Intitulé de la certification : Diplôme « Gestion du Luxe »

Blocs de compétences :

- BC01 : Définir une stratégie de développement dans le secteur du luxe
- BC02 : Concevoir des stratégies marketing et de fidélisation dans le secteur du luxe
- BC03 : Optimiser l'offre produit et la performance retail dans le secteur luxe
- BC04 : Gérer les ressources financières et le cadre juridique dans le secteur du luxe
- BC05 : Manager les ressources humaines et assurer une politique inclusive dans le secteur du luxe

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Analyse et veille stratégique dans le secteur du luxe - Collecte et analyse des données économiques, technologiques et sociales liées au marché du luxe - Veille sur les innovations numériques et technologiques qui influencent le secteur du luxe - Identification des tendances clés du secteur du luxe et des évolutions du comportement des consommateurs	**Mettre en place un dispositif de veille stratégique,** en collectant des données économiques, technologiques et sociales issues de sources spécialisées, et en définissant des procédures de suivi, en vue de disposer d'informations actualisées sur les évolutions du secteur du luxe, et notamment les innovations digitales et durables. **Analyser les données issues de la veille,** en exploitant les informations collectées à l'aide d'outils d'analyse adaptés, pour identifier les tendances du marché du luxe et les évolutions du comportement des consommateurs.	**Business simulation :** Réunis en groupe, les candidats sont placés dans une situation d'équipe de conseil stratégique spécialisé dans le secteur du luxe. Chaque groupe se voit soumettre une problématique rencontrée par une maison de luxe et fournit une analyse contextuelle de la problématique, incluant les enjeux de durabilité et d'innovations digitales et technologiques, pour proposer des recommandations stratégiques sous la forme d'une feuille de route stratégique à moyen et long terme. Modalité collective : Rédaction d'un rapport présentant l'analyse des données issues de la veille stratégique ainsi que les axes de développement stratégiques proposés**.** Modalité individuelle : Présentation orale des conclusions tirées de l'analyse de la veille stratégique et du plan stratégique à moyen et long terme, incluant les enjeux d'innovation et de durabilité du marché du luxe.
Définition de stratégies innovantes pour le secteur du luxe - Définition des axes de développement stratégiques à moyen et long terme - Intégrer les enjeux environnementaux et durables, les innovations digitales et l'intelligence artificielle dans la stratégie - Anticipation des risques et des opportunités de croissance pour la marque	**Définir les axes de développement stratégiques,** en tenant compte des évolutions du marché du luxe et des enjeux de durabilité, de RSE, des innovations digitales et de l'intelligence artificielle, de manière à proposer une feuille de route cohérente à moyen et long terme. **Élaborer une stratégie de développement,** en intégrant les opportunités et risques identifiés à partir de l'analyse de la veille, notamment sur les aspects digitaux et d'intelligence artificielle, afin de garantir la compétitivité et la durabilité des actions de la marque.	

