

Vendeur principal / Vendeuse principale en équipement du foyer

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

Description de l'emploi

Le **vendeur principal** en équipement du foyer intervient en magasin spécialisé dans la vente auprès d'une clientèle de particuliers et de professionnels d'articles d'une grande diversité : **meubles, décoration, arts de la table, coutellerie...**

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** d'articles et de services 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.

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.



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, contrôle, stockage, étiquetage et gestion du stock des articles 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 :**
- 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.
 - Participation à la recherche de fournisseurs.
 - Commande auprès des fournisseurs.
 - Prise en charge des appels téléphoniques.
 - Préparation et animation des ateliers (loisirs créatifs...).



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 de droguerie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Appréhender les nouveaux produits, le cas échéant la réglementation relative à 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 du client, le conseiller sur les produits les plus adaptés à ses attentes et aux usages recherchés. 4. Réorienter le client vers un autre produit si sa demande spontanée n'est pas la plus pertinente au regard de son objectif. 5. Apporter une expertise technique à la clientèle sur les produits de droguerie (modèle, matériaux/composition, marque, pratiques écoresponsables 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 du client, à ses hésitations et à ses objections. 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).
<p>Gérer la surface de vente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Préparer et mettre les produits en rayon et en vitrine. 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 produits 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.
<p>Participer à la gestion des stocks</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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 les produits à retourner, assurer leur traçabilité 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 produits livrés, 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.



Compétences (suite)

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 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
- 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.



Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- Les principales évolutions des compétences du vendeur principal en équipement du foyer 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.



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 ainsi 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.

Codes ROME **D1212** – Vente en décoration et équipement du foyer • **D1503** – Management/gestion de rayon produits non alimentaires