

Référentiel d'Activités, de Compétences et d'Évaluation

ÉTALAGISTE DÉCORATEUR MARCHANDISEUR

REFERENTIEL D'ACTIVITES (Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés)	REFERENTIEL DE COMPETENCES (Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités)	REFERENTIEL D'ÉVALUATION (Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis)	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
<p>01 - Scénariser et présenter de manière créative le concept d'une implantation, d'un magasin, d'une enseigne ou d'un événement.</p>	1 - Analyser la cible client afin de construire une proposition adaptée et contextualisée.	<p>Mise en situation professionnelle en contrôle continu durant le parcours de formation</p> <p>Le candidat sera évalué en contrôle continu durant ce bloc de compétences. L'évaluation constituera dans la restitution de travaux (maquettes, design board, croquis, projets infographiés).</p> <p>Mise en situation professionnelle finale</p> <p>Sur la base d'un sujet contextualisé remis aux candidats dans le premier mois de son parcours de formation sur ce bloc de compétence, ils devront réaliser :</p> <p>Un design Board avec planche tendance, planche matières, nuancier et croquis</p> <p>Une maquette illustrant le projet en volume</p> <p>Un dossier de recherche composé de :</p> <p>Un dossier commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Décryptage de la cible client 	<p>Le design Board vient évaluer les compétences 2 et 4.</p> <p>Recherche inspiration image</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profondeur et qualité de la recherche - Originalité et créativité - Qualité visuelle des images - La recherche tient compte de la cible <p>Conception, storytelling, croquis, design</p> <ul style="list-style-type: none"> - Originalité de la conception (projet) - Storytelling percutant - Clarté et détail du croquis - La justification tient compte de la cible - La justification explique le choix couleur <p>Storyboard (look & fell) et justification</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité de la présentation visuelle - Histoire en cohérence avec la cible - Présentation visuelle en lien avec la marque et la cible - Le visuel de projet montre la perspective - Choix du colorama en fonction de la marque et de la cible - Le design board montre l'ambiance et le style de la vitrine - Le visuel de projet montre les accessoires - Le design board montre la gamme de
	2 - Rechercher des idées ou concepts créatifs en respectant le cahier des charges.		<p>En tant que professionnel indépendant ou membre du département merchandising d'une entreprise, le titulaire de ce poste est chargé de répondre aux demandes des clients, internes ou externes, en fonction de la cible, depuis la réception du cahier des charges jusqu'à la coordination du projet et la proposition commerciale.</p> <p>Expert en image de marque, il conceptualise visuellement des magasins, des enseignes ou des événements.</p> <p>Il prend en considération les besoins spécifiques et les contraintes du client lors de l'élaboration de sa réponse, notamment en termes de techniques, de matériaux, de</p>

<p>choix des produits et de budget.</p> <p>Il illustre sa proposition à l'aide de croquis, de maquettes ou de projections 3D.</p> <p>De plus, il évalue les coûts du projet, incluant les matières premières, les accessoires et la main-d'œuvre, et établit un budget ou un devis en conséquence.</p> <p>Le professionnel présente et défend sa proposition afin de la commercialiser ou de la faire adopter. Il planifie la mise en œuvre du projet et coordonne sa réalisation en respectant les normes réglementaires.</p> <p>Ce métier s'exerce dans différents cadres : En tant que freelance, Au sein du département merchandising d'une entreprise, Au sein d'une agence événementielle, Pour un étalagiste (stands, espaces de vente éphémères...), Pour un magazine ou un site marchand.</p> <p>Les emplois visés incluent notamment : Visual merchandiser, Décorateur d'espaces de vente,</p>	<p>3 - Illustrer le projet de mise en scène par la réalisation d'une maquette en volume.</p> <p>4 - Assurer une veille pour garantir la cohérence des choix de couleur, matières et ambiances en l'illustrant par le dessin, la production assistée par ordinateur.</p> <p>5 - Choisir judicieusement les techniques, matériaux et accessoires appropriés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reformulation de la demande client ➤ Valorisation du cheminement réflexif au travers d'un mindmapping ➤ Présentation rédigée et argumentée du concept ➤ Une proposition financière avec un devis détaillé <p>Un planning de réalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Une feuille de route du projet listant les étapes de réalisation et les temps consacrés à chaque étape <p>Un oral de soutenance du projet d'une durée de 30mn viendra finaliser l'évaluation de ce bloc de compétences.</p>	<p>couleur</p> <p>Une maquette vient évaluer la compétence 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La maquette valorise la marque et met en valeur le produit. - Les dimensions et proportions sont adaptées - La résolution des images utilisées est qualitative - L'assemblage et les finitions sont soignées. - Les choix des matériaux utilisés tiennent compte des contraintes spécifiques du sujet. - La maquette doit être stable et pouvoir durer dans le temps. - Le rendu global est esthétique. - <p>Le dossier de recherche vient évaluer les compétences 1 – 2 – 6 et 8.</p> <p>Cible client et proposition (compétence 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La CSP de la cible client est déterminée et analysée. - Les motivations d'achat sont ciblées. - La proposition conduit à un achat d'impulsion. - La proposition peut conduire à une vente additionnelle. <p>Recherche des idées (compétence 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clarté de l'organisation et de la structure du mindmap - Utilisation des couleurs, des icônes, des images ou d'autres éléments visuels pour aider à clarifier les concepts - Les idées sont organisées de manière
---	--	--	---

