

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 32218**

Intitulé

Manager marketing et commercial en produits de luxe

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Association Nouvelle Ecole des Cadres

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Directeur général

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312m Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le ou la titulaire de la certification « Manager Marketing et Commercial en produits de luxe » a pour mission d'intégrer la conception (marketing), la communication et la mise en scène (marchandisage) d'un produit ou d'une marque de luxe.

A - Etablir un plan marketing et commercial, activer sa mise en œuvre opérationnelle dans le secteur du Luxe

B - Concevoir puis mettre en œuvre un plan de communication et le marchandisage d'un produit ou d'un service de luxe

C - Développer la rentabilité financière d'une structure de vente de produits ou de services de luxe ou le volume d'affaires d'une marque de luxe

D - Manager les équipes et l'environnement dans le secteur du luxe

E - Intégrer et mettre en oeuvre l'ensemble des processus marketing et commerciaux des produits et services du luxe

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Les secteurs d'activité visés par la certification sont : la haute couture, la mode ou les accessoires de mode, la joaillerie, l'horlogerie, les parfums, les vins et spiritueux, la lunetterie, l'art de la table, l'hôtellerie haut de gamme, l'organisation de voyages exclusifs, la gastronomie et par extension les produits ou marques haut de gamme dans d'autres secteurs.

Chef(fe) de marque ou chef de produits de luxe

Chargé(e) de mission ou de projet marketing dans le secteur du luxe

Responsable Marketing dans le secteur du luxe

Directeur(trice) marketing en produits de luxe

Directeur(trice) d'une entité de vente de produits de luxe

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

E1103 : Communication

D1406 : Management en force de vente

D1301 : Management de magasin de détail

Réglementation d'activités :

aucune

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Pour toute voie d'accès, l'ensemble des blocs de compétences constitue la certification dans son entièreté.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 32218 - Manager les équipes et l'environnement dans le secteur du luxe</p>	<p>Descriptif et modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Décrypter les objectifs d'une politique RH en analysant chaque processus : recrutement, évaluation des collaborateurs, organisation et répartition des tâches, formation et développement des ressources humaines ü Mesurer l'adéquation d'un plan de formation aux objectifs poursuivis par l'entreprise ü Analyser la politique de rémunération de l'entreprise en mobilisant les principales théories de la motivation : pyramide de Maslow, Motivation intrinsèque et extrinsèque, ... <p>Sur la base d'un cas fourni par le certificateur qui propose une mise en situation simulée autour de 3 thématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Management d'une force vente - Organisation, répartition et coordination des tâches - Gestion et motivation des hommes <p>L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'une présentation orale devant un jury de professionnels du luxe.</p> <p>Une attestation sera délivrée en validant les compétences.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 32218 - Développer la rentabilité commerciale d'une unité de vente de produits, de services ou d'une marque de luxe</p>	<p>Descriptif et modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Analyser la performance commerciale à travers des indicateurs de suivi financier ü Analyser et caractériser le dispositif de suivi commercial d'une entreprise, d'une marque ou d'une gamme de produits de luxe ü Interpréter le schéma organisationnel, la répartition et la coordination des tâches d'une entité commerciale ü Appréhender la gestion administrative et commerciale d'une surface de vente exclusive ou sélective ü Analyser les termes d'un contrat d'achat et les conditions générales de vente d'un produit de luxe en mobilisant les éléments de base du droit commerciale ü Diagnostiquer les forces et faiblesses d'une chaîne d'approvisionnement client - fournisseur complète en intégrant : <ul style="list-style-type: none"> - Les spécificités liées aux produits de luxe : haute valeur transportée, fragilité des colis... - Les contraintes de la chaîne logistique <p><u>Objectifs</u> : -vérifier que les connaissances de base en finances et indicateurs de la performance commerciale sont maîtrisées.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérifier que les connaissances de base en protection de la propriété intellectuelle et artistique les éléments de base du droit commercial et du droit des contrats. <p>A partir de leur vécu professionnel, chacun doit établir un document d'observation et d'analyse sur les pratiques visant à mesurer et améliorer la performance commerciale d'une marque ou d'un produit de luxe.</p> <p>A partir de leur vécu professionnel, chacun doit établir un document d'observation et d'analyse sur les pratiques de l'entreprise en matière de gestion des clients et des fournisseurs.</p> <p>Une attestation sera délivrée en validant les compétences.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 32218 - Intégrer et mettre en œuvre l'ensemble des processus marketing et commerciaux des produits et services du luxe</p>	<p>Descriptif et modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Analyser les forces et faiblesses d'une organisation commerciale en intégrant les contraintes opérationnelles et sociales ü Concevoir une batterie d'indicateurs de performance pour une équipe commerciale ü Prendre la parole en public en optimisant l'impact produit sur l'auditoire <p>L'objectif est de produire un mémoire de synthèse de 50 pages hors annexe devant intégrer les 5 aspects majeurs de la certification :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le marketing opérationnel d'un produit de luxe 2. La communication autour de l'actif d'une marque de luxe 3. La rentabilité commerciale d'une unité de vente de produits de luxe 4. La communication et le merchandising de produits de luxe 5. Le management des équipes de vente dans le secteur du luxe <p>Une soutenance orale est prévue devant un jury de professionnels. Le sujet fil rouge doit être distinct des sujets choisis pour les cas réels.</p> <p>Une attestation sera délivrée en validant les compétences.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 32218 - Concevoir puis mettre en oeuvre un plan de communication et le merchandising d'un produit ou d'un service de luxe</p>	<p>Descriptif et modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifier les points forts et les faiblesses dans la communication d'une marque de luxe en analysant : l'identité de la marque, l'empreinte stylistique, la mise en scène produit, les supports de communication, la cohérence d'ensemble ✓ Développer une analyse critique concernant : le conditionnement d'un produit de luxe, les supports de communication associés à une marque de luxe, la mise en scène produit sur un salon professionnel ✓ Mettre en scène un produit de luxe sur un lieu de vente en faisant appel au cinq sens et en respectant l'identité de la marque ✓ Agencer un espace de vente en utilisant les techniques de merchandising spécifiques aux produits de luxe ✓ Concevoir une animation promotionnelle sur un lieu de vente en s'adressant à une clientèle haut de gamme <ul style="list-style-type: none"> - Etude de l'image de la marque - Analyse d'un plan de communication - Recommandations pour le merchandising - Animation promotionnelle autour d'un produit de luxe <p>L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'un rendu écrit.</p> <p>Une attestation sera délivrée en validant les compétences.</p>

