



## Description de l'emploi

Le merchandiseur est responsable de l'identité visuelle de l'enseigne/entreprise et de la mise en valeur des espaces de vente sur un secteur géographique ou au niveau national.

Il travaille à l'agencement des magasins, à la conception des vitrines, des rayons, et à la mise en scène des produits pour optimiser leur visibilité et favoriser au maximum l'acte d'achat des clients.

Le merchandiseur peut également intervenir en amont pour participer à la définition du concept d'un nouveau magasin.

Il est également chargé d'accompagner, voire de former les équipes de vente qui assurent le merchandising dans leur point de vente à l'aide de documents et de schémas qu'ils doivent reproduire ou adapter.

## Activités

- Étude des comportements d'achat des clients et veille dans son domaine d'activité.
- Définition et élaboration des concepts visuels et des agencements selon la politique de merchandising de l'enseigne/de l'entreprise.
- Pilotage et suivi de la mise en place en magasin.
- Accompagnement des équipes de vente dans les implantations et transmission des supports de merchandising.
- Suivi des indicateurs de performance, analyse des résultats des ventes et proposition de mesures correctives à mettre en place dans le ou les point(s) de vente.

## Accès à l'emploi

### Profil recherché :

- Diplômes de niveau Bac+2 ou Bac+3 : formation commerciale, marketing.
- Maîtrise des logiciels et outils de création graphique spécifiques (CAO/DAO...).
- L'emploi est également accessible par l'expérience aux professionnels de la vente ayant acquis des compétences en marketing et en merchandising au cours de leur pratique.
- Une pratique de l'anglais peut être requise.

### Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- BTS – Management commercial opérationnel
- Titre à finalité professionnelle – Décorateur merchandiser (niv. 5)
- Titre à finalité professionnelle – Visual merchandiser (niv. 5)
- Titre à finalité professionnelle – Étalagiste Décorateur Marchandiseur (niv. 5)
- Licence professionnelle – Commerce et distribution
- Titre à finalité professionnelle – Responsable Visuel Merchandiser (niv. 6)

## Autres appellations de l'emploi

- Marchandiseur/Merchandiseur
- Marchandiseur visuel/Visual merchandiseur
- Décorateur étalagiste
- Décorateur d'espaces de vente
- Décorateur scénographe
- E-merchandiseur



## Domaines de compétences

## Compétences

### EFFECTUER UNE VEILLE, ANALYSER LES VENTES ET LES COMPORTEMENTS D'ACHAT

1. Effectuer une veille permanente dans son domaine d'activité : visite de salons, bonnes pratiques, tendances et innovations en merchandising...
2. Positionner et évaluer l'entreprise et les produits sur le marché : caractéristiques des produits et leur potentiel commercial, cible clients, analyse des ventes.
3. Commander et analyser des études de marché : habitudes des consommateurs, tendances en magasin, parcours et mobiles d'achats.

### DÉFINIR, CONCEVOIR OU ADAPTER UN PROJET DE MERCHANDISING

1. Appréhender la politique de merchandising de l'enseigne/de l'entreprise.
2. Appréhender et appliquer les techniques et concepts de merchandising.
3. Rechercher et faire des propositions de mise en scène, d'implantation, de circulation pour optimiser le parcours client et les ventes, d'agencement de vitrine, de concepts visuels, d'ambiance sensorielle, dans le respect de l'image de l'enseigne/entreprise et de la politique de merchandising.
4. Représenter visuellement le projet de mise en scène : dessin, maquette, simulation informatique du projet assistée par ordinateur.
5. Prendre en compte dans l'élaboration du projet les normes de sécurité, les contraintes techniques et les ressources nécessaires.
6. Évaluer le budget nécessaire en lien avec sa direction.
7. Présenter le projet aux directions commerciale, marketing et communication, et argumenter techniquement et esthétiquement les concepts et les éventuels changements à apporter dans le merchandising de certains magasins.

### GÉRER ET SUIVRE LA MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE DU PROJET DE MERCHANDISING

1. Rédiger ou participer à la rédaction des appels d'offres, cahiers des charges.
2. Évaluer et sélectionner pour l'enseigne/l'entreprise les meilleures offres qualité/prix/produits des fournisseurs.
3. Négocier le contrat de prestation en lien avec la direction.
4. Assurer la planification et la coordination d'un projet d'aménagement afin d'en garantir la mise en œuvre opérationnelle.
5. Assurer le suivi budgétaire et le contrôle de la prestation.
6. Élaborer et formaliser les supports de merchandising (books, fiches techniques d'installation...) destinés aux équipes dans les points de vente.
7. Former, le cas échéant, les équipes de vente dans les implantations merchandising.
8. Organiser et effectuer des visites de magasin, et vérifier le cas échéant l'application et la conformité des préconisations de merchandising dans les points de vente.
9. Prendre le relai du directeur de magasin lorsque les concepts de l'enseigne/l'entreprise ne sont pas respectés.

### MESURER LES EFFETS DU MERCHANDISING

1. Suivre les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance commerciale des points de vente : évolution du chiffre d'affaires, taux de transformation, panier moyen par client, satisfaction client (sur l'ergonomie du magasin...).
2. Proposer des adaptations au plan de merchandising dans un ou plusieurs points de vente en fonction des anomalies repérées et des indicateurs et résultats commerciaux.
3. Assurer le suivi des actions correctives proposées aux points de vente et valoriser les bonnes pratiques.

## Compétences comportementales

- Savoir travailler en équipe, avoir l'esprit d'équipe
- Être réactif et savoir chercher des solutions
- Savoir se concentrer longtemps sur une tâche, être minutieux
- Savoir montrer de l'intérêt pour l'autre, l'écouter
- Savoir bien s'exprimer, être à l'aise dans le relationnel
- Savoir anticiper pour agir, être proactif
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre



## Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Enseignes/entreprises de grande taille

En interne : Selon l'organisation de l'entreprise, il intervient sous la responsabilité du directeur/responsable merchandising ou du responsable marketing. Il est en relation avec les différentes équipes pluridisciplinaires de l'entreprise : marketing, commercial, achats, communication. Il est également en relation avec les équipes de vente et les directeurs de magasin.

En externe : Il est en relation avec les fournisseurs et les prestataires (visuels, événementiel...).

## Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

Avec l'essor du e-commerce, le merchandiseur est considéré comme une fonction stratégique par sa capacité à mettre en scène les produits et à participer au désir d'achat en magasin.

Avec le développement des technologies d'animation, le merchandiseur peut s'appuyer sur des présentations virtuelles d'agencement et de concept de magasins.

L'emploi de « e-merchandiseur » émerge avec le développement du e-commerce. Sa fonction principale est de mettre en ligne les produits sur le site de l'enseigne en respectant son identité visuelle.

## Mobilité professionnelle

Après plusieurs années d'expérience, le merchandiseur peut évoluer vers des fonctions d'encadrement d'équipe, de responsable merchandising, ou s'orienter vers d'autres fonctions dans le marketing.

Il peut également exercer en tant qu'indépendant.

## Code ROME

B1301 – Décoration d'espaces de vente et d'exposition