



Description de l'emploi

L'animateur de vente intervient en magasin (équipement du foyer, arts de la table, décoration...) auprès d'une clientèle de particuliers.

Il anime des ateliers et des démonstrations de manière ponctuelle, auxquels la clientèle peut participer, en proposant les produits et les services du magasin. Au cours de ces animations (atelier cuisine, décoration, cours...), il informe et transmet des conseils pratiques, initie sur des techniques. En relation avec le responsable de magasin, il est amené à proposer des thèmes d'animation et à les préparer.

Selon l'organisation du point de vente, l'animateur de vente peut effectuer tout ou partie des activités liées :

- Au processus de vente : accueil, conseils adaptés en fonction des profils de clientèle en faisant appel à des connaissances techniques sur les produits, présentation aux clients produits et services correspondant à leur besoin, vente, encaissement et opérations de fidélisation, traitement des réclamations courantes.
- À la gestion de la surface de vente : vérification de la disponibilité et de la qualité des articles en vente dans le magasin, réception et contrôle des livraisons, tenue du point de vente, approvisionnement et mise en valeur des articles en rayon.

Les qualités humaines sont essentielles : avoir le sens de l'observation, être pédagogue, avoir le sens de l'écoute, être aimable, souriant et s'exprimer avec aisance.

Activités

- Préparation et animation des ateliers et des démonstrations en magasin.
- Accueil de la clientèle dans le point de vente, sur le lieu de l'animation.
- Renseignement de la clientèle sur le magasin, les articles, les services et, le cas échéant, les outils interactifs à disposition.
- Conseils techniques à la clientèle sur les articles et services du magasin.
- Réalisation de la vente et proposition d'articles ou services complémentaires et encaissement (en fonction du type de point de vente).
- Préparation, installation en rayon, participation à la mise en valeur des articles.
- Installation des promotions et des opérations commerciales.
- Réception, stockage, étiquetage et gestion du stock des articles du rayon ou du magasin.
- Traitement des réclamations courantes de la clientèle.
- Rangement, entretien de l'espace de vente.
- Transmission ascendante (responsable/gérant) des informations, des réclamations et des indicateurs sur l'activité du point de vente.

Selon les points de vente :

- Participation à l'animation (publications, photos, actualités...) d'un ou plusieurs réseaux sociaux associés au point de vente et/ou à la boutique en ligne.
- Le cas échéant, préparation et animation en ligne (tutoriels produits) sur le site du magasin et/ou sur les réseaux sociaux.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Le métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac ou Bac+2 dans les secteurs de la vente et du commerce. Cette formation initiale est un atout et peut favoriser une évolution de carrière plus rapide. Une première expérience dans la vente est aussi un plus.
- L'accès au métier est également possible avec un diplôme de niveau inférieur ou sans formation spécifique, mais avec une expérience professionnelle dans les mêmes secteurs.
- La motivation pour la vente, les qualités relationnelles, l'attrait pour l'animation/la transmission et la pratique d'un savoir-faire (cuisine, décoration...) sont véritablement déterminants.
- Une pratique de l'anglais peut être recommandée.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- BAC PRO – Métiers du commerce et de la vente
- Titre professionnel – Vendeur-conseil en magasin (niv. 4)
- BTS – Management commercial opérationnel
- BTS – Négociation et digitalisation de la relation client

Autres appellations

Animateur commercial

Animateur de vente

Animateur de rayon



Domaines de compétences

Compétences

PRÉPARER ET ANIMER DES ATELIERS

1. Proposer des thèmes d'animation en lien avec les produits du magasin, d'une marque spécifique, d'une offre promotionnelle.
2. Promouvoir ou participer à la promotion de l'atelier : informer, communiquer sur l'évènement.
3. Préparer et mettre en place l'atelier retenu avec le responsable (le chef de produit) : préparation de l'espace d'animation, préparation du matériel nécessaire, vérification du respect des règles d'hygiène et de sécurité afin de prévenir les risques, cadrage du déroulé et de la durée de l'atelier.
4. Animer l'atelier de façon pédagogique.
5. Assurer une ambiance conviviale.
6. Veiller à la satisfaction des participants pour contribuer à l'adhésion et à la fidélisation des clients.

GÉRER LA RELATION CLIENT

1. Accueillir le client en créant une relation de confiance et personnalisée, découvrir ses attentes, le renseigner, l'orienter, l'accompagner dans l'espace de vente.
2. Promouvoir les offres commerciales, les services et le programme de fidélisation client selon les consignes de son responsable.
3. Mettre à disposition les commandes clients ou les réservations (vente à distance).
4. Traiter les retours, les SAV et les réclamations des clients, et proposer des solutions adaptées ou alerter le responsable selon les consignes.
5. Prévenir et gérer les situations conflictuelles, faciliter le dialogue avec le client.
6. Prendre congé du client en lui donnant des conseils supplémentaires, pour l'inciter à revenir.
7. Adopter une tenue et une posture professionnelles conformément aux standards de l'entreprise.

