

ANIMATEUR COMMERCIAL / ANIMATRICE COMMERCIALE

Animateur-démonstrateur, Animatrice-démonstratrice, Agent ou agente de promotion des ventes, Animateur ou Animatrice de vente, Chargé ou chargée d'animation commerciale



DESCRIPTION

L'animateur commercial est chargé de faire la promotion événementielle de certains produits selon des objectifs commerciaux définis par le magasin ou par une marque (promotions, lancement de produits, ouverture de magasin, événements particuliers comme Noël...). Il est chargé de faire une démonstration produit, de distribuer des échantillons ou coupons promotionnels et présenter le produit aux clients. Il peut aussi créer des événements dans le magasin, notamment autour de professionnels. Son objectif est d'attirer un grand nombre de clients potentiels pour que le produit gagne en visibilité auprès d'un public cible, de stimuler l'acte d'achat et ainsi développer les ventes.



PROFIL D'EMPLOYEURS

- Microentreprise
- Enseigne de distribution spécialisée / Franchise



RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes** : responsables de rayon, vendeurs, merchandiseurs, représentants de la marque...
- **Externes** : clients



ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- L'animateur commercial travaille souvent aux moments d'affluence, le samedi, lors des fêtes de fin d'année...
- Il travaille en magasin et parfois hors du point de vente (street marketing, salons...)
- L'animateur commercial est généralement debout pour la promotion des produits
- Ce métier correspond souvent à un temps partiel ou à un CDD



ACTIVITES

> Activités principales

Mettre en place la promotion événementielle

- Installer le stand, les présentoirs publicitaires, les produits de démonstration
- Renforcer les places en linéaire selon certains accords
- Définir son planning

Dynamiser le point de vente et mettre en avant un produit

- Animer un événement pour attirer et captiver des clients : faire la démonstration du produit ou service, distribuer des flyers, échantillons ou coupons promotionnels
- Obtenir une bonne visibilité aux produits et services
- Présenter les caractéristiques du produit : qualités, performances, avantages...
- Découvrir les besoins et motivations du client, argumenter
- Conclure la vente du produit

> Activités complémentaires

Construire la promotion événementielle

- Identifier les modalités d'intervention et l'argumentaire de vente à mettre en place
- Construire des opérations de visibilité, de communication, de merchandising
- Organiser des événements divers : rencontres autour de personnalités, événements avec des enfants...
- Etablir un plan d'action commerciale : rédiger et quantifier les objectifs



> SAVOIR

- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir se présenter, présenter son métier et ses activités

> QUALITES / GOUTS PERSONNELS

- Aimer la vente, le commerce
- Aimer le contact avec la clientèle
- Aimer le secteur d'activité et les objets / produits associés, se tenir informé et analyser les tendances marché, produits...
- Etre créatif

> SAVOIR-ETRE

- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Avoir le sens du service (accueil, proactivité dans le renseignement, réactivité aux demandes...)
- Etre capable de s'adapter à des environnements, produits et clients différents
- Etre pédagogue (pour expliquer des choix techniques ou autres)
- Savoir travailler en équipe

> SAVOIR-FAIRE

- Savoir agencer l'espace magasin de manière efficace pour optimiser le parcours client et les ventes
- Savoir concevoir un rayon / étalage en appliquant les concepts et bonnes pratiques de merchandising
- Savoir identifier le profil de client et les bons leviers à actionner pour la vente
- Etre capable de construire et proposer un argumentaire produit adapté au client
- Etre capable de conseiller / orienter les clients (technique, gamme, prix)
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales (dans le respect de la politique commerciale)
- Savoir faire une démonstration d'utilisation du produit
- Savoir négocier et conclure une vente
- Etre capable de proposer des services / articles additionnels



PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Ce métier est accessible sans diplôme ni expérience professionnelle. En revanche, l'animateur commercial doit être dynamique, inventif et avoir un sens aigu de la relation client



FORMATIONS FREQUENTES

- BTS MUC ou expériences dans la vente



CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



METIERS DE PROVENANCE

- Animateur commercial dans un autre secteur



EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Vendeur, fonctions support : commerciales ou marketing...



AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME – D1501 : Animation de vente](#)



Accédez au référentiel en cliquant sur le lien

TEMOIGNAGE

« En tant qu'animateur commercial, je dois faire vivre le rayon, l'égayer de manière originale et créative pour soutenir les ventes. C'est passionnant mais très exigeant, il faut se tenir informé sur les nouveaux produits, apprendre à les manipuler, prévoir des événements pour les mettre en valeur et faire plaisir au client qui nous rend visite en magasin. Le relationnel client est très important pour faire ce que je fais, mais moi j'adore ça ! »

Gaëlle,
Animatrice
Commerciale