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°5 de la
fiche n° 32218 - Etablir un plan
marketing et commercial,
activer sa mise en œuvre dans
le secteur du Luxe

Descriptif et modalités d'évaluation :

ü Caractériser la stratégie marketing d'une marque ou d'une entreprise en maîtrisant les outils du diagnostic stratégique

ü Concevoir un plan marketing multicanal opérationnel comportant une partie digitale

ü Analyser les parts de marché, volumes de ventes, marges bénéficiaire en utilisant la statistique, l'analyse de données et la segmentation des clientèles

ü Réaliser des études de marché en analysant les besoins des clients et les caractéristiques produits de la concurrence

ü Analyser les caractéristiques d'un nouveau produit en prenant en compte les aspects arts et culture spécifique au secteur du luxe

ü Etablir le Budget d'un plan marketing associé à une marque ou à un produit de luxe en maîtrisant les techniques de planification financière

- Analyse de l'environnement socioéconomique global de la marque

- Evolution des Parts de marchés et autres métriques du benchmark^[1]

- Impact de la globalisation et du digital sur l'évolution de la marque

Evaluation : présentation orale devant un jury composé d'intervenants professionnels spécialistes du secteur Luxe. Production d'un document écrit de 15 à 25 pages hors annexe.

Sur la base d'un cas fourni par le certificateur, chaque participant est chargé d'analyser le processus de développement d'une marque de luxe à l'international.

Contenu du cas :

- Etude de marché et de la concurrence

- Budget plan marketing opérationnel

- Planification pluriannuelle

L'évaluation individuelle est réalisée à partir d'un rendu écrit.

Une attestation sera délivrée en validant les compétences.

^[1]Le benchmark est constitué par les entreprises ou marques appartenant au même groupe stratégique

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	<p>7 personnes composent le jury Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 80%</p> <p>Actuellement, Président du jury : dirigeant ou cadre dirigeant du secteur du luxe.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collège des cadres et employés.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collèges des cadres dirigeants et dirigeants (dont le Directeur Général du Groupe EDC Paris).</p>
En contrat d'apprentissage	X	<p>7 personnes composent le jury Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 80%</p> <p>Actuellement, Président du jury : dirigeant ou cadre dirigeant du secteur du luxe.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collège des cadres et employés.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collèges des cadres dirigeants et dirigeants (dont le Directeur Général du Groupe EDC Paris).</p>
Après un parcours de formation continue	X	<p>7 personnes composent le jury Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 80%</p> <p>Actuellement, Président du jury : dirigeant ou cadre dirigeant du secteur du luxe.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collège des cadres et employés.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collèges des cadres dirigeants et dirigeants (dont le Directeur Général du Groupe EDC Paris).</p>
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	

Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X	<p>7 personnes composent le jury Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification : 80%</p> <p>Actuellement, Président du jury : dirigeant ou cadre dirigeant du secteur du luxe.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collège des cadres et employés.</p> <p>50% des membres du jury sont issus du collèges des cadres dirigeants et dirigeants (dont le Directeur Général du Groupe EDC Paris).</p>
---	---	--

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française	X	

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 27 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 4 janvier 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé " Manager Marketing et Commercial en produits de luxe " avec effet au 1er juillet 2013 , jusqu'au 4 janvier 2022.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 14 février 2019 publié au Journal Officiel du 22 février 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'intitulé de la certification.

Pour plus d'informations

Statistiques :

Le nombre de titulaires de la certification s'élève à environ 20/25 titulaires chaque année.
Le salaire moyen 6 mois après la certification s'établit aux alentours de 35K€ bruts annuels.

Autres sources d'information :

De plus amples informations sont disponibles sur simple demande à l'adresse supdeluxe.com

Lieu(x) de certification :

70, galerie des Damiers - Paris La Défense1 - 92400 Courbevoie - France

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

70, galerie des Damiers - Paris La Défense1 - 92400 Courbevoie - France

Historique de la certification :

Le programme de certification a été créé en 1995 sous l'intitulé MBA « Luxury brand marketing and international management »

Certification précédente : [Manager marketing et commercial en produits de luxe](#)