

REFERENTIEL DE COMPETENCES DU TITRE PROFESSIONNEL ENTREPRENEUR DE LA COIFFURE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc n°1 : Création, gestion et développement de salon(s) de coiffure			
A.1.1. Identification et analyse de l'opportunité de création de salons de coiffure	C.1.1. Réaliser une étude de marché afin de connaître les caractéristiques de l'environnement dans lequel va évoluer l'entreprise et cerner les besoins et attentes du client-cible	Mise en situation professionnelle Présentation d'un plan de création ou de reprise d'un ou plusieurs salons de coiffure	- L'étude de marché permet de cerner le marché, l'offre, la demande et l'environnement de votre projet
A.1.2. Modélisation d'un projet d'entreprise de coiffure	C.1.2. Modéliser un projet d'entreprise de coiffure en cohérence avec les ressources, environnement et objectifs afin de se donner un cadre et passer à la phase opérationnelle	Le projet présente : - une étude de marché - le statut juridique choisi - les investissements et financements	- La stratégie de l'entreprise est définie et les objectifs sont déclinés
A.1.3. Valorisation du projet auprès d'acteurs économiques	C.1.3. Valoriser son projet auprès des acteurs socio-économiques en lien avec le développement de l'entreprise afin de bénéficier de leur appui potentiel	- les modes de gestion - les tableaux de bords adaptés et permettant le suivi de l'activité	- Les acteurs économiques sont associés au projet
A.1.4. Choix d'un régime juridique	C.1.4. Identifier les différents statuts juridiques et leurs caractéristiques afin de choisir la forme juridique qui		- Le choix du statut juridique prend en compte l'analyse

	<p>conditionne l'organisation, le fonctionnement de l'entreprise ou encore le futur statut du dirigeant.</p> <p>C.1.5. Définir le cadre juridique, fiscal et social adapté à une entreprise de coiffure afin d'optimiser le pilotage de l'entreprise</p>	<p>Le candidat identifie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les forces et faiblesses - les opportunités et contraintes liées au projet de création et développement d'une entreprise de coiffure 	<p>des impacts fiscaux et sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cadre juridique, fiscal et social est adapté à l'entreprise
A.1.5. Etablissement d'un plan de financement prévisionnel	<p>C.1.6. Définir un plan de financement prévisionnel afin de s'assurer de l'équilibre financier du projet en récapitulant l'ensemble des besoins financiers du projet et les ressources apportées.</p> <p>C.1.7. Effectuer une première estimation de chiffres d'affaires prévisionnel en rapprochant les éléments concernant l'environnement économique et la clientèle visée.</p>	<p>Après avoir déposé son dossier, le candidat le présentera devant des évaluateurs et répondra à leurs questions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les besoins éventuels de financement et les ressources potentielles sont identifiés - Les objectifs de chiffres d'affaires fixés sont cohérents au regard des moyens
A.1.6. Contrôle et suivi de l'activité	<p>C.1.8. Gérer au quotidien et piloter opérationnellement l'entreprise de coiffure afin d'anticiper des déséquilibres de trésorerie grâce à l'échéancier des créances et des dettes et analyser les coûts de revient et les marges</p> <p>C.1.9. Exploiter les ratios et analyser les résultats du bilan et compte de résultat afin d'apprécier la santé financière d'une entreprise de coiffure</p> <p>C.1.10. Construire des tableaux de bord adaptés à la stratégie de l'entreprise de coiffure en déterminant les indicateurs de performance les plus pertinents afin de mesurer la performance économique et financière de</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Le pilotage de la trésorerie est organisé - Les éléments du bilan et du compte de résultat sont exploités et interprétés correctement. - Les indicateurs de pilotage significatifs et les mesures de performance de l'activité sont identifiés

