

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A.1 Développer et optimiser la performance économique de l'espace beauté physique et/ou numérique</p> <p>Le, la Manager, dans l'univers de la beauté identifie les tendances de l'univers de la beauté (C1.1) pour faire évoluer l'assortiment dans une démarche d'éco responsabilité (C1.2).</p> <p>Il/elle développe et optimise la performance commerciale de l'univers beauté grâce aux techniques de marketing et de vente (C1.3 C1.4 C1.5) auprès d'une clientèle diversifiée (C1.6).</p> <p>Il/elle analyse les performances commerciales au quotidien (C1.7).</p>	<p>C1.1 Mettre en place une veille informationnelle en utilisant les médias sociaux pour suivre les influenceuses et les concurrents afin de connaître les dernières tendances du marché de la beauté dans un souci d'écoresponsabilité.</p>	<p>Mise en situation professionnelle individuelle écrite reconstituée</p> <p>En s'appuyant sur les informations données le, la candidat(e) rédige un dossier comportant l'implantation d'une nouvelle gamme de produits au sein d'un point de vente.</p> <p>Le, la candidat(e) soutient oralement ses préconisations de développement.</p> <p>Mise en situation professionnelle individuelle orale reconstituée sous la forme d'un entretien de vente en français et en anglais.</p>	<p>CR1.1 L'organisation et les méthodes mises en œuvre pour la recherche d'informations permettent d'identifier les concurrents et leur positionnement. Les médias sociaux sont maîtrisés (Instagram, twitter, Facebook, LinkedIn). Les flux RSS choisis sont pertinents. Les nouvelles tendances responsables du marché sont mises en évidence.</p>
	<p>C1.2 Sélectionner les produits de beauté, en s'appuyant sur la bonne connaissance de l'offre produits/services et les contraintes de la boutique (physique ou virtuelle) pour constituer l'assortiment adapté au contexte commercial de la boutique en respectant la politique de la marque dans une démarche de respect de l'environnement.</p>		<p>CR1.2 L'ensemble des références choisies est adapté à la zone de chalandise et reflète l'image et le positionnement de la marque. L'assortiment défini est rentable et prend en compte les contraintes matérielles du point de vente.</p>
	<p>C1.3 Théâtraliser l'espace beauté en utilisant les techniques du merchandising cosmétique et les outils digitaux (réalité virtuelle, tablettes tactiles, vitrines interactives, miroirs connectés, etc.), pour mettre en valeur les produits dans le respect de la réglementation commerciale et des règles d'implantation, de sécurité et d'hygiène afin de créer l'ambiance appropriée à la marque.</p>		<p>CR1.3. Les techniques du merchandising cosmétique sont maîtrisées (agencement du magasin cosmétique, PLV parfumerie, présentoir parfum, etc.) et tiennent compte des recommandations de la marque. Les mises en scène sont réalisées dans le respect des réglementations et des contraintes de la boutique.</p>
	<p>C1.4 Organiser les animations commerciales et les opérations promotionnelles spécifiques au secteur de la beauté en prenant appui sur un cahier des charges détaillé en utilisant les moyens de communication numérique (site internet, réseaux sociaux, SMS géolocalisés, etc.) pour générer du trafic afin de développer le portefeuille clients et les performances de l'espace beauté.</p>		<p>CR1.4 Les animations (démonstration, jeu concours, ventes privées, etc.) et les opérations promotionnelles (PLV, démonstrations, échantillons, opérations Mise en avant produit, etc.) choisies sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de la marque. Le cahier des charges de l'opération détaille cibles, objectifs, techniques, dates, ressources et communication.</p>
	<p>C1.5 Pratiquer les techniques de vente, en français et en anglais, en prenant en compte le parcours omnicanal du client pour développer la vente-conseil afin de réussir l'expérience client dans le respect du droit commercial et des règles de sécurité et d'hygiène du secteur.</p>		<p>CR1.5 Les techniques de vente-conseil sont maîtrisées et adaptées au secteur de la beauté (écoute active, argumentaires, réponses aux objections, etc.). Le discours en français et en anglais est fluide et compréhensible par tous. Les lois du commerce adaptées au secteur d'activité sont respectées.</p>

