

RESPONSABLE DE RAYON

Chef de rayon, Chef de secteur, Manager de rayon, Responsable de secteur



63

LE METIER

DESCRIPTION

Le responsable de rayon est en charge du développement du chiffre d'affaires de son rayon, il en assure la rentabilité. Avec son équipe de vendeurs et l'appui du merchandiseur, il organise l'espace de vente, ajuste sa gamme de produits (veille active au contact des clients et propositions) et œuvre à l'augmentation du volume de ventes et au respect des objectifs de vente. Manager dans l'âme, il recrute les membres de l'équipe en fonction des besoins et assure son animation quotidienne. Il est responsable de l'ajustement des prix en rayon et du balisage en fonction des catalogues qu'il reçoit. Il prévoit également certaines animations commerciales pour dynamiser les rayons et se charge d'organiser la venue de l'animateur.



PROFIL D'EMPLOYEURS

- Tout type de commerce



RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes** : vendeurs, animateur commercial, directeur commercial, directeur de magasin, responsable et chargé de réception, merchandiseur
- **Externes** : clients, fournisseurs, prestataires (animation)



ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Le chef de rayon travaille au sein du magasin, il peut être amené à effectuer de la manutention de marchandises
- Les objectifs commerciaux peuvent conduire à des situations de stress



ACTIVITES

> Activités principales

Assurer la gestion des stocks / approvisionnements

- Contrôler les commandes et les livraisons associées
- S'assurer du réassortiment régulier
- Superviser les inventaires et les mises en rayon

Assurer le développement commercial

- Concevoir/Appliquer la stratégie commerciale de son rayon
- Piloter le merchandising du rayon (agencement, choix des articles à prioriser, animations à prévoir...)
- Suivre les ventes, la rentabilité et l'atteinte des objectifs sur son rayon avec des indicateurs clés
- Négocier les prix et les conditions financières pratiquées pour la mise en avant des articles

Manager l'équipe

- Recruter des collaborateurs et gérer leur carrière (formations, possibles promotions...)
- Organiser et suivre le travail de l'équipe (communication descendante, répartition des tâches, des plages horaires...)

> Activités complémentaires

Piloter la gestion de la gamme de produits

- Analyser l'offre de la concurrence
- Sélectionner des produits au regard du positionnement concurrentiel choisi
- Sélectionner ses fournisseurs
- Négocier les prix des articles retenus pour son rayon



> SAVOIR

- Connaître l'écosystème de fournisseurs de son secteur et comprendre leurs stratégies et pratiques
- Connaître les profils, attentes et ressorts psychologiques des clients

> 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...
- Faire preuve de dynamisme et d'opiniâtreté
- Etre créatif

> SAVOIR-ETRE

- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Etre force de proposition (initiatives, solutions...)
- Etre proactif (dans la résolution des problèmes détectés, par rapport à des demandes des clients ou responsables hiérarchiques)
- Avoir le sens du service (accueil, proactivité dans le renseignement, réactivité aux demandes...)
- Etre pédagogue (pour expliquer des choix techniques ou autres)

> SAVOIR-FAIRE

- Savoir gérer un portefeuille de fournisseurs
- Savoir évaluer l'état des stocks et le potentiel de vente pour éviter les ruptures ou des stocks dormants
- Etre capable d'animer une équipe (commerciale ou autre)
- Etre capable de former son équipe ou d'autres collaborateurs
- Savoir organiser le travail de son équipe en gérant les aléas d'activité
- Savoir motiver les équipes pour l'atteinte des objectifs (commerciaux ou autres)
- Savoir organiser une veille concurrentielle (analyse du marché, positionnement concurrentiel, forces et faibles face aux concurrents...)
- Savoir analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques)
- Etre capable de construire une offre de produits et de gammes de produits avec des positionnements clairs et éventuellement innovants
- 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 superviser la gestion d'un rayon (surveillance, réapprovisionnement, planification d'animations...)
- Savoir alimenter, suivre et analyser des tableaux de bord de gestion (ventes, stocks, commandes)
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales (dans le respect de la politique commerciale)



PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Un métier très ouvert aux autodidactes organisés, dynamiques et créatifs. Généralement un profil de vendeur expérimenté est souhaité.



FORMATIONS FREQUENTES

- BTS MUC (management des unités commerciales), DUT techniques de commercialisation, Licence pro DISTRISUP...
- Titre Professionnel Responsable de rayon ou Manager des Univers Marchands (MUM)



CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



METIERS DE PROVENANCE

- Vendeur



EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Directeur de magasin, Chef de produit



AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME – D1503 : Management/gestion de rayon produits non alimentaires](#)
- APEC : [Chef de rayon junior](#), [Manager de rayon non alimentaire](#), [Responsable de département](#)
- ONISEP : [Chef de rayon](#)

Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

TEMOIGNAGE

« En tant que responsable de rayon, j'ai la responsabilité du développement commercial de mon rayon. C'est un poste très complet entre chef de produit, merchandiseur, vendeur, manager, il faut donc être très polyvalent... et très motivé ! Ce que j'aime dans ce métier, c'est avant tout l'aspect très opérationnel et touche à tout. On peut essayer beaucoup de choses pour maximiser les ventes et on voit très rapidement ce qui fonctionne ou pas, et on ajuste... c'est passionnant !

Sonia,
Responsable de Rayon