	l'entreprise		
--	--------------	--	--

Bloc n°2 : Management, encadrement et formation du personnel

<p>A.2.1. Recrutement du personnel</p>	<p>C.2.1. Gérer les recrutements du personnel (de la publication des annonces à la conduite des entretiens et à la signature du contrat) afin de trouver un candidat dont le profil est en adéquation avec les besoins et attentes de l'entreprise de coiffure</p> <p>C.2.2. Conduire un entretien de recrutement en maîtrisant les techniques de questionnement afin de cerner la personnalité et les compétences du candidat et obtenir l'information utile</p> <p>C.2.3. Identifier les classifications et qualifications de la convention collective de la branche coiffure afin de les appliquer lors de l'embauche et de la conclusion d'un contrat de travail</p>	<p>Mise en situation <u>professionnelle reconstituée – jeu de rôle</u> Conduite d'entretiens individuels des membres de l'équipe.</p> <p>Le centre de formation fournira au candidat des informations sur le salon de coiffure, son activité, les membres de l'équipe, ... A l'appui de ces informations, le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - conduire des entretiens de recrutement - conduire des entretiens avec différents membres de l'équipe, - analyser les problématiques rencontrées, - gérer les plannings des équipes - définir des actions de communication interne - identifier les axes d'amélioration. - construire des tableaux de 	<ul style="list-style-type: none"> - La gestion des recrutements respecte une méthodologie précise basée sur une analyse préalable des besoins de l'entreprise et du profil recherché - Les motivations du candidat sont recherchées tout au long de l'entretien - Le contrat de travail tient compte de la convention collective de la branche coiffure
<p>A.2.2. Management des équipes au quotidien</p>	<p>C.2.4. Fixer des objectifs à chaque collaborateur afin d'orienter l'action de son équipe et de susciter la motivation individuelle des membres de l'équipe</p> <p>C.2.5. Structurer une démarche de délégation afin de permettre aux membres de l'équipe de s'impliquer, prendre des initiatives, donner plus de sens à leurs propres missions et valoriser leurs compétences</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs de chaque membre de l'équipe sont formalisés - Les modalités de mise en œuvre de la délégation sont précisées 	
<p>A.2.3. Gestion du planning des équipes</p>	<p>C.2.6. Anticiper les volumes et les pics d'activité</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La charge de travail de 	

<p>dans le respect des dispositions légales, réglementaires et conventionnelles s'appliquant au secteur de la coiffure</p>	<p>connus à partir des analyses de la fréquentation afin de réaliser les plannings de travail du personnel en respectant les durées légales de travail, temps de repos et gestions des absences</p>	<p>bord pour gérer la masse salariale</p>	<p>l'équipe est panifiée et répartie</p>
<p>A.2.4. Gestion de la communication interne</p>	<p>C.2.7. Déployer une stratégie de communication interne afin d'assurer la cohésion de l'équipe et d'instaurer un climat social serein au sein de l'entreprise</p>	<p>Durée de l'entretien : 20 minutes Réponses aux questions de l'évaluateur : 20 minutes</p>	<p>- La communication interne est en adéquation avec les objectifs et l'équipe</p>
<p>A.2.5. Développement des compétences du personnel</p>	<p>C.2.8. Elaborer un plan de formation en identifiant les besoins individuels et collectifs et les axes d'amélioration afin de développer les compétences des membres de l'équipe</p>		<p>- Les besoins en formation du personnel sont bien cernés</p> <p>- Les actions de formations sont chiffrées et priorisées</p>
<p>A.2.6. Gestion de la masse salariale</p>	<p>C.2.9. Définir et analyser les évolutions de la masse salariale en mettant en place un tableau de bord de suivi afin d'optimiser les frais de personnel en minimisant les charges sociales patronales</p>		<p>- Les outils sont conçus pour optimiser la gestion de la masse salariale</p>

