



Nom de la formation en alternance : SUP BEAUTE

EMASUP PARIS



Votre futur métier :

Responsable de secteur, Chef.fe de secteur, Délégué.e Commercial, Animateur.trice, Formateur.trice, Manager de rayon, Animateur.trice de floor pour une marque ou une enseigne



Le niveau de recrutement initial : Bac +2 minimum

Diplômes préparés :



Retail Manager Mode & beauté, Certification EMA SUP enregistrée au RNCP par le Ministère du Travail, niveau 6, 180 ECTS.



Décision de France Compétences du 08/07/2021, RNCP 35745

Les avantages de la formation :

150 postes vous sont proposés chaque année (EMA SUP pré recrute pour les marques partenaires) en alternance.

- Une expérience dans une marque ou enseigne leader de 12 mois accompagnée d'une formation en alternance dans le cadre d'un contrat de travail (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage de 12 mois)
- Une alternance qui suit le rythme de la profession : début de semaine en formation et fin de semaine en entreprise
- Une formation active et participative dispensée par des professionnels
- Des techniques de vente, d'animation, de formation et de management concrètes adaptées à l'univers de la beauté
- L'utilisation des nouvelles technologies pour développer sa maîtrise de l'anglais (accompagnement Babbel)
- Une double validation par le Ministère du Travail (titre RNCP Bac +3, niveau 6) et par les professionnels présents aux jurys de validation.



La durée de la formation :

Formation de 480 heures en alternance de Septembre à Août présentiel comme en distanciel.



En sortant de EMA SUP, je maîtrise les compétences professionnelles suivantes :

Faire vivre l'Expérience Client d'une marque ou d'une enseigne à un consommateur final omnicanal

Conseiller avec expertise les leaders et nouveautés soins, maquillages et parfums

Vendre en tant que délégué commercial

Animer un point de vente en étant « client centric »

Animer une équipe en tant que responsable de secteur ou d'axe et piloter la performance d'une équipe

Former en salles, en points de vente en tant que formateur, chef de secteur, délégué commercial ou manager

Manager une équipe au service de la performance commerciale et de l'expérience client

EMA SUP PARIS organise les rendez-vous de recrutement avec ses partenaires

A EMA SUP, on ne cherche pas son entreprise !



Partenariats dans le cadre des contrats de Pro ou d'apprentissage

EMASUP PARIS

37 MARQUES ET ENSEIGNES dont / 11 nouvelles / +150 ALTERNANTS





Programme de la formation SUP BEAUTE

Modules : **EXPERTISE : La connaissance professionnelle au service de l'expérience client**

Le Marketing de la beauté, de la mode et du luxe

Les chiffres clés des différents circuits de distribution
La distribution sélective (les principaux acteurs : chaînes et marques)
L'évolution des comportements des consommateurs
Le multiculturalisme : de l'achat plaisir de la clientèle locale à l'achat d'opportunité de la clientèle internationale
Les tribus générationnelles
La communication spécifique des marques de luxe
Le Visual merchandising appliqué à l'univers du luxe (théâtralisation des maisons)
Le marketing digital : les réseaux sociaux, le CRM, le Clienteling
Les règles de base du merchandising appliquées à la Parfumerie Sélective
Les principaux ratios d'appréciation ou indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs (CA, Suivi des marques animées, TT, PM, PA...)

Le langage du parfum

La culture du parfum au service de la vente
Le parfum : son pouvoir émotionnel et son langage
La découverte des leaders du marché, des marques de créateurs, des nouveaux acteurs du marché, des nouveautés
Les 4 expériences d'achat parfum
Les services liés à la découverte olfactive

La connaissance du soin : le conseil expert des produits cosmétiques

La connaissance du soin : le langage du soin au service de la cliente
L'hydratation, lutter contre l'âge (rides, fermeté, les soins premiums, les sérums super stars), : Les soins leaders et nouveautés
Les cosmétiques Hommes / Le soleil et la peau / Les soins corps : de la connaissance à la vente
La vente d'un rituel de soin

La connaissance du maquillage et des collections : l'application et l'argumentation du maquillage flash

Le réflexe du maquillage flash
Le conseil des produits leaders, des nouveautés et exclusivités en fonction des attentes de la cliente
La connaissance des nouvelles collections maquillage
La vente du maquillage, de l'application à la vente d'un rituel



Modules : **METIERS : Vendre, Animer, Former, Manager**

Faire vivre une Expérience Client personnalisée (sell-out)

L'évolution de la relation client
Les services de l'Expérience Client
Etablir un lien privilégié
Echanger avec professionnalisme et simplicité
Etonner par une argumentation sensorielle
Enchaîner de manière personnalisée et audacieuse, de la vente d'un rituel au cross selling, le Up-selling
Encourager à la fidélité
Les spécificités de la vente en institut

La vente en Anglais

Le langage de l'expérience client dans l'univers du luxe et de la beauté.

Le vocabulaire des différents univers
Suivi chaque semaine d'un module e Learning pour développer sa maîtrise.

Le rôle de l'animateur, du démonstrateur, responsable de secteur

Charte du démonstrateur, de l'animateur
Les techniques pour s'affirmer en professionnel

Les techniques de négociation commerciale adaptées à l'univers de la beauté (Sell in)

Avec le responsable de magasin et son équipe :
S'intégrer et fédérer l'équipe autour des valeurs et de la performance d'une marque
Vendre une action commerciale auprès de succursales (nouveautés et animations commerciales, recommandations merchandising)
Préparer un entretien et savoir se définir des objectifs (hors du point de vente et devant le linéaire)
Argumenter et obtenir un accord
Gérer efficacement ses appels téléphoniques
S'auto évaluer

La création et l'animation d'un projet de formation

Utiliser un contexte et une problématique
Créer un contenu de formation au service de l'expérience client
Une méthode, une attitude, des outils et jeux pédagogiques
La dynamique de groupe
L'animation d'un module de formation en étant centré sur les participants
Le rôle de formateur coach en point de vente
Le suivi de l'impact de la formation en points de vente et/ou via les réseaux sociaux

Le Management opérationnel

Le manager opérationnel accompagnateur développeur de talents
Le management de proximité : piloter au quotidien la performance commerciale d'un point de vente et animer l'équipe
La définition des règles du jeu et leurs rappels
L'animation des rencontres managériales : entretiens de recrutements, l'intégration, la réunion d'équipe, l'écoute de vente
Les clés de la motivation
La création et l'animation d'un brief d'équipe
La compréhension du back office : stock, démarque, reporting, planning, veille concurrentielle...

Découverte des marques

Intervention de marques leaders du marché de l'univers de la beauté concernant le story telling des maisons, les produits icônes et les métiers.

Les soft skills pour s'affirmer personnellement et professionnellement

L'aisance relationnelle
L'intelligence émotionnelle
La Process Com
Semaines à thèmes : Wording, grooming, agilité, audace, coopération...

Les épreuves de certification

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 debrief constructif « 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. Répérage 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.