<p>Chargé de projet, Etalagiste, Scénographe, Promoteur de linéaire, Aménageur d'espaces de vente, Décorateur scénographe, Styliste produits, Styliste photos, Conseiller de vente merchandiseur.</p>			<p>hiérarchique, avec les idées principales au centre et les sous-thèmes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le mind map inclut toutes les informations pertinentes pour le sujet traité - Les connexions entre les différentes idées doivent être claires et bien définies. - Les idées sont-elles présentées de manière innovante et intéressante <p>Budgétisation du projet (compétence 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le dossier prend en compte les objectifs du projet et que les ressources proposées sont en adéquation avec ces objectifs. - Toutes les ressources nécessaires sont prises en compte, y compris les ressources humaines, matérielles, techniques, financières et temporelles. - Les estimations doivent être basées sur des données précises et fiables. - Les alternatives moins coûteuses ou plus efficaces doivent être explorées et justifiées. - Le budget et le calendrier proposés sont réalistes et suffisants pour couvrir toutes les activités nécessaires à la mise en œuvre du projet. - Le devis est complet et comporte toutes les mentions légales obligatoires. <p>Satisfaction client (Compétence 8)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créativité de la mise en scène - Cohérence avec la cible client - Cohérence avec l'image de la marque - Le storytelling est percutant et respecté
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> - Le rendu visuel global est impactant. - Le produit est valorisé et est au centre de la mise en scène.
	<p>6 - Évaluer et gérer les ressources nécessaires à la mise en œuvre du projet, incluant la budgétisation et la production de devis.</p>		<p>Un oral de soutenance vient évaluer les compétences 5 - 7 et 8.</p> <p>Choix des matériaux et mise en œuvre (Compétence 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix des matériaux de conception est cohérent avec la cible client et l'image de la marque. - Les matériaux sont optimisés dans leur utilisation. - La gestion des déchets est optimisée et abordée durant la soutenance
	<p>7 - Intégrer les normes de sécurité liées à l'accueil du public dans la proposition.</p>		<p>Organisation, santé et sécurité du travail (Compétence 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aptitude à résoudre des problèmes techniques - L'utilisation des EPI est abordée et cohérente. - La feuille de route est cohérente et pertinente avec la réalisation du projet.
	<p>8 - Présenter de manière persuasive le projet à un client interne ou externe en vue de sa vente ou de son adoption.</p>		<p>Satisfaction client (Compétence 8)</p>

	9 - Assurer la planification et la coordination		<ul style="list-style-type: none"> - Créativité de la mise en scène - Cohérence avec la cible client - Cohérence avec l'image de la marque - Le storytelling est percutant et respecté - Le rendu visuel global est impactant. - Le produit est valorisé et est au centre de la mise en scène.
02 - Concevoir et réaliser des agencements d'espaces commerciaux alignés sur des objectifs marketing déterminés	1 - Définir une stratégie d'identification de la cible clients et interpréter les indicateurs pour personnaliser l'offre.	<p>Mise en situation professionnelle en contrôle continu durant le parcours de formation</p> <p>Le candidat sera évalué en contrôle continu durant ce bloc de compétences pour la compétence 6.</p> <p>Au fur et à mesure de son parcours, il recevra des thèmes contextualisés avec un client cible et des contraintes techniques imposées et devra réaliser une mise en scène (podium, vitrine, présentoir, ...).</p>	<p><u>Le présentoir</u> vient évaluer la compétence 6.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le support créé correspond à la cible. - Le support créé est original et créatif. - Le support créé met en valeur le produit. - La mise en œuvre est adaptée au produit. - Le choix des éléments décoratifs est cohérent par rapport à la cible. - Les matériaux utilisés sont travaillés de façon professionnelle. - Les finitions sont soignées.
<p>Le Décorateur Etalagiste Marchandiseur est bien plus qu'un simple vendeur.</p> <p>Il maîtrise l'art subtil d'analyser les comportements d'achat des consommateurs et comprend</p>	2 - Transcrire des objectifs marketing en concepts d'implantation.	<p>Mise en situation professionnelle finale</p> <p>Sur la base d'un sujet contextualisé remis aux candidats dans le premier mois de son parcours de formation sur ce bloc de compétence, ils</p>	<p><u>Le dossier technique</u> vient évaluer les compétences 1 – 2 – 5.</p> <p>Stratégie d'identification de la cible clients (Compétence 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compréhension approfondie de la cible

