



Conseiller.ère de vente omnicanale SMCP RETAIL LAB

Classe dédiée
SANDRO – MAJE – CLAUDIE PIERLOT - FURSAC



Votre futur métier :

Vendeur.euse, conseiller.ère de vente

Le niveau de recrutement initial :

SMCP / EMA SUP recrutent tous les talents passionnés de la relation client !

Pas de pré-requis académique.

Le diplôme préparé :

Certification « **conseiller de vente omnicanale mode et beauté** » de EMA SUP enregistrée au RNCP par France Compétences, niveau 4. Décision de France Compétences du 27/03/2024, RNCP 38831.

Les avantages de la formation :

- Un contrat de travail de 12 mois avec une marque, associé à une formation en alternance dispensée par EMA SUP en collaboration avec des capsules animées par l'IFM (Institut Français de la Mode) et des ateliers animés par les Maisons du groupe SMCP.
- L'expertise dans le conseil et la vente des univers mode et accessoires
- Des techniques de ventes concrètes adaptées au retail Mode
- Une approche concrète de l'évolution du métier de conseiller.ère de vente omnicanale
- Un principe d'alternance qui permet chaque fin de semaine de mettre en pratique les connaissances acquises

La durée de la formation :

Formation de 460 heures en alternance.

Contrat d'apprentissage / contrat de PRO. pour candidatures spécifiques, plus de 30 ans.

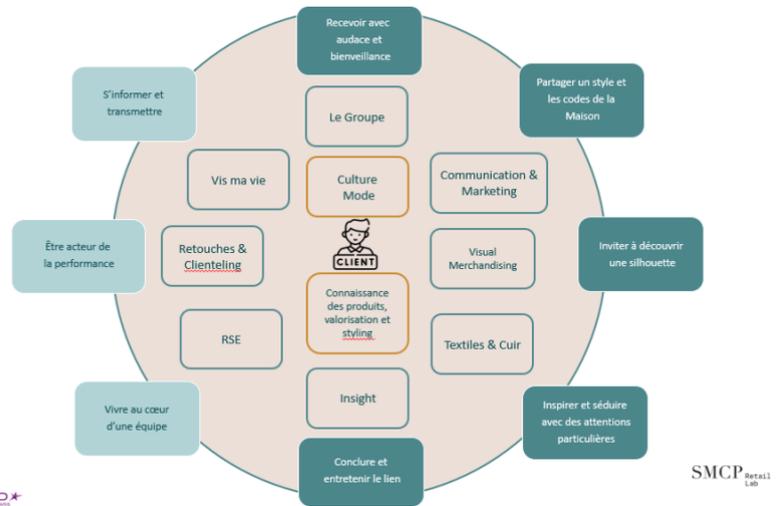
Tous les lundis et les mardis matins en centre de formation CFA EMASUP / fins de semaine en points de vente suivant un planning annuel cohérent avec les moments forts du retail.

Les objectifs « métier » de la formation :

- **Faire vivre** l'expérience client des différentes Maisons du Groupe SMCP à un.e consommateur.trice final.e
- **Vendre** avec expertise les univers mode, accessoires
- **Animer** un point de vente et participer à la course à la performance
- **Animer les services** physiques ou digitaux sur/hors floor (click & collect, call & collect, personnalisation...)
- **Dynamiser** les ventes, promouvoir les collections et la vente digitalisée.

Programme détaillée de la formation :

Schéma de synthèse du programme :
Tout part du CLIENT.



Le.la conseiller.ère dans la relation client

Recevoir avec audace et bienveillance

Grooming des différentes Maisons / Expression / Gestuelle / Multiculturalisme / Intergénérationnel / Accueil d'une clientèle internationale / L'accueil de personnes en situation de handicap / Small talk et réaccroche / Observations actives du client / Intégration de l'expérience digitale dans l'expérience client.

