



Description de l'emploi

Le vendeur principal en dépôt-vente intervient en magasin spécialisé dans la revente d'articles d'occasion et d'objets anciens (prêt-à-porter, tableaux, sculptures, livres, meubles, équipement du foyer, matériel informatique...) pour une clientèle de professionnels ou de particuliers. Il effectue toutes les activités liées au processus de vente : accueil, conseils adaptés en fonction des profils de clientèle, en faisant appel à des connaissances techniques sur les articles, présentation aux clients articles correspondant à leur attente, vente, encaissement et opérations de fidélisation.

Il traite les réclamations courantes et complexes ainsi que les retours (SAV) dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise.

En lien avec le responsable du magasin, il achète ou reçoit en dépôt des objets présentant un intérêt pour la clientèle. Il estime et négocie les prix d'achat et/ou de revente des articles remis par les particuliers.

Il effectue avec l'équipe de vente les activités liées à la tenue du dépôt-vente, réceptionne, approvisionne et met en valeur les articles dans le magasin et le cas échéant sur le site en ligne (prises de photos...).

Il accompagne, en lien avec le responsable du point de vente, l'équipe dans la vente et la relation client, dans les changements, dans le déploiement commercial, dans la formation et la mise en œuvre de procédures internes.

Il veille au bon fonctionnement du magasin en l'absence du responsable et devient, dans ce cas, le principal interlocuteur interne et externe.

Activités

- Préparation, installation sur le lieu de vente et mise en valeur des articles.
- Accueil de la clientèle en magasin et gestion des flux clients.
- Renseignement de la clientèle sur le magasin, les articles et, le cas échéant, sur les services proposés.
- Conseils et informations auprès de la clientèle sur les caractéristiques des articles, démonstration éventuelle.
- Réalisation de la vente et proposition d'articles ou de services complémentaires, encaissement et, le cas échéant, opérations de fidélisation (mise à jour du fichier clientèle...).
- Traitement des réclamations courantes et complexes de la clientèle.
- Estimation et négociation des prix d'achat des articles.
- Enregistrement des dépôts et des reprises.
- Étiquetage des articles, mise en stock et préparation des articles pour la vente (monter/embellir/nettoyer/protéger).
- Prises de photos, le cas échéant, des articles et mise à jour des fiches descriptives pour actualiser le site en ligne du magasin.
- Rangement, entretien et mise en valeur de l'espace de vente.
- Transmission ascendante (responsable/directeur/gérant) des informations, des réclamations et des indicateurs sur l'activité du point de vente.
- Transmission descendante des informations, consignes et procédures à l'équipe de vente.
- Prise en charge de l'ouverture et/ou de la fermeture du magasin.

Selon les points de vente :

- Participation à l'organisation d'événements promotionnels et de communication.
- 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.
- Comptabilisation des recettes en fin de journée.
- Prise en charge d'une partie des activités administratives du magasin.
- Prise en charge des appels téléphoniques.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Une formation initiale de niveau Bac+2 dans les secteurs de la vente et du commerce constitue un atout et peut favoriser une évolution de carrière plus rapide. Une première expérience dans la vente est requise.
- L'accès au métier est également possible avec un diplôme de niveau inférieur ou sans formation spécifique, mais avec une forte expérience professionnelle dans les mêmes secteurs.
- Le métier est accessible par promotion interne ou recrutement externe. La promotion interne est souvent importante et ce poste nécessite de l'expérience dans des fonctions intermédiaires pour appréhender le métier.
- L'expérience de vendeur, la motivation pour la vente et les qualités relationnelles sont véritablement déterminantes.
- Une pratique de l'anglais est recommandée.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- BTS – Management commercial opérationnel
- Titre professionnel – Manager d'unité marchande (niv. 5)
- Titre à finalité professionnelle – Gestionnaire d'unité commerciale (niv. 5)
- Titre à finalité professionnelle – Manager de rayon (niv. 5)

Autres appellations

- Vendeur spécialisé
- Vendeur référent
- animateur d'équipe (magasin)



Domaines de compétences

Compétences

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 événements commerciaux, les services et le programme de fidélisation client selon les consignes de son responsable.
3. Mettre à disposition les commandes ou les réservations clients (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 D'OCCASION

1. Identifier les besoins, conseiller sur les articles en fonction des attentes des clients.
2. Renseigner la clientèle sur les articles (origine, modèle, matériaux/composition, marque, consignes d'entretien, état, démonstration éventuelle) et s'en servir pour argumenter la vente.
3. Identifier et utiliser différents sites (et notamment d'occasion) pour parfaire sa connaissance des articles à vendre et des prix pratiqués.
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 et, le cas échéant, 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).

