

Vendeur principal / Vendeuse principale en dépôt-vente

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

Description de l'emploi

Le **vendeur principal en dépôt-vente** intervient en magasin spécialisé dans la **revente d'articles d'occasion (seconde main)** pour une clientèle de professionnels ou de particuliers : objets décoratifs, biens d'équipement du foyer, meubles, livres et biens culturels, accessoires de mode... voire un très large panel d'articles divers.

Le vendeur principal en dépôt-vente **est aussi un acheteur**. 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 vendus ou déposés par les 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** d'articles correspondant à leurs attentes, **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 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 (prise 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 et/ou de revente 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).
 - Prise 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.
- La pratique de l'anglais est recommandée.

Formations (liste non exhaustive) :

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



Domaines de compétences	Compétences
<p>Gérer la relation client</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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 ou les réservations des 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.
<p>Conseiller et vendre des articles d'occasion</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier les besoins du client, le conseiller sur les articles en fonction de ses attentes. 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 du client, à ses hésitations et à ses objections. 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).
<p>Acheter ou prendre en dépôt des articles présentant un intérêt pour la clientèle</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rechercher des informations sur un type d'article : valeur d'origine, histoire, marque, dimensions... 2. Étudier un article (état, défaut éventuel...), estimer son prix de revente et, le cas échéant, son coût de réparation. 3. Négocier le prix de l'article avec le vendeur ou le prix de revente et la marge de négociation avec le déposant. 4. Acheter ou prendre en dépôt 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 est, des fiches descriptives des articles pour actualiser le site en ligne du magasin.
<p>Gérer la surface de vente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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 (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 de la démarque inconnue (vols, casse non signalée, erreurs de réception, de référencement ou de préparation...). 6. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité.

Compétences (suite)

Domaines de compétences	Compétences
Participer à la gestion des stocks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enregistrer et assurer la traçabilité des dépôts, des reprises, des retours clients et des articles sortis pour réparation. 2. Identifier les articles 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 articles (e-boutique). 5. Effectuer la réception des articles achetés ou mis en dépôt, leur contrôle, leur étiquetage, leur mise en réserve 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	<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 à l'intégration de nouveaux vendeurs. 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 utiliser dans le cadre de campagnes de fidélisation et d'événements promotionnels. 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 matière 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.

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 principales évolutions des compétences du vendeur principal en dépôt-vente s'inscrivent dans le renforcement des 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.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le vendeur principal peut accéder progressivement à de nouvelles responsabilités liées au suivi et à la gestion du magasin. Il peut être référent d'un ensemble de magasins. Il peut évoluer vers des fonctions d'encadrement (directeur adjoint, gérant/directeur de magasin) ou, dans les points de vente de plus grande taille, vers un poste d'animateur d'équipe ou de responsable de rayon, voire de directeur adjoint de magasin.

Code ROME **D1201** - Achat vente d'objets d'art, anciens ou d'occasion