



Nom de la formation en alternance : **MANAGEUR SEPHORA**

EMASUP PARIS

★ **Votre futur métier :**
Manageur de rayon

★ **Le niveau de recrutement initial :** de BAC+2 à BAC + 4
Les avantages de la formation

- ★ ➤ Un contrat de travail de 11 mois avec l'enseigne leader associé à une formation en alternance dispensée par EMA SUP
- Une formation sur mesure qui intègre les incontournables de la performance commerciale dans le Retail
- Un principe d'alternance qui permet chaque semaine de mettre en pratique les connaissances acquises
- Des opportunités d'évolution au sein du réseau national SEPHORA
- Une double validation par le Ministère du travail et par l'enseigne leader de la parfumerie sélective en France

★ **La durée de la formation :**

Formation de 475 heures en alternance de Octobre à Septembre dont 20 heures d'e-learning d'anglais professionnel avec une progression pédagogique qui accompagne la formation en présentiel.

★ **Votre formation métier :**

Faire vivre et piloter l'expérience client signée SEPHORA
Manager les conseillers de vente
Animer le rayon et la course à la performance
Appliquer et faire respecter les procédures internes



★ **Programme de formation de l'alternance : **MANAGER SEPHORA****

RETAIL MANAGER Mode & Beauté (180 ECTS)

Certification inscrite au RNCP, niveau 6 par décision de France Compétences du 08/07/21 RNCP35745

Maîtriser la connaissance professionnelle au service de la vente dans l'univers de la beauté

La connaissance du marché : les marques et la distribution

Les chiffres clés des différents circuits de distribution

La distribution sélective (les principaux acteurs : chaînes et marques), les marques et leur positionnement

Les parfums leader féminins, masculins et pour enfants

Le pouvoir émotionnel du parfum

La connaissance et l'argumentation des parfums leaders, emblématiques, nouveautés et focus au service de la vente

Connaissance des soins leader du marché, des nouveautés et des exclusivités sur les axes suivants :

L'hydratation / Lutter contre l'âge (les rides, fermeté, soins premiums, Soins spécifiques) / les soins pour hommes/ Le soleil et la peau / Les cheveux et les produits capillaires / Les soins du corps

(Cette découverte des marques et des produits se fait en étroite collaboration avec les marques)

L'animation d'un diagnostic soin

L'argumentation des produits leaders, des exclusivités et des nouveautés maquillage

EMASUP PARIS

L'animation des maquillages rapides et des Bar à Beauté et Nail Bar
Le conseil en couleurs et en image pour faire de l'apparence une alliée et enrichir l'Expérience Client

S'affirmer avec la SEPHORA Attitude

La Sephora Attitude les étapes clés et les spécificités de la SEPHORA ATTITUDE & YOU :

L'évolution de la relation client
 Les services de l'expérience client
 Les étapes clés et les spécificités de la SEPHORA ATTITUDE & YOU

La vente en Anglais

Le vocabulaire des cosmétiques et des parfums
 Les mots- clés de la vente en Anglais (déceler les besoins, argumenter, répondre aux objections, réussir l'enchaînement et la fidélisation.) Utilisation d'un mémento de vente en Anglais
 Suivi chaque semaine d'un module e Learning pour développer sa maîtrise de l'anglais avec une progression pédagogique qui accompagne la formation en présentiel, accès à une bibliothèque de modules via le site internet EMA Sup

Piloter la performance commerciale du point de vente

L'animation de l'Expérience Client (intégration d'un collaborateur et écoute de vente)
 L'animation des services
 Les règles de base du merchandising appliquées à la Parfumerie Sélective
 Les principaux ratios d'appréciation ou indicateurs de performance : CA, Focus, Suivi des marques stars et marques exclusives, TT, PM, Carte de fidélité, Caisse Mobile, course à la performance, Love Meter.
 Le pilotage de la performance par le brief, la formation et l'animation de la course à la performance
 L'animation des écoutes de vente

Manager et motiver une équipe

Les clés d'une communication efficace en entreprise
 Du manager au coach (rôle, styles d'animation)
 La connaissance des tribus générationnelles, du multiculturalisme et de la Process Com au service de l'accompagnement
 L'animation des rencontres managériales, l'entretien de recrutement, l'entretien d'évaluation, l'entretien professionnel
 La définition des règles du jeu et leurs rappels
 Les clés de la motivation
 La formation, une attitude, des outils et jeux pédagogiques, la dynamique de groupe
 La création et l'animation d'un module de formation : connaître et vendre une ligne de produits
 L'animation d'une formation en point de vente