Bloc n°3 : Gestion commerciale et la communication d'une entreprise de coiffure

<p>A.3.1. Mise en place d'actions commerciales</p>	<p>C.3.1. Construire un plan d'actions commerciales (cibles, argumentaires, ...) en structurant les étapes afin de réaliser ses objectifs de vente</p>	<p>Mise en situation professionnelle – dossier Présentation d'un plan de commercialisation et de communication.</p>	<p>- Les objectifs commerciaux sont définis</p>
<p>A.3.2. Elaboration d'une stratégie de communication et marketing</p>	<p>C.3.2. Construire un plan de communication en définissant les publics-cibles afin de développer le portefeuille clients de l'entreprise de coiffure</p> <p>C.3.3. Choisir et réaliser les outils de communication les plus pertinents qu'il s'agisse de supports « papier » (plaquettes, flyers, affiches, dossiers, communiqués et dossiers de presse...), visuels (photos, vidéos...) ou numériques (réseaux sociaux, newsletters, site web, mailings...) afin de mettre en œuvre une stratégie de communication et des outils correspondant aux objectifs et aux caractéristiques de l'entreprise de coiffure</p>	<p>A partir d'un projet réel ou fictif, le candidat devra élaborer une stratégie de commercialisation et communication de lancement d'une prestation, d'une marque, d'un produit veillant à respecter une enveloppe budgétaire allouée.</p> <p>Le candidat effectuera des choix argumentés et proposera des utilisations raisonnées des différents outils</p>	<p>- La stratégie de communication est bâtie en fonction du contexte et des cibles prioritaires.</p> <p>- Les supports de communication choisis et réalisés sont efficaces et attractifs</p>
<p>A.3.3. Elaboration d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux</p>	<p>C.3.4. Elaborer un plan d'actions de communication digital présentant la marque, l'entreprise, les nouveaux produits, les nouvelles prestations à des cibles spécifiques : clients, influenceurs, prescripteurs, ... afin de développer la présence et la visibilité en ligne de l'entreprise et/ou de la marque</p>		<p>- La stratégie de contenu mise en place est cohérente et adaptée au digital</p>
<p>A.3.4. Intégration des influenceurs dans la stratégie de communication</p>	<p>C.3.5. Choisir et repérer les influenceurs adaptés à son activité afin de les transformer en ambassadeurs de la marque et/ou de l'entreprise</p> <p>C.3.6. Définir une stratégie d'influence via une méthodologie : ciblage des influenceurs, messages clefs, supports, choix des réseaux sociaux, offres à</p>		<p>- Les influenceurs pertinents sont détectés</p> <p>- Les bonnes pratiques en matière d'influence sont</p>

	définir ... afin d'animer au quotidien les relations avec les e-influenceurs		identifiées
	C.3.7. Travailler sur plusieurs micro-communautés en détectant les sphères et centres d'intérêt de ses communautés afin de suivre et optimiser les retombées de sa stratégie d'influence		- Les résultats des actions sont mesurés
A.3.5. Communication interne sur les produits et services	C.3.8. Faire un brief à l'équipe pour que l'équipe s'approprie les produits et services et mette en valeur les nouveautés proposées, les nouvelles prestations, les nouveaux produits en respectant l'image de la marque et/ou de l'entreprise		- Le brief est structuré et prend en compte les objectifs marketing et les valeurs de la marque ou de l'entreprise
	C.3.9. Présenter les nouvelles tendances de la coiffure à l'équipe pour qu'elle s'approprie les caractéristiques stylistiques, esthétiques et techniques des nouveautés		- La présentation est structurée et reprend les informations : nouvelles tendances, spécificités techniques, ...

