

Programme de formation

Spécialisation CQP Conseiller de Vente Horlogerie-Bijouterie

Articles D.6231-1, D6321-3 et L.6353-1 du Code du travail

Le contexte

Au sein d'un secteur en grande mutation (la distribution) et aux spécificités uniques (ventes de pièces de grandes valeurs, perçues par le grand public comme qualitatives et distinctives – on les catégorise comme étant des produits accessoires de Luxe – et produits par un ensemble de marques prestigieuses en Europe et à l'international), les besoins de changements sont forts.

Avant même de proposer une étude sur la posture du conseiller en magasin, il est important d'impacter les modifications emmenées par les nouvelles technologies (le consommateur est devenu acteur voire expert : il peut se renseigner et acheter on-line) sans pour autant perdre de vue le caractère artisanal (et donc technique) du produit.

De fait, il conviendra d'intégrer au sein de ces formations nouvelles, deux segments importants qui constitueront le socle de base :

1. La connaissance globale et stratégique des entreprises et réseaux de distributions spécifiques à nos métiers (indépendants, commerces associés, groupements d'entreprises, succursales parfois associés à des outils digitaux ou e-commerce)
2. la connaissance experte du produit bijoutier et horloger dans un contexte de mise en vente et de transmission (le conseiller est un conteur d'histoire et il est garant de l'expertise métier – il est le maillon entre la création et l'acte de vente).

Au-delà, nous recherchons, via la distribution de ces CQP spécialisés, à pérenniser les parcours individuels en apportant un ou des blocs de compétences valorisables en d'autres secteurs ou circonstances. Il est important de ne pas perdre de vue que le conseiller, au-delà de sa mission quotidienne, peut être un relais de fidélisation pour la politique interne de l'entreprise. En valorisant, on transforme (comme un pignon horloger associé à sa roue).

Une part importante du dispositif sera dédiée à la transmission. En effet, 94 % des entreprises du secteur sont des entreprises de moins de 10 salariés au sein desquelles la circulation de l'information est primordiale.

Ainsi, les cursus CQP tels qu'envisagés à l'Académie des Métiers d'Art dans le contexte exposé seront :

- orientés connaissance secteur
- orientés connaissance métiers et produits
- valorisables pour les salariés de la branche
- fondés sur le partage et la circulation de l'information

Prérequis ou public concerné

- Tout Public sans prérequis.
- Un entretien de motivation préalable aura lieu avant toute inscription : celui-ci visera à mettre en avant le projet professionnel et la nécessité de suivre une formation et / ou de valider un acquis. Il sera composé de 3 parties :
 - Une discussion ouverte au sujet du parcours déjà réalisé :
 - Analyse comportementale,
 - Evaluation du niveau de connaissance du métier visé (QCM + questionnaire oral)
 - Présentation orale et capacité de synthèse
- Une présentation du projet professionnel (permet de déterminer le réalisme du projet et la capacité du demandeur à formuler des objectifs concrets)
- Une simulation de vente (analyse du « tempérament » commercial du demandeur)

Après cet entretien, il sera donné la possibilité aux personnes considérées comme détentrices d'une ou plusieurs compétences exposées dans le référentiel, de suivre un ou plusieurs modules après établissement d'objectifs précis ou a contrario de bénéficier d'une réduction de parcours. Un programme ainsi qu'un planning individuel seront obligatoirement formalisés avec le Responsable pédagogique.

Le programme discuté devra préciser les modalités d'acquisition des compétences ainsi que les modalités de validation de ces mêmes compétences (Suivi de modules spécifiques, QCM, oral, etc.).

Objectifs pédagogiques et Programme

Accueil client en magasin (28 heures)	
<p><u>Objectifs pédagogiques :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueillir le client dans l'esprit de l'entreprise ou d'une marque • Assurer un accueil multi-clients • Accueillir de manière très basique le client en langue anglaise et en s'adaptant aux spécificités interculturelles 	
<p><u>Savoirs/ thématiques abordé(e)s :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'accueil client : une phase clé dans la relation et la fidélisation client en magasin • Les techniques d'accueil client • La découverte du client : typologie des parcours client ; typologie des comportements et des attentes • Faire face aux spécificités culturelles des clientèles touristiques, une première approche • Anglais de la bijouterie (Accueil basique) 	<p><u>Méthodologie et outils appliqués</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Entretiens filmés • Jeux de rôles • Evaluations par un tiers lors de mises en situation spécifiques • Analyses documentaire • Cahier de jeux • Cahier de vocabulaire en anglais • QCM

