



## Description de l'emploi

Le vendeur principal en jeux, jouets ou puériculture accueille, informe et apporte des conseils adaptés à la clientèle, pour le jouet sur des jeux/jouets/éveil, pour la petite enfance et pour la puériculture sur des vêtements, des accessoires et des articles (poussettes, nacelles, porte-bébés, sièges auto, chambre, repas, toilette) pour les futurs parents. Par un questionnement (âge de l'enfant, goûts et envies de l'enfant, date présumée de la naissance...), il identifie les besoins, propose aux clients les articles qui correspondent à leur attente et répond aux questions des parents : jouets/jeux ou articles de puériculture les plus adaptés, normes de sécurité, garantie... Il explique aussi le fonctionnement des articles et fait des démonstrations si besoin. Il procède à la vente et à l'encaissement.

En fonction des types de points de vente, il peut être amené à fidéliser la clientèle (fichier client...), à traiter les réclamations courantes et les plus complexes ainsi que les retours (SAV).

Avec l'équipe de vente, il s'assure de la disponibilité et de la qualité des articles en vente dans le magasin. Il réceptionne et vérifie les livraisons. Il a en charge la tenue du point de vente, il approvisionne et met en valeur les articles 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 référent
- Vendeur spécialisé
- Animateur d'équipe (magasin)

## Activités

- Préparation, installation en rayon et mise en valeur des articles.
- 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 articles, les services et, le cas échéant, sur les outils interactifs à disposition.
- Conseils techniques à la clientèle sur les articles et les services du magasin, démonstration éventuelle.
- Réalisation de la vente et proposition d'articles ou de services complémentaires, encaissement (en fonction du type de point de vente).
- Dans des proportions variables, réception, stockage, étiquetage et gestion du stock des articles du rayon ou du magasin.
- Traitement des réclamations courantes et complexes de la clientèle.
- 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 :

- 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.
- Commande auprès des fournisseurs.
- Prise en charge des appels téléphoniques.
- Préparation et animation des ateliers (jeux, créatifs...).

## Accès à l'emploi

### Profil recherché :

- Une formation initiale de niveau Bac+2 ou Bac+3 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)



## 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 JEUX, JOUETS OU ARTICLES DE PUÉRICULTURE

1. S'informer sur les tendances, l'univers de la petite enfance, les normes de sécurité, les principes de développement et de psychologie de l'enfant, 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 caractéristiques techniques des produits (produits en accord avec l'âge, modèle, histoire, marque, esthétique, matériaux/composition, pratiques éco-responsables de la marque, qualité, norme de sécurité, consignes d'utilisation et d'entretien...) et s'en servir pour argumenter la vente.
4. Effectuer une démonstration d'utilisation de l'article et transmettre son savoir-faire.
5. Développer un argumentaire produit adapté au profil client, aux hésitations et aux objections du client.
6. Conclure la vente.
7. Proposer et vendre des articles et, le cas échéant, des services complémentaires adaptés.
8. Le cas échéant, participer à ou effectuer l'encaissement, les opérations de facturation et de fidélisations (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 univers ou par thématiques.
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 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.

### ACCOMPAGNER L'ÉQUIPE DU MAGASIN

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



Domaines de compétences	Compétences
<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'améliorations 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, 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.

## 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 jeux, jouets ou puériculture s'inscrivent dans le renforcement de ses missions de conseil, d'expertise 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 : sélection de produits adaptés, conseils toujours plus pointus, connaissances techniques sur les produits et le développement physiologique de l'enfant...

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.

Avec l'évolution du marché du jouet, le magasin de jouets devient de plus en plus un lieu de vie/d'expérience, où l'emploi de vendeur tend à évoluer vers des missions d'animation (Animateur de vente).

## Code ROME

D1503 – Management/gestion de rayon produits non alimentaires