			Les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte.
	C1.6 Communiquer en français et en anglais en incluant les aspects interculturels pour réaliser des ventes additionnelles (upselling, cross-selling, etc.) afin d'améliorer la rentabilité de l'espace beauté.		CR1.6 Le vocabulaire utilisé en français et en anglais est professionnel et adapté à la culture du client. Les ventes réalisées permettent d'optimiser la marge de l'espace beauté.
	C1.7 Repérer les écarts entre les performances commerciales prévisionnelles et réalisées en analysant les données du CRM pour mettre en œuvre les solutions adéquates afin de respecter les objectifs fixés.		CR1.7 Les données prises en compte pour constater les écarts sont justes et pertinentes. Les écarts constatés sont identifiés et hiérarchisés. Les solutions proposées permettent d'atteindre les objectifs fixés.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A.2 Manager une équipe de vente spécialisée dans l'univers de la beauté Le, la Manager, dans l'univers de la beauté assure la mise en place de la stratégie opérationnelle de l'entreprise (C2.1). Il/elle pratique un management de proximité de son équipe au sein de son espace de vente en prenant en compte les diversités (C2.2, C2.3). Il/elle est le/la garant(e) de la compétence de son équipe et règle les éventuels conflits (C2.4, C2.5). Il/elle rédige des reportings réguliers de l'activité à sa hiérarchie (C2.6).	C2.1 Déployer la stratégie opérationnelle de la direction générale pour donner à l'équipe les orientations à court et moyen termes afin de réaliser les objectifs fixés.	Mise en situation professionnelle réelle. Dossier écrit à réaliser suite à une période en entreprise (13 semaines minimum). Le/la candidat(e) rédige un dossier comprenant : - une analyse complète du contexte de l'entreprise ; - une analyse détaillée du reporting des actions, des besoins en formation et de GPEC ; - une estimation budgétaire et des ressources nécessaires ; - un bilan qualitatif et quantitatif ; - des préconisations. Le/la candidat(e) soutient oralement son dossier. Il/elle utilisera les outils de présentation nécessaires à une compréhension claire et précise des éléments du dossier. Il/elle fera un compte-rendu oral de la situation de l'entreprise étudiée dans le dossier écrit.	CR2.1 Les objectifs fixés sont SMART et compréhensibles par tous. Ils permettent d'atteindre les objectifs stratégiques fixés par la direction.
	C2.2 Animer l'équipe en la fédérant autour du projet de l'univers beauté pour favoriser le sentiment d'appartenance à la marque afin de pérenniser le développement de l'espace beauté en respectant les principes de la QSVT et la diversité de l'équipe.		CR2.2 Les techniques et outils de management (réunions, entretiens individuels, challenges, plan d'actions, etc.) utilisés respectent les principes de la QSVT et favorisent l'esprit de groupe tout en respectant la diversité.
	C2.3 Organiser le travail de l'équipe de façon méthodique pour adapter les tâches aux compétences de chacun afin de favoriser la participation des collaborateurs au projet de développement de l'espace beauté en intégrant les contraintes réglementaires (nombre d'heures de travail, congés, récupération, etc.).		CR2.3 Le TRT (Tableau de Répartition des Tâches) prend en compte la durée des tâches et les compétences de chacun. La planification intègre les différents niveaux d'activité (saisonnalité, week-end, promotions, etc.) de l'espace beauté et respecte la réglementation en vigueur.
	C2.4 Identifier les besoins en compétences pour former ou faire former son équipe en s'appuyant sur la Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences de l'entreprise (GPEC) et le droit social afin de renforcer la motivation des salariés et limiter le turn-over.		CR2.4 Les formations proposées prennent en compte le plan de développement des compétences et leur impact sur les indicateurs du climat social est mesuré.
	C2.5 Assurer la gestion optimale des situations difficiles, voire des situations de crise, pour prendre les mesures d'urgence afin de désamorcer et régler au plus vite les conflits pour rétablir la cohésion sociale ou alerter la direction en s'appuyant sur la réglementation et les procédures en vigueur.		CR2.5 Les conflits sont identifiés et les solutions de résolution adaptées. Les actions de recadrage respectent les dispositions du droit du travail et permettent de retrouver un équilibre social.
	C2.6 Rendre compte de l'activité auprès des différentes parties prenantes en s'appuyant sur les tableaux de bord pour vérifier la réalisation des objectifs dans le respect des enjeux économiques, financiers, sociétaux, environnementaux et sociaux afin de proposer d'éventuelles actions correctives.		CR2.6 Les indicateurs de suivi des tableaux de bord sont mesurables, réalistes, définis dans le temps et mettent en évidence les écarts. Les propositions d'actions correctives sont justifiées et répondent aux attentes des différentes parties prenantes (direction, fournisseurs, etc.).