ACHETER DES ARTICLES PRÉSENTANT UN INTÉRÊT POUR LA CLIENTÈLE

1. Rechercher des informations sur un type d'article : valeur d'origine, histoire, marque, dimension...
2. Étudier un article (état, défaut éventuel...), estimer le cas échéant les coûts de réparation et son prix.
3. Négocier le prix de l'article auprès du déposant.
4. Acheter un article ou un lot d'articles en appliquant la politique commerciale du magasin.
5. Photographier, le cas échéant, les nouveaux articles en veillant à leur mise en valeur (montage, nettoyage, lumière, netteté des photos...).
6. Rédiger ou participer à la rédaction, si besoin, des fiches descriptives des articles pour actualiser le site en ligne du magasin.

GÉRER LA SURFACE DE VENTE

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

PARTICIPER À LA GESTION DES STOCKS

1. Enregistrer et assurer la traçabilité des dépôts, des reprises, des retours clients et des articles sortis pour réparation.
2. Identifier les produits à retourner et appliquer les procédures de traitement des retours et des reprises.
3. Consulter le stock à partir du système d'information du magasin afin d'identifier les disponibilités, les entrées et sorties, et alerter le responsable en cas d'anomalie.
4. Participer, le cas échéant, à la mise en ligne des produits (e-boutique).
5. Effectuer la réception des articles reçus, leur contrôle, leur étiquetage, leur mise en stock ou en magasin.
6. Participer à la réalisation et au suivi des inventaires.
7. Être force de proposition pour l'évolution du stock et l'intégration des nouveautés.



Domaines de compétences	Compétences
ACCOMPAGNER L'ÉQUIPE DU MAGASIN	<ol style="list-style-type: none">1. Communiquer et informer, en lien avec le responsable, le ou les vendeurs sur les nouveautés, l'organisation du travail, la mise en place des offres commerciales, les événements commerciaux...2. Veiller à l'application des consignes, règles de sécurité et procédures, en cas d'absence du responsable.3. Participer, avec le responsable, au recrutement et intégrer un nouveau vendeur.4. Assister l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.5. Participer, en lien avec le responsable, à des tâches courantes de gestion commerciale et administrative du magasin.
PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	<ol style="list-style-type: none">1. Publier, 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 des informations clients (e-mails) et les solliciter dans le cadre de campagnes de fidélisation.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 vendeurs.6. Participer à la veille concurrentielle sur la zone de chalandise avec le responsable.
RENDRE COMPTE DE SES ACTIVITÉS	<ol style="list-style-type: none">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.3. Proposer des actions d'amélioration en termes d'organisation, de gestion, d'achats...

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
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership



Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Commerces indépendants
- Magasins franchisés de toute taille

En interne : Le vendeur principal intervient sous la responsabilité du responsable de rayon et/ou du gérant/directeur du magasin. Il est en relation avec les autres vendeurs du point de vente.

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

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le vendeur principal peut progressivement évoluer vers de nouvelles responsabilités liées au suivi et à la gestion du magasin. Il peut être référent d'un ensemble de magasins.

Il peut ainsi accéder à des fonctions d'encadrement (directeur adjoint, gérant/directeur de magasin) ou, dans les points de vente de plus grande taille, à un poste d'animateur d'équipe ou de responsable de rayon, voire de directeur adjoint de magasin.

Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

Avec les préoccupations sociétales (recyclage, refus du gaspillage...), une clientèle toujours plus informée et la concurrence des vide-greniers, des sites d'annonces entre particuliers, les évolutions du vendeur principal en dépôt-vente s'inscrivent dans le renforcement de ses missions de conseil et de relation client : parcours d'achat personnalisé, expertise produit, services de livraison, d'enlèvement et de réparation.

L'omnicanalité est également un fort enjeu. Le vendeur principal doit être capable non seulement de traiter les commandes en ligne et les e-réservations, mais aussi de contribuer au désir d'achat en boutique par rapport au e-commerce en faisant de « l'événementiel en magasin ».

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

Code ROME

D1201 – Achat vente d'objets d'art, anciens ou d'occasion