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Développement d'une stratégie marketing - Conception d'un plan marketing en lien avec le positionnement de la marque et les spécificités du secteur - Elaboration d'un media planning - Intégration des tendances et innovations, notamment numériques, pour optimiser la stratégie de marketing, incluant le marketing digital - Suivi des performances des actions marketing à l'aide de KPI	**Elaborer un plan marketing stratégique,** en tenant compte des spécificités de la marque et de son positionnement, et en intégrant les tendances et les innovations, notamment digitales, du secteur du luxe, afin de positionner la marque sur les marchés cibles. **Élaborer un media planning adapté au secteur du luxe,** en sélectionnant les canaux de communication les plus pertinents (digitaux, traditionnels, événementiels), en optimisant la répartition des budgets, et en définissant un calendrier stratégique des actions de marketing, afin d'assurer une visibilité cohérente de la marque auprès des clients cibles dans le secteur du luxe. **Mesurer la performance des actions marketing et de fidélisation mises en œuvre,** en définissant et en suivant des indicateurs clés de performance adaptés au secteur du luxe (KPI), de manière à évaluer l'efficacité des campagnes et ajuster les stratégies si nécessaire.	**Étude de cas marketing et fidélisation :** Réunis en groupe, les candidats sont placés dans une situation de consultants marketing spécialisés dans le secteur du luxe. Chaque groupe se voit soumettre une problématique réelle d'une marque de luxe portant sur le renforcement de sa stratégie marketing et de fidélisation client. Les candidats doivent analyser le positionnement actuel de la marque, définir un plan marketing stratégique, développer des stratégies de fidélisation adaptées, et concevoir des expériences innovantes en boutique pour augmenter le trafic tout en garantissant des relations clients durables. Modalité collective : Rédaction d'un rapport détaillant l'analyse du positionnement de la marque, le plan marketing stratégique, la proposition de la valeur de la marque, les stratégies de fidélisation, les expériences en boutique et les indicateurs de performance proposés. Modalité individuelle : Présentation orale des recommandations stratégiques, incluant une synthèse du plan marketing, des actions de fidélisation préconisées et l'expérience client en boutique, ainsi que la manière de mesurer leur efficacité et de maintenir une relation durable avec les clients.
Planification d'actions de fidélisation clients - Elaboration d'un programme de fidélisation, digital et boutique physique, répondant aux attentes des clients - Conception d'expériences immersives et créative en magasin - Mise en place de stratégies relationnelles personnalisées basées sur l'analyse des comportements clients	**Développer des stratégies de fidélisation adaptées au secteur du luxe,** en respectant les attentes des consommateurs, et en mettant en place de stratégies relationnelles personnalisées basées sur l'analyse des comportements clients, en vue de renforcer l'engagement des clients envers la marque. **Concevoir des expériences innovantes en boutique,** en proposant des stratégies créatives et immersives, adaptées aux attentes spécifiques des clients du luxe, pour attirer un flux de clients plus important et augmenter le trafic en magasin.	

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Conception de stratégies de distribution et d'approvisionnement pour le luxe. - Définition des objectifs commerciaux pour les canaux physiques et digitaux - Coordination des actions de vente en tenant compte des spécificités de chaque canal - Négociation des accords commerciaux avec les distributeurs et partenaires - Intégration des critères de durabilité et d'éthique dans la chaîne d'approvisionnement	**Élaborer une stratégie retail multicanale**, en définissant les objectifs commerciaux pour les canaux de distribution physiques et digitaux, en vue de de maximiser la portée et la rentabilité des actions commerciales. **Développer une stratégie d'approvisionnement durable et éthique, en tenant compte des relations avec les distributeu**rs et partenaires, et en négociant des accords commerciaux, afin de faciliter la distribution des produits en alignement avec les objectifs de durabilité et de croissance de la marque.	**Etude de cas réel :** Le candidat analyse le cas d'une marque de luxe et propose une stratégie de retail incluant l'analyse des tendances, la définition des indicateurs de performance, la gestion des points de vente physiques et digitaux et des préconisations sur la gestion des relations à établir avec les distributeurs et partenaires, en intégrant des enjeux d'approvisionnement durable et des pratiques éthiques. Modalité individuelle : Présentation orale des recommandations.
Optimisation de la performance des opérations de distribution dans le secteur du luxe - Analyse des données de vente et des retours clients pour mesurer la performance - Mise en place de processus de gestion des stocks et des ressources humaines - Optimisation des outils digitaux pour améliorer l'efficacité des opérations - Ajustement des stratégies commerciales en fonction des résultats et des objectifs de croissance durable	**Suivre la performance des canaux de distribution,** en analysant les données issues des ventes et des retours clients, afin d'évaluer la cohérence avec les objectifs de croissance et les objectifs durables de la marque. **Optimiser la gestion opérationnelle des points de vente,** en mettant en place des processus de gestion des stocks, des ressources humaines et des outils digitaux adaptés au secteur du luxe, de manière à maximiser l'efficacité et la rentabilité des points de vente.	

