

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifier les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc C1 : Développer les ventes en garantissant une EXPERIENCE CLIENT omniscanale mode et beauté			
<p>Accueillir, conseiller et vendre à une clientèle française et/ou internationale</p> <p>Dynamiser les ventes en lien avec les objectifs commerciaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 congés, 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 client.es 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 	<p>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.</p> <p>L'évaluation est individuelle.</p> <p>Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité le candidat réalise la simulation.</p> <p>Un cas client est tiré au sort au préalable pour qu'un membre du jury s'approprie le rôle du client.</p>	<p>Pertinence de la méthode :</p> <p>L'expérience client est personnalisée et donne l'envie d'acheter grâce à :</p> <ul style="list-style-type: none"> *une cérémonie de vente maîtrisée - prise de contact - découverte des besoins - argumentation personnalisée et persuasive - enchaînement vente complémentaire dans l'axe et cross axe - prise de congé - fidélisation * un lien avec l'actualité commerciale - Argumentation des offres commerciales et services du moment - Réflexe au bon moment *une approche omniscanale. (services digitaux)

<p>Véhiculer et partager les codes de l'identité de la marque et/ou enseigne</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.le 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) 		<p>* une action de clientelling.</p> <p>Pertinences des attitudes</p> <p>Le discours est clair et convaincant et correspond aux codes et usages des univers représentés</p> <p>En cas d'un client international, l'échange en anglais est fluide.</p> <p>La gestuelle est professionnelle</p> <p>Les conditions d'hygiène sont respectées</p> <p>Le conseiller.ère est représentatif.ve (tenue) ouvert.e, souriant.e, impliqué.e dans l'acte de vente et la relation.</p> <p>Le temps imparti est respecté.</p>
--	--	--	--

Bloc C2 : Proposer et animer les SERVICES CLIENT mode et beauté en phigital (physique + digital)

<p>Proposer et animer de manière personnalisée les services aux client.es en physique et en digital au sein du point de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p><u>Présentation orale d'un service mis en application avec un client</u> (en point de vente et ou distance) issu de l'univers professionnel.</p> <p>Exemples : Retours clients et SAV</p>	<p>Le service présenté</p> <p>Le service retenu est contextualisé</p> <p>La réalisation du service en tête à tête avec un client est présentée de façon structurée et opérationnelle</p>
---	---	---	---

<p>Proposer et animer de manière personnalisée les services aux client.es à distance hors point de vente</p>	<p>(customisation, gravure, art d’offrir, essayage, retouche,...) pour nourrir l’expérience client et booster le CA.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 actuel.les (inclusivité, personnes en situation de handicap...) 	<p>Invitation à vivre un service (masterclass, coaching...) Vidéo shopping .../...</p> <p>L’évaluation est individuelle</p> <p>Le cas support est choisi par le candidat.</p> <p>Lors d’un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité, le candidat présente le déroulement complet du service retenu animé avec un client (réel/fictif), l’impact du service sur la qualité de la relation client et la performance commerciale et échange avec le jury.</p> <p>Le candidat s’appuie obligatoirement sur un ou plusieurs supports) (powerpoint, enregistrements, films vidéos, échange SMS, mails d’invitation...)</p>	<p>Les outils digitaux sont utilisés à bon escient. Les offres de services sont connues et maîtrisées Les propositions sont en adéquation avec les besoins du client Le discours est clair, professionnel et convaincant en phase avec les objectifs commerciaux</p> <p>Les supports retenus Les supports de présentation (powerpoint, films/vidéos, enregistrements téléphoniques), sont soignés, de qualité. Ils reflètent les exigences et spécificités du point de vente et de l’univers RETAIL</p> <p>Présentation et échange avec le jury La prise de parole orale est convaincante (mot, ton, gestuelle) Le timing de la prise de parole est respecté Le.a candidat.e a la capacité à échanger de manière constructive avec le jury. La remise en cause est acceptée.</p> <p>Le temps imparti est respecté.</p>
--	--	---	---

Bloc C3 : Effectuer les tâches courantes opérationnelles d'un espace spécialisée mode et beauté

<p>Suivre le merchandising et s'assurer au quotidien de la bonne tenue générale de l'espace de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Etude de cas écrit reprenant une situation réelle d'un point de vente. (2 heures maxi.)</p>	<p>Le contexte et les spécificités du point de vente sont comprises.</p>
<p>Participer à la gestion du stock et au réapprovisionnement de l'espace de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Une série de questions portant sur les tâches opérationnelles et la connaissance des univers de la distribution mesure le niveau de compétences des candidat.e.s .</p> <p>L'évaluation est individuelle basée sur un document écrit .</p>	<p>Les tâches opérationnelles courantes sont connues, et comprises.</p> <p>La réglementation en vigueur est intégrée. (hygiène, sécurité, droit de la consommation...)</p>
<p>Sécuriser le point de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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. 		<p>Les valeurs, les engagements et l'actualité de l'enseignement sont appréhendés.</p>
<p>S'informer et mettre à jour ses connaissances des univers spécialisés et partager avec ses collègues</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 		<p>La culture des univers est actualisée et transverse.</p> <p>Le temps imparti est respecté.</p>

- | | | | |
|--|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Echanger de façon constructive avec son équipe et son manager | | |
|--|---|--|--|

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

