors de ses achats pour le guider dans ses choix et être en harmonie avec son style, sa personnalité et ses attentes.</p>	<p>Me 4 Évaluation activité 2</p> <p>Mode. Cas pratique sur le choix vestimentaire.</p> <p>Modalités d'évaluation. Il est remis au candidat des photographies des vêtements pour lesquels il lui sera demandé de déterminer pour quelle morphologie et personnalité stylistique ces derniers sont adaptés. Il devra également en déduire la colorimétrie correspondante.</p> <p>Le candidat devra argumenter et justifier ses choix devant le jury.</p>	<p>Le choix des morphologies, colorimétrie et styles sont correctes et adaptés au photographies remises</p> <p>Le candidat démontre sa capacité à justifier ses choix.</p> <p>Le relooking proposé est pertinent, tient compte du contexte, de la situation décrite et, est adapté à l'image de marque souhaitée.</p> <p>Le choix vestimentaire, de la coiffure, de maquillage et des accessoires est approprié par rapport à la personnalité et au cas décrit.</p> <p>Les techniques de rééquilibrage des proportions et des illusions sont correctement appliquées.</p>

	<p>C9. Réaliser un dossier de synthèse pour rendre autonome le client dans ses choix futurs.</p>	<p>Me5. Évaluation activité 2 et 3</p> <p>Mode. Épreuve écrite individuelle sur les Techniques de Conseil en Image avec soutenance orale.</p> <p>Modalités d'évaluation. Il est remis au/à la candidat(e) des informations : - personnelles sur le mode de vie, la personnalité et sur les attentes d'un(e) client(e) - professionnelles sur l'activité et l'image de marque souhaitée.</p> <p>Enfin, des photos du client, de tenues et de coiffures sont fournies.</p> <p>Le/la candidat(e) doit procéder au relooking du client en proposant une tenue, une coiffure, un maquillage et un style adapté à la situation décrite et en tenant compte des différentes caractéristiques données. Il/elle préconisera également des conseils pour optimiser la représentation physique du client.</p> <p>Le/la candidat(e) devra indiquer les éléments et fiches techniques à inclure dans un dossier de synthèse.</p> <p>A l'oral, le/la candidat(e) argumentera ses choix et expliquera les techniques utilisées pour répondre au besoin du client.</p> <p>Enfin, il sera interrogé sur la gestion de l'image de marque et sur la gestion d'une garde-robe.</p>	<p>Le contenu du dossier de synthèse est correct et complet.</p> <p>Le candidat démontre sa capacité à mettre en exergue l'image de marque du client en tenant compte des différentes caractéristiques transmises.</p> <p>Les techniques de gestion de garde-robe sont connues.</p> <p>Les préconisations du candidat sur la représentation physique du client au regard des éléments donnés sont cohérentes et s'appuient sur les techniques associées.</p>
<p>Activité 3 :</p> <p>Optimiser et développer « personal branding » du client</p>	<p>C10. Optimiser l'image du client en apportant des conseils pertinents sur toutes les techniques de représentation physiques et comportementales pour lui permettre de renforcer sa confiance en soi et sa posture.</p> <p>C11. Conseiller le client dans la gestion de son image de marque et de son « personal branding » en mettant en valeur ses atouts et son potentiel pour véhiculer le message souhaité et une image de marque positive.</p> <p>C12. Accompagner le client à réaliser les changements d'image et de posture en tenant compte du contexte, des contraintes et des codes (vestimentaires et de communication) liés à une activité pour adapter sa posture et son image à la situation.</p>		