

## Programme de formation Conseiller de Vente Luxe Mode Joaillerie

### **Public :**

Toute personne en charge (ou en devenir) de missions de conseil à la clientèle dans le domaine du luxe, de la mode et de la joaillerie.

**Prérequis :** Aucun

### **Objectifs pédagogiques :**

À l'issue de cette formation, les apprenants seront en mesure de :

- Faire preuve d'une vision globale des pratiques commerciales et administratives d'une boutique
- Comprendre le fonctionnement d'une boutique dans l'industrie du luxe, de la mode et de la joaillerie
- Adapter leurs savoir-être et leurs savoir-faire à l'univers du luxe, de la mode et de la joaillerie
- Exercer la profession de Conseiller de Vente Luxe Mode Joaillerie
- Transformer l'acte de vente en expérience client unique

### **Moyens pédagogiques et techniques :**

- Supports de formation visuels
- Exposés théoriques,
- Exercices pratiques, études de cas, mise en situation, jeux de rôles
- Création des looks
- Quiz en salle
- Pédagogie active

### **Modalités d'évaluation :**

- Test d'entrée et test de sortie (évaluation des compétences acquises)
- Feuilles de présence
- Certificat de réalisation

### **Formateur :**

Liana MINZIANI, diplômée d'Harvard et de l'EDHEC, possède une expérience importante dans le marketing et le développement commercial en France et à l'étranger ; dans le retail du luxe et de la mode dans des Maisons comme Christian Dior Couture, Giorgio Armani, Bottega Veneta, Brunello Cucinelli.

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>Programme détaillé (28 heures)</b> |
|---------------------------------------|

## IMMERSION LUXE MODE

### Module 1 - Traditions et innovation

- Introduction, présentation, test d'entrée
- Les notions : Luxe, Mode, Retail...
- L'histoire : Fashion Week
- Groupes, Maisons de Luxe, Business Modèle

### Module 2 - Univers divers

- Mode, prêt à porter
- Souliers, maroquinerie, accessoires
- Questions, discussion, débats

### Module 3 - Clientèle internationale

- Le profil des touristes américains
- Le marché du Luxe en Chine, la clientèle chinoise en France
- La clientèle russophone
- Pays du Golf, les princes et les princesses

### Module 4 - Cérémonie de vente

- Accueil, première impression
- Découverte active : écouter, converser, questionner, rebondir...
- Faire rêver : présenter, partager, inviter à essayer...
- Créer la relation : parler de vos services, des avantages, collecter les datas
- Développer la relation : contacter vos clients de façon personnalisée

### Module 5 - Techniques de vente

- Indicateurs de vente (KPI / key performance indicators)
- Pièce par ticket (UPT / unit per ticket)
- Cross-selling, up-selling
- Panier moyen (Average ticket)
- Meilleures pratiques (best practices)

## IMMERSION COMMERCIAL

### Module 6 – CRM

- Relations client (CRM / client relationship management)
- Recrutement d'une nouvelle clientèle : « prospects »
- Recrutement d'une nouvelle clientèle : clients « welcome »
- Fidélisation
- Réactivation
- Questions, discussion, débats

### Module 7 - Opérations

- Caisse, détaxe
- Retouche, pressing
- Stock, livraison, inventaires, rangement
- Visuel merchandising
- Service après-vente (SAV)
- Questions, discussion, débats

### Module 8 - Visite mystère, préparation de la mission

- Quel est le rôle d'un client mystère ?
- Préparation de la mission, scénarios divers
- Qualités et compétences d'un client mystère
- Méthode : benchmark de la concurrence, analyse comparative des performances
- Questions, discussion, débats

### Module 9 - Visite mystère, réalisation de la mission en boutique

- Analyse des données, préparation du rapport
- Proposition à la marque pour ajuster leur stratégie de vente, leur technique de management, la qualité de leurs services, etc..
- Questions, discussion, débats

### Module 10 - Conclusion

- Production d'un Projet de Développement Professionnel
- Grand débat

## IMMERSION JOAILLERIE

### Module 1 - Les marques les plus recherchées

- Cartier
- Van Cleef & Arpels
- Bulgari

### Module 2 - Guide des pierres précieuses

- Introduction
- Le sacre
- La tiare de Napoléon
- La couronne d'Angleterre

### Module 3 - Quelques définitions

- Cristal, Gemme, Pierres
- Propriétés physiques : dureté, clivage
- Propriétés optiques : couleur
- Unités de masse : Carat, Gramme, Mommé
- Types de tailles : Taille à facette, Taille cabochon, Taille mixte

### Module 4 - Classifications commerciales

- Gemmes principales
- Gemmes de collection
- Minéraux, Roches
- Gemmes d'origine organique

### Modules 5 – Exercices pratiques

- SONCAS / CAB
- Objections / Réponses
- Jeux de rôles

## Modules 6 - Valeur

- Valeur des diamants
- Des pierres de couleur

## Modules 7 - Gemmes principales

- Famille du corindon
- Famille du béryl
- Spinelle
- Diamant

## Module 8 - Diamants célèbres

- Orlov
- Dresde vert
- Hope

## Module 9 - Place Vendôme

- Boucheron - 4 inspirations majeurs
- Collection Plume de Paon Chaumet
- Collections iconiques
- L'art du diadème

## Module 10 - Visite mystère, préparation & réalisation de la mission

- Préparation de la mission, scénarios divers
- Analyse des données, préparation du rapport
- Proposition à la marque pour ajuster leur stratégie de vente, leur technique de management, la qualité de leurs services, etc..

## Module 11 - Conclusion

- Grand débat

## Programme de formation Conseiller de Vente Luxe Mode Joaillerie

### Accessibilité

Notre Formation est mise en place dans un délai moyen de deux semaines à compter de la validation de la demande. Elle est aménageable sur demande à un public en situation de handicap.

Pour toute demande d'informations, merci de nous adresser un mail ou de nous appeler :

Liana Minziani

Téléphone : 06 87 95 42 62

Email : [contact@cannes-fashion-school.fr](mailto:contact@cannes-fashion-school.fr)

### Tarifs :

- Inscription individuelle : 2 800€ HT (exonération de TVA, article 293 B du CGI)
- Inscription pour un groupe (6 personnes maximum) : sur devis