CONSEILLER ET VENDRE DES ARTICLES EN ÉQUIPEMENT DU FOYER

1. S'informer sur les tendances, sur l'univers de son magasin, les caractéristiques et les spécifications techniques d'un large panel d'articles en vue d'apporter des conseils avisés.
2. Identifier les besoins, conseiller sur les articles les plus adaptés aux attentes et aux usages recherchés par les clients.
3. Apporter une expertise technique à la clientèle sur les produits (modèle, histoire, marque, esthétique, matériaux/composition, techniques de fabrication, pratiques éco-responsable de la marque, qualité, consignes d'utilisation et d'entretien, précautions d'emploi...) et s'en servir pour argumenter la vente.
4. Développer un argumentaire produit adapté au profil client, aux hésitations et aux objections du client.
5. Conclure la vente.
6. Proposer et vendre des articles additionnels (en cohérence à l'univers produits sélectionné par le client) et des services complémentaires adaptés.
7. Le cas échéant, participer à ou effectuer l'encaissement, les opérations de facturation et de fidélisation (caisse et/ou outils numériques nomades).

GÉRER LA SURFACE DE VENTE

1. Préparer et mettre les articles en rayon, dans le linéaire, en vitrine.
2. Participer à la présentation et à la mise en valeur des articles (merchandising), en concertation avec le responsable : par thématique ou univers.
3. Assurer le bon état marchand de la surface de vente : rayons approvisionnés, retrait des articles non conformes, maintien de l'attractivité de l'espace de vente, affichage des prix et éléments de signalétique conformes aux normes en vigueur, propreté...
4. Appliquer les règles de sécurisation des articles et de prévention du vol, de la casse non signalée... (démarque inconnue).
5. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité.

PARTICIPER À LA GESTION DES STOCKS

1. Consulter le stock à partir du système d'information du magasin afin d'identifier les éventuelles ruptures, les commandes en cours, la disponibilité, et alerter le responsable en cas d'anomalie.
2. Identifier, assurer la traçabilité des produits à retourner et appliquer les procédures de traitement des retours.
3. Participer, le cas échéant, à la passation de commandes et au réapprovisionnement en lien avec son responsable.
4. Participer, le cas échéant, à la mise en ligne des produits (e-boutique).
5. Effectuer la réception des articles livrés, leur contrôle, leur étiquetage, leur mise en stock ou en magasin.
6. Participer à la réalisation des inventaires.



Domaines de compétences

Compétences

PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

1. Publier, le cas échéant, en concertation avec le responsable, sur les réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité du magasin, les articles, et gagner en visibilité.
2. Consolider, le cas échéant, des informations clients (e-mails) et les solliciter dans le cadre de campagnes de fidélisation et promotionnelles (ventes privées...).
3. Participer au suivi des indicateurs de performance commerciale du point de vente et des objectifs fixés.
4. Autoévaluer ses pratiques pour améliorer sa performance commerciale.
5. Participer à l'intégration de nouveaux employés.

RENDRE COMPTE DE SES ACTIVITÉS

1. Renseigner et transmettre les supports de suivi des activités.
2. Transmettre les informations appropriées, signaler, alerter ou interroger le responsable en cas de besoin.

Compétences comportementales

- Savoir travailler en équipe, avoir l'esprit d'équipe
- Être réactif et savoir chercher des solutions
- Être rigoureux/organisé
- Savoir montrer de l'intérêt pour l'autre, l'écouter
- Savoir bien s'exprimer, être à l'aise dans le relationnel
- Savoir faire face à l'incertitude et s'adapter (contexte, changements)
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre



Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Commerces indépendants
- Magasins franchisés de toute taille
- Succursales

En interne : L'animateur de vente intervient sous la responsabilité du responsable de rayon et/ou du gérant/directeur du magasin. Selon la taille du magasin, il est en relation avec les vendeurs du point de vente, et le cas échéant avec les services support (siège), le chef de produit et ponctuellement le service logistique.

En externe : Il est en relation avec la clientèle du magasin : particuliers et/ou professionnels et de manière ponctuelle avec les fournisseurs et les services externalisés (livraison, informatique...) en cas de besoin.

Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

L'emploi d'animateur de vente s'inscrit dans l'un des enjeux essentiels du magasin d'aujourd'hui : l'expérience client.

Avec la montée en puissance de l'e-commerce et la concurrence, le magasin ne peut plus aujourd'hui être un simple lieu physique. Le produit en soi ne suffit plus. On observe de plus en plus de magasins proposant des événements et des animations en lieux d'expérience ou de partage.

L'animateur de vente doit être en mesure d'offrir un parcours d'achat personnalisé.

Les blogs et les réseaux sociaux sont des outils pour attirer de nouveaux clients et communiquer avec la clientèle. L'animateur de vente doit être en mesure de participer à la visibilité du point de vente sur Internet et sur les réseaux sociaux.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, l'animateur de vente peut progressivement évoluer vers de nouvelles responsabilités liées au suivi et à la gestion du magasin. Il peut ainsi accéder à des fonctions de vendeur principal ou d'animateur d'équipe (magasin), voire, dans les points de vente de petite taille, être amené à seconder le gérant/directeur du magasin.

Il peut également évoluer, dans des points de vente de plus grande taille, vers un poste d'animateur d'équipe ou de responsable de rayon.

Code ROME

D1212 – Vente en décoration et équipement du foyer