<p>parfaitement l'importance cruciale du placement des produits dans le déclenchement de leurs décisions.</p> <p>Doté d'une vision stratégique, il décortique méticuleusement les besoins spécifiques de chaque boutique ou réseau, puis élabore des stratégies sur mesure pour sublimer l'expérience client. Tout en veillant à ce que chaque mise en scène respecte rigoureusement les normes de sécurité et réponde aux exigences en termes d'accueil, il déploie son savoir-faire pour créer des environnements qui captivent et séduisent.</p> <p>Son objectif ultime ? Maximiser les performances commerciales de l'enseigne. Pour ce faire, il exploite avec ingéniosité ses compétences en décoration, transformant chaque espace de vente en un véritable lieu d'inspiration.</p> <p>Grâce à sa capacité à stimuler les ventes, attirer les regards et influencer les décisions d'achat, il transforme les simples visiteurs en acheteurs impromptus, augmentant ainsi le chiffre d'affaires de manière significative.</p>	<p>3 - Argumenter une offre produit imposée afin de répondre aux besoins du client en tenant compte de l'usage souhaité et du budget.</p> <hr/> <p>4 - Proposer et argumenter un projet d'implantation et une signalétique à partir d'un contexte.</p> <hr/> <p>5 - Réaliser un plan de masse des espaces avec indicateurs, circulation client et propositions d'implantations.</p>	<p>devront réaliser :</p> <p>Un présentoir à échelle qui devra pouvoir être installé sur un podium/props de dimension 50cm*50cm*100cm.</p> <p>Un dossier technique composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un décryptage de la cible client en réalisant une fiche de présentation détaillée du client type. ➤ Une reformulation de la demande client ➤ Un plan de masse de l'espace de vente où sera implanté le présentoir ➤ Un plan de circulation client dans l'espace de vente ➤ Une présentation rédigée et argumentée du concept ➤ Des visualisations infographiées sur plusieurs faces du présentoir ➤ Une notice de montage du présentoir ➤ Une fiche produit par article commercialisé <p>Un oral de soutenance du projet d'une durée de 30mn viendra finaliser l'évaluation de ce bloc de compétences.</p>	<p>clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> - La reformulation est claire. - Adaptation au contexte et à l'image de marque - Correspondance avec les données chiffrées <p>Concept d'implantation (Compétence 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'implantation s'appuie sur les codes d'identification de l'image de marque. - L'implantation renforce d'image de la marque dans le magasin. - L'implantation doit respecter les règles fondamentales du merchandising et être argumentée. - Les choix techniques et de matériaux correspondent à l'image de marque et aux contraintes imposées par le sujet. - Le zoning de l'espace de vente vient valoriser le concept d'implantation choisi. <p>Plan de masse et plan de circulation client (compétence 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les produits disposés dans l'espace maximisent la visibilité, la circulation et donc la vente des produits. - Les produits phares sont implantés de façon pertinente. - L'utilisation du mobilier est judicieuse et contribue à améliorer l'expérience client. - Les techniques de présentation marchande sont adaptées au lieu, aux produits et à la cible client. - Le sens de circulation est pertinent et
---	---	--	---

<p>Pour exceller dans son domaine, une veille permanente est essentielle. Il reste constamment à l'affût des dernières tendances et évolutions du marché, scrutant les mouvements des acteurs clés du merchandising et du marketing à l'échelle nationale et internationale. Ainsi armé de connaissances pointues, il se positionne en véritable référence pour une clientèle de plus en plus exigeante, et garantit des résultats exceptionnels, même en totale autonomie.</p> <p>Dans un univers professionnel aussi diversifié que dynamique, il trouve sa place dans une multitude d'environnements : des prestigieuses boutiques de luxe aux vastes galeries marchandes des grands centres commerciaux, en passant par les grands magasins et les petites surfaces de vente.</p> <p>Les postes qu'il convoite sont tout aussi variés que prestigieux : décorateur ou décoratrice, étalagiste, marchandiseur visuel, visual merchandiser, scénographe ou encore promoteur de linéaires.</p>	<p>6 – Implanter une vitrine et valoriser des produits de manière esthétique.</p>		<p>valorise l'implantation réalisée.</p> <p>Un oral de soutenance vient évaluer les compétences 3 - 4 et 7.</p> <p>Argumenter une offre produit (Compétence 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'offre produit répond aux besoins du client cible - L'offre produit correspond au budget alloué - La posture et l'argumentaire sont professionnels <p>Argumenter un projet d'implantation (Compétence 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compréhension des besoins de la cible client - Proposition d'une offre adaptée avec les avantages pour la cible client - La valeur ajoutée de l'implantation est valorisée - Les facteurs d'ambiance intégrés dans l'implantation viennent contribuer à l'expérience client et sont adaptés. - La signalétique est cohérente et pertinente - La posture et l'argumentaire sont professionnels <p>Indicateur de vente (Compétence 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser les résultats de vente (croissance et rentabilité) - Analyser le panier moyen - Analyser le taux de conversion
---	---	--	---

	7 - Suivre les indicateurs de vente afin de mesurer l'atteinte des objectifs commerciaux et/ou l'impact de l'implantation		
--	---	--	--