Bloc n°4 Création d'une signature stylistique et conseil aux clients

A.4.1. Analyse des demandes des clients en matière de coupes, couleurs, coiffures, ...	C.4.1.S'entretenir avec les clients afin de préciser les attentes du client en matière de coupe, couleurs, coiffure, soins du cheveu, ...	Mise en situation professionnelle reconstituée – jeu de rôle	- Les attentes du client sont analysées et identifiées avec justesse
A.4.2. Conseil des clients	C.4.2. Conseiller les clients afin de les guider vers des changements de styles de coiffures, d'application de couleurs, de poses d'extensions, etc. ...	Conseil des clients sur des coupes et coiffures et réalisation de la coupe et de la coiffure	- Les conseils tiennent compte des demandes du client
	C.4.3. Préciser les attentes des clients demandant des changements : lissages, bouclages afin d'apprécier les	Le candidat est évalué sur la gestion d'une séance de coiffure. Ils doivent accueillir le	- Les attentes de changement de coiffure exprimées par le

	<p>possibilités de changements de styles de coiffures, d'application de couleurs, de poses d'extensions, etc. ... et d'apporter les conseils adaptés</p> <p>C.4.4. Etudier avec le client la coiffure la plus adaptée en fonction de sa nature de cheveux, son look , les tendances et type d'évènement auquel il participe afin de mettre en beauté la personne</p>	<p>client, identifier ses attentes, le conseiller sur des choix de types de coupes et de coiffures qu'il doit réaliser. L'évaluation porte sur la prestation de conseil et sur les compétences nécessaires à la réalisation de coupes et de coiffures spécifiques : choix des techniques, travail du cheveu, création des effets recherchés, etc. Evaluation réalisée dans le cadre d'un espace de coiffure en présence de l'évaluateur. Bilan réalisé avec l'évaluateur à l'issue de la coiffure réalisée.</p>	<p>client sont clairement identifiées</p> <p>- Les propositions de coiffure sont adaptés aux clients et aux évènements</p>
A.4.3. Mise en œuvre de concept de coupes	<p>C.4.5. Etudier les morphologies afin de définir des styles de coupes et des coiffures adaptés aux expressions de visages du client et rechercher des mises en valeurs de traits de visages</p> <p>C.4.6. Etudier la nature des cheveux des clients et apprécier leur entretien, identifier des textures et des caractéristiques de cheveux afin d'orienter le choix des coupes (coupes droites, dégradées, graduées,...)</p>		<p>- L'analyse morphologique est utilisée correctement pour conseiller le client pour une coupe de cheveux</p> <p>- La nature des cheveux du client est prise en compte correctement pour le conseiller</p>
A.4.4. Mise en œuvre d'effets de coloration	<p>C.4.7. Identifier les demandes du client en matière de coloration afin de l'orienter et donner du relief ou du caractère à une coupe de cheveux</p> <p>C.4.8. Etablir un diagnostic précis afin de sélectionner la technique de colorimétrie adaptée au client et à ses attentes et choisir les produits adaptés en fonction du cheveu</p>		<p>- Les conseils en matière de coloration marquent l'identité artistique du candidat</p> <p>- Les conseils sont adaptés au client : ses attentes et la nature des cheveux</p>
A.4.5. Création d'une identité stylistique et d'un univers artistique	<p>C.4.9. Anticiper et analyser des phénomènes esthétiques, des tendances de mode en matière de coiffure et de comportements des clients afin de créer</p>		<p>- Les créations stylistiques sont liées aux tendance de mode et coiffure</p>

	<p>une identité artistique unique à l'entreprise</p> <p>C.4.10. Définir sa stratégie d'identité, son orientation stylistique et positionnement pour se démarquer face à la concurrence et créer une identité stylistique</p>		<p>- Une identité et une orientation stylistique sont définies</p>
<p>A.4.6. Veille sur le secteur de la coiffure et son évolution</p>	<p>C.4.11. Mettre en place une veille en s'appuyant sur différentes sources : salons professionnels, presse spécialisée, réseaux sociaux, influenceurs, ... afin d'anticiper les évolutions de la coiffure</p>		<p>- La méthode de veille permet d'identifier les nouvelles tendances</p>

La validation de l'ensemble des blocs de compétences permet la délivrance de la certification.
L'obtention de chaque bloc de compétences fait l'objet de la délivrance d'une attestation de compétences.