

MERCHANDISEUR / MERCHANDISEUSE

Décorateur-étalagiste, Décoratrice-étalagiste, Marchandiseur visuel, Marchandiseuse visuel, Marchandiseur, Marchandiseuse, Responsable marchandisage, E-marchandiseur



DESCRIPTION

Le merchandiseur cherche à comprendre le comportement d'achat des clients pour ensuite adapter l'agencement du magasin, la décoration de la vitrine, des rayons... de sorte à augmenter l'attractivité (et les ventes) des produits que le responsable souhaite promouvoir en priorité. Il travaille sur l'ensemble tout ou partie de la gamme produits et peut être amené à former les collaborateurs (vendeurs...) qui l'aideront dans la mise en œuvre au sein du magasin. Ce sont parfois les vendeurs qui assurent le merchandising, appuyés par les documents et schémas envoyés par l'enseigne qu'ils doivent reproduire ou adapter.



PROFIL D'EMPLOYEURS

- Moyennes et grandes entreprises de commerce



RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes** : gérant – directeur de magasin, chef de produit, vendeurs
- **Externes** : Industriels – fournisseurs, prestataires (visuels, événementiel...)



ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Le merchandiseur travaille dans le magasin et parfois, le cas échéant, au siège de l'enseigne qu'il représente



ACTIVITES

> Activités principales

Comprendre le comportement d'achat des clients

- Analyser les ventes et tendances en magasin
- Réaliser une veille en termes de bonnes pratiques et innovations en merchandising

Elaborer une politique de merchandising

- Concevoir une politique de merchandising (identité visuelle, principes d'agencement en rayon, vitrine...) pour l'entreprise
- Ou adapter la politique merchandising de l'enseigne à la configuration du magasin

Piloter la mise en œuvre

- Sélectionner les prestataires externes (agences de conception, éclairagistes...) pour la mise en œuvre en magasin et les événements exceptionnels

Mesurer les effets et travailler à l'optimisation continue

- Définir et suivre des indicateurs de mesure des résultats des opérations menées

> Activités complémentaires

Assurer la diffusion en interne

- Former les autres salariés aux principes retenus dans la politique de merchandising
- Motiver ces derniers à participer à la mise en œuvre de ce merchandising et contrôler la conformité des actions menées avec la politique merchandising

Participer à des événements externes

- Représenter le magasin ou l'enseigne dans des salons spécialisés tout en pilotant la conception-réalisation du stand



> SAVOIR

- Connaître les grands principes de l'ergonomie et de l'agencement

> QUALITES / GOUTS PERSONNELS

- Aimer le secteur d'activité et les objets / produits associés, se tenir informé et analyser les tendances marché, produits...
- Etre organisé et méthodique
- Etre créatif

> SAVOIR-ETRE

- Etre force de proposition (initiatives, solutions...)
- Etre observateur et attentif
- Etre proactif (dans la résolution des problèmes détectés, par rapport à des demandes des clients ou responsables hiérarchiques)
- 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 analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques)
- Savoir identifier le profil de client et les bons leviers à actionner pour la vente
- 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 sélectionner un fournisseur en prenant en compte ses avantages, faiblesses, risques (défaillances, retards de livraison...)
- Savoir piloter un projet de marketing opérationnel en pilotant les éventuels sous-traitants (agences web, agences de communication, etc.)
- Savoir mesurer la satisfaction client (sur les produits, sur l'ergonomie du magasin...)
- Etre capable de former son équipe ou d'autres collaborateurs
- Maîtriser les outils bureautiques (traitement de texte, tableur, logiciel de gestion spécifique, recherches sur le web)



PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Il n'y a pas de prérequis particulier d'accès au métier



FORMATIONS FREQUENTES

- BTS MUC, Licence pro commerce spécialité distribution, management et gestion de rayon, école de commerce – spécialisation marketing



CERTIFICATIONS RECONNUES

- [CQP – Vendeur en magasin spécialisé jeux et jouets](#)

Accédez à la certification en cliquant sur le lien



METIERS DE PROVENANCE

- Premier emploi, Vendeur



EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Responsable de rayon, Chef de produit, Directeur de magasin, Directeur Commercial
- Fonctions support : marketing, achats



AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME – B1301 : Décoration d'espaces de vente et d'exposition](#)
- [APEC : Responsable merchandising ou merchandiser](#)
- [ONISEP : Marchandiseur](#)

Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

TEMOIGNAGE

« Quand je parle de mon métier tout le monde pense à l'aspect visuel. Oui c'est un point important, pour attirer les clients il faut faire de belles vitrines, de beaux rayons et pour cela il faut avoir un certain sens de ce qui va plaire, esthétiquement. Mais cela ne s'arrête pas là, il faut surtout comprendre comment le consommateur s'oriente dans le magasin, qu'est ce qui déclenche l'achat, cela peut être un son, une odeur, une association de couleurs... Tous ces paramètres sont à prendre en compte pour la conception et la mise en œuvre ! »

Victor,
Merchandiseur