Analyse du besoin et argumentation de la vente (42 heures)	
<p><u>Objectifs pédagogiques :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Questionner et identifier les besoins du client • Conseiller et assister le client dans ses choix • Proposer une montée en gamme, une vente complémentaire ou un service • Expliquer les garanties • Répondre aux objections du client 	
<ul style="list-style-type: none"> • L'évolution sociologique des bijoux et de l'horlogerie : la place des bijoux et de l'horlogerie aujourd'hui et les impacts induits sur la vente • Le client (typologie) et la valeur produits : quelles évolutions ? • Le conseiller de vente : valeur ajoutée et posture selon la typologie et le parcours client ? • Les phases d'animation d'une vente (découverte du client, conseil et argumentation, traitement des objections, etc.) : approches, techniques et outils. • Protocoles de présentation et de mise en valeur des produits au client • Les techniques 	<p><u>Méthodologie et outils appliqués</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse de bijoux • Etude comparative entre bijoux en apparence similaires • QCM • Une visite à la galerie des bijoux du Musée des Arts Décoratifs + un Musée spécialisé dans une période • Présentation à l'oral (20 minutes) d'un bijou emblématique • Exercices de lecture sur un assortiment de bijou à l'aide d'une loupe • Visite d'un bureau de garantie • QCM

Conclusion de la vente et fidélisation (35 heures)	
<p><u>Objectifs pédagogiques :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Renseigner le client sur l'offre de produits et sur les services • Renseigner le client quant à la demande sur les offres tarifaires et les avantages magasin • Réaliser la vente • Appliquer la réglementation en vigueur liée à la vente de produits bijoutiers / horlogers • Proposer le programme de fidélisation en vigueur dans l'entreprise • Prendre congé conformément à la pratique en vigueur dans le magasin 	
<p><u>Savoirs/ thématiques abordé(e)s :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'approche omni-canal dans le process de vente et de satisfaction client • La proposition de service : quelle valeur ajoutée ? • Réalisation et process de conclusion de la vente en magasin • Comment réussir une prise de commande ? • Outils (base de données) et techniques de fidélisation client • la réglementation en vigueur liée à la vente de produits bijoutiers / horlogers • La prise de congé : l'ultime étape dans la relation client en magasin 	<p><u>Méthodologie et outils appliqués</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Entretiens filmés • Mises en situation • Elaboration d'un programme de fidélité

Renseignement et conseil techniques sur les produits (56 heures)

Objectifs pédagogiques :

- Mettre en avant les renseignements techniques d'une montre pour conseiller
- Mettre en avant les renseignements techniques sur les produits bijoutiers en métal avec ou sans pierres pour conseiller
- Indiquer les possibilités d'adaptation des bijoux ou des montres

Savoirs/ thématiques abordé(e)s :

Bijouterie

- Données actualisées au sujet du secteur
- Comment le secteur est-il organisé ?
- Le cycle de création et l'illustration de concepts
- La chaîne de transformation et de valorisation
- La matière première
 - Qu'est-ce qu'un métal ?
 - Comment peut-on changer la nature d'un métal ?
 - Qu'est-ce qu'un alliage ?
 - L'or
 - L'or et ses alliages
 - Les alliages
 - Les titres des alliages d'or
 - L'argent
 - Le platine
 - Les alliages de métaux communs et leurs usages
 - Les métaux interdits ou peu recommandés
- La notion de responsabilité
- Focus sur les métiers techniques
- Focus sur les métiers liés aux Arts Décoratifs

Horlogerie

- Une Histoire rapide de la mesure du temps
- Les dates emblématiques (fresque)
- Panorama des marques horlogères, bijoutières et en licences
- La création Horlogère
- Les métiers et les principaux fabricants de composants
- Les différents mouvements expliqués
- Les complications
- Les éléments d'habillage de la montre
- Les précautions à prendre

Gemmologie

- Présentation
- La gemmologie
- Propriétés des gemmes
- La demande
- Sécurité du consommateur : Décret N° 2002-65 du 14 janvier 2002 CIBJO - CITES
- Les gemmes :
 - A – Le diamant :
 - Présentation
 - Certificat de laboratoire
 - Les 4C
 - Le Rapaport
 - B – Les gemmes de couleur
 - Certificat de laboratoire Les familles: corindon, spinelle, béryl, grenat, tourmaline, spodumène, quartz, calcédoine, péridot, opale, nacre, corail.
- Les perles

Méthodologie et outils appliqués

- Etude de cas Baccarat + Dior
- QCM

- Etude de cas Reverso et Royal Oak
- QCM
- Visite du Musée Breguet à Paris.