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A.3 Réaliser la gestion administrative, commerciale et comptable de l'univers beauté physique ou virtuel</p> <p>Le, la Manager, dans l'univers de la beauté analyse ses ventes quotidiennes (C3.1).</p> <p>Il/elle gère les stocks de produits beauté (C3.2) et les relations avec les fournisseurs (C3.3).</p> <p>Il/elle est le/la garant(e) de la conformité des livraisons (C3.4) et du suivi administratif et comptable de son espace de vente dans le respect des législations (C3.5, C3.6).</p>	<p>C3.1 Utiliser avec maîtrise un logiciel de caisse certifié pour enregistrer les paiements des clients quel que soit l'instrument de règlement (espèces, chèques, CB, virements, prélèvements) afin d'effectuer la gestion des ventes de la journée et réduire le risque d'erreur de caisse.</p>	<p>Étude de cas écrite et pratique individuelle réalisée en centre de formation.</p> <p>L'étude de cas comprend plusieurs situations complexes d'entreprises fictives.</p> <p>Le/la candidat(e) présente une analyse financière approfondie des différentes mises en situation, élabore un calendrier de suivi des ventes et des achats prévisionnels, réalise une gestion optimale des stocks en utilisant un logiciel adapté, planifie le budget et met en place les outils de contrôle associés au cas et rédige une procédure garantissant le contrôle de la qualité.</p>	<p>CR3.1 Le logiciel est maîtrisé et l'analyse des ventes est juste.</p>
	<p>C3.2 Suivre les ventes et les prévisions en prenant en compte le contexte et les spécificités du secteur (saisonnalité, événements, etc.) pour réaliser un cadencier de gestion des stocks afin de minimiser le niveau de stock sans risquer la rupture.</p>		<p>CR3.2 Le tableau de suivi des ventes est structuré et exhaustif. Le cadencier est pertinent et adapté au contexte (zone de chalandise, temporalité) et prend en compte l'état actuel des stocks, le taux de rotation des produits, le prévisionnel des ventes et le calcul du BFR).</p>
	<p>C3.3 Négocier, avec éthique, les conditions d'achat et d'approvisionnement avec les fournisseurs sélectionnés pour optimiser les coûts et les délais afin d'organiser les réassorts en fonction du cadencier et/ou des besoins ponctuels de la boutique.</p>		<p>CR3.3 Les fournisseurs sont sélectionnés selon des méthodes de sourcing et scoring (matrice RACI, etc.). Les techniques de négociation d'achat sont maîtrisées et visent à maximiser les intérêts de chacun. Les commandes établies respectent le cadencier et les conditions négociées. Les règles du droit des achats sont connues et respectées.</p>
	<p>C3.4 Contrôler la qualité et la quantité des marchandises réceptionnées à l'aide des outils digitaux internes pour s'assurer de la conformité avec la commande afin d'éviter des litiges.</p>		<p>CR3.4 Les techniques et outils de contrôle de réception des marchandises sont maîtrisés et permettent de vérifier l'adéquation avec la commande.</p>
	<p>C3.5 Utiliser les logiciels (netSuite, Sinao, Quickbooks, iTOOL, Cegid, etc.) et les systèmes d'information internes (ERP, EDI) pour effectuer la gestion administrative de l'espace beauté afin d'effectuer la passation des commandes fournisseurs, l'administration des ventes et le suivi des facturations.</p>		<p>CR3.5 Les logiciels d'aide à la gestion commerciale, comptable et administrative des entreprises sont connues et leurs fonctionnalités maîtrisées.</p>

C3.6 Exploiter les logiciels de gestion avec maîtrise pour extraire les données quantitatives (nombre de visite clients, taux de transformation, progression du chiffre d'affaires, etc.) de l'espace beauté pour les en faire l'analyse afin de les transmettre aux services concernés (comptabilité, direction commerciale...) en prenant en compte les obligations légales.

CR3.6 Les données extraites sont pertinentes et permettent de faire une analyse de la performance de l'espace beauté dans le respect des obligations légales (RGPD).