



CONSEILLER EN VENTE BIJOUTERIE HORLOGERIE : UN MÉTIER DU LUXE CODIFIÉ ET SPÉCIALISÉ QUI RECRUTE

PUBLIÉ PAR : **DIPLOMEO** DATE DE PUBLICATION : **9 FÉVRIER 2024**

Les bijoutiers et horlogers souffrent d'un manque de collaborateurs pour l'aspect retail de leur activité. Le conseil en vente dans ce secteur très pointu promet pourtant de « très belles carrières », selon les professionnels. Zoom sur ce métier du luxe mal aimé.

Une profession à fort potentiel, qui n'attire pas assez. En France, le retail en bijouterie horlogerie est pourtant un métier qui a de l'avenir ! Depuis la crise du Covid-19, les professionnels du secteur peinent à recruter et à fidéliser des conseillers en vente passionnés et fin connaisseurs de ce milieu spécialisé.

Une popularité en berne qui s'explique notamment par les nombreux a priori associés au secteur du luxe. Celui-ci est en effet trop souvent considéré, à tort, comme inaccessible, avec des codes incompréhensibles, où il est difficile d'évoluer, ou encore comme un milieu exclusivement féminin.

Tu es intéressé par le domaine du luxe ? Passionné par le relationnel et minutieux, tu as le sens de la vente, tu aimes apprendre et tu es curieux de découvrir sans cesse de nouvelles choses ? Le retail – le conseil en vente, NDLR - en horlogerie bijouterie pourrait te plaire ! Diplomeo te révèle les ficelles et les opportunités de ce métier mal aimé.

L'EXPÉRIENCE CLIENT ET LA PASSION AU CŒUR DU MÉTIER

Si on parle de « retail » concernant la vente d'objets en horlogerie bijouterie, c'est parce que cette activité dépasse celle de la vente à proprement parler. Il s'agit pour le professionnel de connaître sa marchandise sur le bout des ongles, de sa provenance à son processus de fabrication, en passant par son histoire ou encore une connaissance approfondie de la concurrence et des artisans.

Cette expertise fine est fondamentale. « Le luxe est un monde à part qui obéit à des codes », rappelle Sandrine Marcot, présidente déléguée de l'Union de la bijouterie horlogerie. Au cœur de ce métier : « l'expérience client, qui consiste à un rapport exclusif avec l'acheteur ; il s'agit de montrer à un client qu'il est unique, en lui apportant sa connaissance profonde de l'objet », illustre la professionnelle. Une compétence qui exige d'être passionné et curieux, qualités sans lesquelles il sera impossible d'évoluer. « Les professionnels doivent sans cesse creuser un peu plus leurs connaissances, sans perdre de vue que le client a toujours le dernier mot : cela nécessite des adaptations et une certaine agilité », poursuit Sandrine Marcot.

« Un bon conseiller en vente, c'est quelqu'un de cultivé, qui s'intéresse au monde qui l'entoure », confirme Sandrine Poupon, directrice de l'EIML, école en marketing du luxe, à Diplomeo. Elle décrit un métier exigeant, tant sur la « posture physique, intellectuelle que sur le vocabulaire » et qui doit « toujours aller vers l'excellence ».

DE « TRÈS BELLES CARRIÈRES À LA CLÉ »

« Travailler dans le retail, c'est devenir très vite manager, monter en grade, organiser des événements clients, évoluer à l'international », égrène Sandrine Poupon, assurant qu'il y a de « très belles carrières à la clé ». Dès la première expérience professionnelle, il y a de « jolies rémunérations, avec des primes sur objectif qu'on ne trouve pas forcément dans le marketing », assure-t-elle, sans préciser de montant.

...

Et pour cause, la branche horlogerie bijouterie a été « relativement épargnée par la crise sanitaire : le secteur est en progression depuis 2020 », témoigne Sandrine Marcot. En 2023, le secteur, qui compte près de 18 000 salariés auprès de l'Union de la bijouterie horlogerie (répartis sur 2 300 entreprises et 4 800 magasins en France), enregistrait une hausse de chiffre d'affaires de 6%, argumente-t-elle. De grands groupes du luxe, comme LVMH « sont en recherche exponentielle de savoir-faire technique et manuel ; de la même manière, nous sommes en recherche de collaborateurs pour l'aspect retail », ajoute-t-elle.

Des besoins face auxquels la directrice de l'EIML et la représentante syndicale ont décidé de s'unir. Elles ont présenté, mercredi 7 février 2024, le Bachelor « expertise vente bijouterie horlogerie ». Ce cursus professionnalisant propose une alternance, avec des liens facilités avec les entreprises membres de l'Union de la bijouterie horlogerie. Il ouvrira ses portes en septembre prochain à Paris. Une trentaine d'élèves apprendront ce métier du luxe, autour d'une pédagogie en « petits groupes et des relations privilégiées avec les interlocuteurs du secteur », explique Sandrine Poupon. « L'idée est de mettre d'entrée de jeu les étudiants sur le terrain, au contact, pour les confronter à la réalité et aux idées reçues », ajoute-t-elle.

Par Sébastie Mastrandreas.