- Une visite au Musée des Mines
- Analyse de pierres avec les outils du débutant
- QCM

Proposition d'un service et d'une opération après-vente (21 heures)

Objectifs pédagogiques :

- Identifier la demande du client
- Examiner et / ou manipuler le produit défectueux ou présentant un dysfonctionnement
- Appliquer les procédures simples de SAV dans le cadre d'un retour produit
- Conseiller et informer le client sur les services après-vente
- Proposer une intervention après-vente
- Prendre en charge le produit
- Etablir un devis, rédiger un ordre de réparation
- Réaliser une intervention simple de SAV : changement de piles sur les montres simples, changement et pose d'accessoires (bracelets, etc.), mise à tailles des bijoux, nettoyage...
- Restituer la montre / le bijou au client
- Appréhender la technique de perçage de l'oreille
- Gérer une réclamation, un litige client

Savoirs/ thématiques abordé(e)s :

- Prise en charge d'une demande de SA :
 - Les obligations juridiques
 - La relation client dans le cadre du SAV
 - La prise en charge du produit
 - Les procédures simples dans le cadre d'un retour produit
 - Conseil, information et proposition sur les opérations de SAV
 - Les documents d'opération SAV : devis, ordre de réparation
 - La restitution du produit d'horlogerie ou de bijouterie
- Opérations simples de SAV en Horlogerie
- Opérations simples de SAV en Bijouterie
- Le perçage d'oreille (Obligation légales et informations au client)
- Gestion des réclamations et litiges clients : obligations, procédures et postures

Méthodologie et outils appliqués

- Exercices de SAV en ateliers
- Devis après analyse de documents
- Analyse de produits et relevés de conformité

Facturation et encaissement (14 heures)

Objectifs pédagogiques :

- Procéder à l'ouverture et à la fermeture de la caisse
- Expliquer les différentes conditions de vente possible
- Appliquer la détaxe si nécessaire
- Procéder à l'encaissement
- Etablir une facture en respectant les procédures de l'entreprise
- Etablir les documents nécessaires relatifs à la vente d'une montre ou d'un bijou

Savoirs/ thématiques abordé(e)s :

- Ouverture et fermeture de la caisse : procédure et principe de précaution
- La « détaxe » : principe et application
- Les différentes conditions de vente possible
- Les différents types d'encaissement et les risques « paiement » associés : principes de précaution
- Vente et facturation : obligations réglementaires et administratives

Méthodologie et outils appliqués

- Mise en situation
- Analyse de document
- Rédaction d'une procédure fictive pour la facturation et l'encaissement

Participation au merchandising et à l'animation commerciale (35 heures)

Objectifs pédagogiques :

- Disposer les produits dans les vitrines et les présentoirs
- Contribuer au bon état marchand du magasin
- Participer à la mise en place d'opérations commerciales
- Appréhender la dynamique d'équipe (appréhender son rôle au sein du magasin, savoir se situer dans l'équipe, communiquer avec l'ensemble de l'équipe, apporter des conseils aux collaborateurs, ...)

Savoirs/ thématiques abordé(e)s :

Les principes du merchandising

- Le Merchandising et la communication marchande
 - la règle des 5 b
 - la construction d'une vitrine : Animée et changeante !
 - la création de l'impact visuel de la vitrine
 - les principaux moyens pour créer l'impact
 - les différents types de vitrines
 - L'impact psychologique
 - L'implantation
 - Le classement des produits
 - La mise en place des produits
 - La règle d'or : Les 3 points, le regard, Les règles de base, Méthode de pose
 - Une vitrine réussie : quelques exemples
-
- Les principaux indicateurs de la performance commerciale (significations, compréhension et interprétation)
 - Dynamique commerciale : les enjeux des opérations commerciales

Méthodologie et outils appliqués

- Une visite au Forum des Halles + TP
- Une visite Place Vendôme + TP
- Mise en marché d'une gamme fictive dans une vitrine standardisée
- QCM