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Gestion des ressources financières et budgétaires dans le secteur du luxe - Définition d'un budget annuel et pluriannuel pour la marque - Contrôle des ressources financières avec les prévisions budgétaires annuelles et pluriannuelles - Suivi des dépenses et des coûts et mise en place de mesures correctives en fonction des écarts observés par rapport aux objectifs	**Élaborer le budget annuel et pluriannuel de la marque,** en collectant et analysant ses données financières et celles du secteur, et en évaluant les besoins financiers des projets, pour garantir leur viabilité économique et financière dans le secteur du luxe.	**Etude de cas :** Le candidat analyse un cas réel, incluant les aspects financiers et juridiques d'un projet de développement d'une marque de luxe. Il propose un budget prévisionnel ainsi que des modalités de suivi des ressources, et il présente un plan de gestion des risques, financiers et juridiques et des solutions afin de sécuriser les partenariats de distribution, physiques et digitaux. Modalité individuelle : Présentation orale.
	Contrôler la mobilisation des ressources financières, en analysant régulièrement les écarts avec les objectifs financiers définis, et en mettant en place une stratégie de gestion des risques, pour assurer le bon usage des ressources et l'ajuster avec des mesures correctives si nécessaire.	
Sécurisation juridique des opérations dans le secteur du luxe - Suivi des obligations réglementaires et juridiques, et des législations spécifiques au secteur du luxe pour garantir la viabilité et la conformité des opérations - Contrôle de la conformité légale des aspects contractuels avec les partenaires, les distributeurs et les fournisseurs - Vérification de la conformité aux règles RGPD	**Contrôler le cadre juridique, réglementaire et fiscal,** en suivant l'évolution des réglementations, des législations spécifiques au secteur du luxe et des aspects juridiques liés au digital, notamment les règles relatives au RGPD, afin d'assurer la conformité des opérations.	
	Gérer les aspects contractuels liés aux partenariats et à la distribution, en sécurisant les accords commerciaux, y compris ceux relatifs aux transactions digitales, de manière à garantir la viabilité des relations contractuelles dans le respect des exigences légales.	

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Gestion des talents et développement des compétences dans le secteur du luxe - Recrutement en veillant à l'alignement avec les valeurs de l'entreprise - Développement des compétences des équipes à travers des plans de formation adaptés aux besoins du secteur du luxe - Prise en compte des enjeux de diversité et d'inclusion	**Superviser la gestion les talents,** en mettant en place des processus de recrutement inclusifs et en tenant compte des spécificités du secteur du luxe, afin de constituer des équipes variées et adaptées aux besoins de la marque.	**Mise en situation professionnelle :** Placé dans la situation d'un responsable des ressources humaines, le candidat réalise le recrutement d'une équipe projet et propose un plan de management inclusif, incluant des actions de développement des compétences et adaptable aux diversités culturelles, permettant de mettre en œuvre les projets de développement d'une marque de luxe. Modalité individuelle : Présentation orale individuelle.
	Développer les compétences des équipes, en assurant l'accompagnement des collaborateurs, notamment les personnes en situation de handicap, et en intégrant les enjeux de RSE, en vue d'améliorer les performances individuelles et collectives.	
Management inclusif et responsabilité sociale dans le secteur du luxe - Mise en place d'une politique RSE intégrant les enjeux d'inclusion, de diversité et de durabilité - Prise en compte des besoins spécifiques des personnes en situation de handicap dans la gestion des ressources humaines	**Gérer des équipes multiculturelles,** en adaptant les pratiques de management aux diversités culturelles et aux spécificités des collaborateurs internationaux, de manière à favoriser une collaboration harmonieuse et efficace au sein des équipes.	
	Adapter les processus de gestion RH et les environnements de travail, en prenant en compte les besoins des personnes en situation de handicap, dans le but de favoriser l'inclusion au sein des équipes travaillant pour la marque.	