



## Formation MANAGER SEPHORA avec EMA SUP

Classe dédiée

SEPHORA

**Votre futur métier :**  
Manager des ventes

**Le niveau de recrutement initial :** BAC+2 ou BAC avec 3 ans d'expériences professionnelles.

**Le diplôme préparé :**

**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**

- Un contrat de travail en apprentissage ou professionnalisation de 12 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 480 heures en alternance de Septembre à Août dont 25 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 omnicanale signée SEPHORA
- **Manager et motiver** les conseiller.e.s de vente autour d'objectifs communs
- **Animer** l'axe et la course à la performance
- **Animer les rencontres managériales** individuelles et collectives
- **Organiser et planifier** l'activité de l'axe.

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

A EMA SUP, on ne cherche pas son entreprise

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

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

**La connaissance du marché : le client, les marques et la distribution**

Les attentes du client aujourd'hui

Les chiffres clés des différents circuits de distribution,

L'approche omnicanale et RSE SEPHORA et marques

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

**Les parfums leader féminins, masculins**

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 premium, 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**

**L'animation des Bar à Beauté et des services.**

**S'affirmer avec la SEPHORA Attitude**

SEPHORA

EMASUP<sup>★</sup>  
PARIS

**Les étapes clés et les spécificités de la SEPHORA ATTITUDE :**

L'évolution de la relation client, l'approche DISC® au service de la personnalisation.

Les services de l'expérience client Omnicanal

Les étapes clés et les spécificités de la SEPHORA ATTITUDE

**La vente en Anglais**

Le vocabulaire des cosmétiques et des parfums

Les mots- clés de l'Expérience client en Anglais

Utilisation d'un mémento de vente en Anglais, Accès illimité à BABEL® dans le cadre d'une progression personnalisée.

**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 exclusives et SEPHORA Collection, TT, PM, Carte de fidélité, KS 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 et du feedback.

**Manager et motiver une équipe**

Les clés d'une communication efficace en entreprise, la technique WINNING PITCH®

Le rôle de manager au coach (rôle, styles d'animation) Les clés de la motivation

La connaissance des tribus générationnelles, du multiculturalisme et de la PROCESS COM® au service de l'accompagnement

L'intelligence collective, relationnelle et émotionnelle.

L'animation des rencontres managériales individuelles et collectives : l'entretien de recrutement, l'entretien d'évaluation, l'entretien professionnel..

La définition des règles du jeu et leurs rappels

La formation, une attitude, des outils et jeux pédagogiques, la dynamique de groupe

La création et l'animation d'un point formation.

**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

Le pilotage du Backoffice

Les épreuves de certification (180 UCTS) / Pour obtenir la certification, il faut obtenir la moyenne à chaque bloc de compétences. Un bloc est acquis à vie.

	COMPETENCES	MODALITE D'EVALUATION	MODE D'EVALUATION
<b>BLOC 1</b> 15 ECTS	<b>Analyser la stratégie Retail des marques et des enseignes Mode &amp; beauté et construire des plans d'actions</b>	<b>Etude de cas :</b> 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 devant un jury.	Note de synthèse rédigée et oral de soutenance
<b>BLOC 2</b> 15 ECTS	<b>Gérer et animer une équipe Retail Mode &amp; beauté et chacun de ses collaborateurs</b>	<b>Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre managériale individuelle.</b>  <b>Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre managériale d'équipe.</b>	Oral  Oral
<b>BLOC 3</b> 15 ECTS	<b>Déployer des plans d'action commerciale et enrichir l'expérience client tant française que internationale en lien avec la stratégie de l'enseigne et/ou de la marque</b>	<b>Mémoire et soutenance</b> 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 est rédigé et soutenu. (Comprenant 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).	Ecrit Oral
<b>BLOC 4</b> 15 ECTS	<b>Piloter la gestion budgétaire d'un axe, rayon, espace ou secteur mode &amp; beauté</b>	<b>ETUDE DE CAS individuelle :</b> Pilotage chiffrée d'un axe mode ou beauté.	Etude cas à l'écrit