Epreuve de synthèse de 3 pages et soutenance à l'oral

Contribution à la sécurité des personnes et des produits (7 heures)

Objectifs pédagogiques :

- Appréhender les notions de risque en horlogerie-bijouterie
- Contribuer à la sécurité des personnes et des biens

Savoirs/ thématiques abordé(e)s :

- Les risques encourus en horlogerie-bijouterie
- La sécurité sur le point de vente : procédures et consignes
- De la prévention des risques à la réaction face aux risques

Méthodologie et outils appliqués

- Jeux de rôles
- Analyses documentaire
- QCM

Moyens d'évaluation mis en œuvre et suivi

Pendant la formation, l'utilisation d'un carnet de suivi opérationnel du stagiaire (en ligne via l'usage de Google doc – format accessible gratuitement à tous) permettra d'échanger entre les trois parties (l'entreprise sera présente si le stagiaire a signé un contrat de professionnalisation ou stage). L'objet de ce carnet est d'assurer une bonne compréhension pour chacun de ce qui se passe en cours et en entreprise. Les modules de formations y sont notés et objectivés ; ils prennent appui sur le référentiel de certification du CQP concerné. Chaque fin de module, les notes ou appréciations obtenues y sont reportés. Cette notation déclenche automatiquement la mise en œuvre d'un cas pratique en entreprise. Celui-ci sera décrit par le tuteur dans le cahier.

Un entretien de mi-parcours est également prévu. Il permettra de faire un point sur la pratique avant la visite de l'entreprise.

L'évaluation du stagiaire sera constituée de deux volets :

- un Contrôle Continu en cours de Formation (validations partielles au nombre variable selon le CQP choisi). Les tests peuvent être oraux ou écrits (Etudes de cas réels ou fictifs, Dossiers, QCM, entretiens filmés, etc.)
- des Epreuves Ponctuelles ayant pour objet la remise d'un mémoire (dossier établi en fonction du bloc de compétences visé au sein du référentiel) et sa validation (obtention de la note 10/20 ou supérieure obligatoire) après passage devant un jury composé de professionnels.

En fin de cursus, en dehors de l'obtention du CQP, remise d'une attestation de fin de stage validant l'acquis des connaissances (une note globale sera attribuée et commentée).

Moyens pédagogiques et techniques mises en œuvre

Hôtel à vocation industrielle, le 60, rue de Wattignies accueille les locaux de l'AMA :

- Les bureaux,
- Plusieurs salles de cours équipées de projecteurs, écrans, paper-boards,
- 2 salles de réunion,
- Une bibliothèque d'ouvrages spécialisés (Histoire de l'Art du Bijou, Grandes marques, technologies, connaissances du métier, PQN, etc.).
- Un concept breveté pour un espace de travail optimisé et transformable :
 - 40 établis, chacun équipé d'un moteur suspendu, d'une lampe, d'un chalumeau, d'un plateau de travail pour les disciplines artistiques et théoriques,
 - Un équipement commun : laminoir, banc à tirer, dès à emboutir, filières, machine à ultrasons, table à polir, matériel de galvanoplastie, etc.,
 - 15 ordinateurs équipés du logiciel Rhinoceros 3D pour le design de produits ou la recherche et présentation de projet,
 - 10 kits de SAV horloger,
 - Matériel de gemmologie (kit d'initiation et d'analyse de premier niveau).
 - Un showroom équipé de deux vitrines ouvertes ainsi que le matériel nécessaire à la mise en place d'un merchandising simple.

Nos locaux sont accessibles en métro :

- ligne 6 arrêt Daumesnil
- ligne 8 arrêt Michel Bizot

Nom et qualité des animateurs

L'équipe pédagogique :

- Johnny Walter
- Frédérique Hagege
- Han Na Capdeville
- Pamela Hastry
- Etc.

Nos formateurs ont une expérience professionnelle complète et sont tous actifs et experts dans le domaine de la joaillerie (recherche, création, mise en valeur, plan technique, modelage cire, atelier). Ils connaissent les modes de production et les nouvelles technologies et sont consultants pour de nombreux grands groupes dans le domaine de la stratégie et accompagnent depuis 15 ans les stagiaires se préparant au travail dans les entreprises de la bijouterie (tous départements confondus).