Gérer et organiser le point de vente

La tenue, le merchandising et la sécurité du point de vente
 La gestion des plannings
 La gestion des approvisionnements du point de vente
 Le suivi de la rentabilité du point de vente

Les épreuves de certification (180 UCTS)

| compétences | MODALITES D'EVALUATION | CRITERES D'EVALUATION |
|-------------|---|---|
| BLOC 1 | Etude de cas : Diagnostic stratégique marques & enseignes mode & beauté. A partir d'un cas d'entreprise comprenant la présentation du réseau de distribution international et du détail d'un point de vente en France, des données sectorielles... il est demandé aux candidats regroupés par équipe de 4 de réaliser un diagnostic complet de l'entreprise. La démarche d'analyse, les recommandations, préconisations, alertes, leviers de croissance... sont formalisés dans une note de synthèse. Ils soutiennent leur travail lors d'un oral individuel en mode PITCH structuré devant un jury composé à 70 % de professionnels. | Démarche de diagnostics acquise (interne comme externe) - Cohérence dans la mise en œuvre de l'analyse face aux objectifs à atteindre - Méthodologie d'investigation pertinente (sources fiables, identifiées), qualités des informations collectées et hiérarchisées. - Les univers mode & beauté sont bien intégrés (opportunités et menaces spécifiques bien identifiées, forces et faiblesses de l'entreprise soulignées...)- Les recommandations sont pertinentes face aux conclusions des diagnostics réalisés. - Le plan d'action est opérationnel accompagné d'indicateurs identifiés et dans une approche managériale. |
| BLOC 2 | Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre <u>managériale individuelle</u> Exemple : Animer une écoute de vente Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité des univers mode & beauté, le candidat écoute une situation de vente en point de vente en direct entre un collaborateur de l'équipe conseiller de vente et un.e client.e en français ou en anglais. Le candidat procède au debriefconstructif « à chaud » avec le conseiller de vente, en français devant le jury. | Les objectifs de la rencontre sont rappelés. - Mobilisation argumentée et illustrée d'un outil reconnu d'inventaire de personnalité pour analyser ses pratiques et mode de fonctionnement et préconisations d'actions de progression. - Le debrief est basé sur l'échange et intègre des engagements du collaborateur. |
| BLOC 2 | Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre <u>managériale d'équipe</u> Exemple : animer un morning brief (format 15 mn) Lors d'un oral devant un jury composés de professionnels en activités des univers mode & beauté, le candidat.e anime un morning brief avec son équipe avant l'ouverture du point de vente. Une partie des professionnels jouera le rôle des collaborateurs. Le jury est composé à 70 % de professionnels en activité dans les univers mode & beauté. | Un climat positif est créé. Objectifs et ordre du jour sont précisés. Les résultats sont analysés positivement. Les objectifs commerciaux sont motivants. Un point formation peut être animé au service de la performance commerciale. Les échanges sont constructifs. L'organisation et la répartition des tâches sont précisés avant une conclusion motivante pour action. Degré de maîtrise du droit du travail inhérent à la fonction. Repérage des forces et limites des acteurs. |
| BLOC 4 | Mémoire et soutenance. A partir d'une situation professionnelle réelle issue d'une activité professionnelle récente, le candidat présente une problématique managériale retail d'un axe, rayon, espace, corner mode & beauté d'une marque ou enseigne. Un dossier mémoire écrit (comportant un diagnostic de l'enseigne/marque, une analyse structurée à 360 degrés du point de vente, un plan d'actions opérationnelles mené avec l'équipe pour développer/optimiser l'expérience client, un business plan...) est remis 1 mois avant la soutenance de 30 mn (présentation et échange) devant un jury composé à 70 % minimum de manager en activité dans les univers mode & beauté. | Analyse des résultats, états financiers, ratios historiques et prévisionnels. Qualité des commentaires faits sur les tendances de performance. Tableaux de bords réalisés à partir d'indicateurs. Identification d'actions correctives. |

Pour obtenir la certification, il faut obtenir la moyenne à chaque bloc de compétences. Un bloc est acquis à vie.