Partager un style et les codes de la Maison

Style et attentes de la cliente / Ecoute active / Tendances de la mode / Produits emblématiques des marques Mode concurrentes / Les mots clefs de l'expérience client en anglais / Storytelling (cliente / maison / point de vente)

Inspirer et séduire avec des attentions particulières

Connaissance des produits et des univers (mode - cuir - maroquinerie - accessoires) / Vocabulaire des univers en

anglais / personnalisation des services et des conseils d'entretien / approche RSE au cœur de l'expérience client.

Inviter à découvrir une silhouette

Approche personal shopper / Composition d'une silhouette. Techniques pour s'affirmer en professionnel / La réponse aux questions d'une clientèle exigeante / L'accompagnement du client.e dans les différents univers / Rituels d'essayage / Cross Selling / Multiclient / Réflexe du stock virtuel

Conclure et entretenir le lien

Fidélisation / Clienteling / Communication écrite, téléphonique et vidéo en entreprise et avec les clients/

Gestion de la relation connectée (clic & collect, Pick up in store, ship from store, e-résa stock booking...)/Encaissement et détaxe / Sécurité / l'art d'offrir

Le.la conseiller.ère au sein de l'équipe RETAIL

Vivre au cœur d'une équipe

Une équipe / L'exemplarité / La prise de parole efficace en public : un pitch impactant / Les clefs de la motivation / Les notions de base du droit du travail / Les clefs d'une communication efficace en entreprise / Participation aux différentes tâches inhérentes à l'activité du point de vente (flux clients et animations marques) Réserve, réception, transferts, inventaires... Les soft skills pour s'affirmer professionnellement et personnellement / respect des règles d'hygiène et sanitaires

Etre acteur.trice de la performance

Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs et les actions de dynamisation / La participation à l'animation du brief d'équipe / le lancement d'une animation commerciale / Le suivi des principes de sécurité / la gestion du flux clients et du back office / Auto-évaluation

S'informer et transmettre

Le.la conseiller.ère de vente « INFLUENCER » (connaissances des tendances, blogueur.ses), le partage d'informations dans l'équipe (whatsapp, moodbord, challenge saison...)

La certification est attribuée lorsque les 3 blocs sont acquis. (Note de 10/20 nécessaire). Un bloc est acquis « à vie ».

<p>Bloc 1</p> <p>Développer les ventes en garantissant une expérience client omnicanale mode et beauté</p>	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'une rencontre client/conseiller en point de vente, en français ou en anglais. L'évaluation est individuelle. Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité des univers mode, le candidat réalise la simulation.</p>	<p>Le discours est clair et convaincant et correspond aux codes et usages des univers mode & beauté L'expérience client est réussie grâce à : * une cérémonie de vente maîtrisée * un lien avec l'actualité commerciale * une approche omnicanale. * une action de clientelling.</p>
<p>Bloc 2</p> <p>Proposer et animer les services client mode et beauté en phygital (physique + digital)</p>	<p>Mise en situation professionnelle orale reconstituée d'un service physique et/ou digital. Exemple : Appel téléphonique d'un client, proposition d'une sélection à distance, accueil d'un client clic & collect, pick up in store... L'évaluation est individuelle. Lors d'un oral de 15/20 mn devant un jury composé de professionnels en activité des univers mode , le candidat réalise la simulation et présente son travail.</p>	<p>Les objectifs du service à réaliser sont rappelés. Le discours est clair et convaincant Les offres de services sont connues et maîtrisées Les propositions sont en adéquation avec les besoins du client Les services à distance sont proposés Les outils digitaux sont utilisés à bon escient.</p>
<p>Bloc 3</p> <p>Effectuer les tâches courantes opérationnelles d'un espace spécialisée mode et beauté</p>	<p>Etude de cas écrit reprenant une situation réelle d'un point de vente des univers mode. Une série de questions ouvertes mesurent le niveau de compétences des candidats. L'évaluation est individuelle basée sur un document écrit.</p>	<p>La problématique posée du point de vente est comprise Les recommandations sont pragmatiques La culture des univers est actualisée et transverse</p>