



## Description de l'emploi

Le vendeur principal en droguerie intervient en magasin spécialisé dans la vente de produits pour la maison, à but utilitaire (quincaillerie, outillage, produits d'entretien ou de bricolage, ustensiles de cuisine, petit électroménager...) ou décoratif (tissus, mercerie, petits meubles, peinture, bougies, parfums d'ambiance...). 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 produits, présentation aux clients des produits correspondant à leur besoin, 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.

Il s'assure avec l'équipe de vente de la disponibilité et de la qualité des produits en vente dans le magasin (et le cas échéant sur le site en ligne de la boutique). Il réceptionne et vérifie les livraisons. Il a en charge la tenue du point de vente, approvisionne et met en valeur les produits en rayon.

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.

## Autres appellations

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

## Activités

- Préparation, installation et rangement des produits dans la surface de vente en veillant aux conditions d'entreposage et de conservation de certains produits.
- Installation des promotions et des opérations commerciales.
- Accueil de la clientèle en magasin et gestion des flux clients.
- Renseignement de la clientèle sur le magasin, les produits et, le cas échéant, sur les services proposés (reproduction de clés, petites réparations, livraison...).
- Conseils et informations auprès de la clientèle sur les caractéristiques des produits (choix du produit en fonction de l'usage recherché, consignes d'utilisation, précautions) et démonstration éventuelle.
- Réalisation éventuelle d'opérations de coupe (bois, tissu...) ou de compositions (peinture-volume et teinte...) en fonction du besoin du client.
- Réalisation de la vente et proposition de produits ou de services complémentaires, encaissement.
- Dans des proportions variables, réception, contrôle, stockage, étiquetage et gestion du stock des produits du rayon ou du magasin.
- Traitement des réclamations courantes et complexes de la clientèle.
- Mise à jour du fichier articles.
- Rangement, entretien et mise en valeur de l'espace de vente.
- Transmission ascendante (responsable/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 :

- Maintenance de premier niveau de matériel et réalisation d'opérations de service après-vente.
- Participation à l'organisation d'évènements 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.
- Participation à la recherche de fournisseurs.
- 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 en droguerie ou dans le bricolage, la propreté (traitement de surface), 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)



## 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 offres commerciales, les événements commerciaux, 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 DE DROGUERIE

1. Appréhender les nouveaux produits, le cas échéant la réglementation sur certains produits dangereux, les caractéristiques et les spécifications techniques d'un large panel de produits en vue d'apporter des conseils avisés et des consignes d'utilisation et d'entretien.
2. Appliquer le cas échéant, la réglementation relative à la vente de produits dangereux.
3. Identifier les besoins, conseiller sur les produits les plus adaptés aux attentes et aux usages recherchés par les clients.
4. Réorienter le client vers un autre produit si sa demande spontanée n'est pas la plus pertinente pour l'objectif recherché.
5. Apporter une expertise technique à la clientèle sur les produits (modèle, matériaux/composition, marque, pratiques éco-responsable de la marque, qualité, consignes d'utilisation, précautions d'emploi pour les produits dangereux, réglementés) et s'en servir pour argumenter la vente.
6. Effectuer une démonstration d'utilisation du produit.
7. Développer un argumentaire produit adapté au profil client, aux hésitations et aux objections du client.
8. Conclure la vente.
9. Proposer et vendre des articles et, le cas échéant, des services complémentaires adaptés.
10. 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 produits en rayon.
2. Participer à la présentation et à la mise en valeur des articles (merchandising), en concertation avec le responsable.
3. Assurer le bon état marchand de la surface de vente : rayons approvisionnés, maintien de l'attractivité de l'espace de vente, retrait des articles non conformes à la 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. 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 et au suivi des inventaires.
7. Être force de proposition pour l'évolution du stock et l'intégration des nouveautés.



Domaines de compétences	Compétences
<b>ACCOMPAGNER L'ÉQUIPE DU MAGASIN</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>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...</li><li>2. Veiller à l'application des consignes, règles de sécurité et procédures, en cas d'absence du responsable.</li><li>3. Participer, avec le responsable, au recrutement et intégrer un nouveau vendeur.</li><li>4. Assister l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.</li><li>5. Participer, en lien avec le responsable, à des tâches courantes de gestion commerciale et administrative du magasin.</li></ol>
<b>PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>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.</li><li>2. Consolider des informations clients (e-mails) et les solliciter dans le cadre de campagnes de fidélisation.</li><li>3. Participer au suivi des indicateurs de performance commerciale du point de vente et des objectifs fixés.</li><li>4. Autoévaluer ses pratiques pour améliorer sa performance commerciale.</li><li>5. Participer à l'intégration de nouveaux vendeurs.</li><li>6. Participer à la veille concurrentielle sur la zone de chalandise avec le responsable.</li></ol>
<b>RENDRE COMPTE DE SES ACTIVITÉS</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Renseigner et transmettre les supports de suivi des activités.</li><li>2. Transmettre les informations appropriées, signaler, alerter ou interroger le responsable en cas de besoin.</li><li>3. Proposer des actions d'amélioration en termes d'organisation, de gestion, d'achats...</li></ol>

## 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
- Succursales

**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 du magasin : particuliers et/ou professionnels, et de manière ponctuelle avec les fournisseurs et 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

Les principales évolutions des compétences du vendeur principal en droguerie s'inscrivent dans le renforcement de ses missions de conseil, d'expertise, avec des références de plus en plus nombreuses, et de relation client. Avec une clientèle toujours plus informée, le vendeur principal doit être de plus en plus en mesure d'offrir un parcours d'achat personnalisé.

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

D1212 – Vente en décoration et équipement du foyer

D1503 – Management/gestion de rayon produits non alimentaires