

## Vendeur Conseil en Magasin



### EN QUOI CONSISTE CE MÉTIER ?

#### Définition :

Le (la) vendeur (se)-conseil en magasin exerce son activité dans un environnement commercial omnicanal pour assurer la vente de produits et/ou de services nécessitant l'apport de conseils, de démonstrations auprès d'une clientèle de particulier ou de professionnels qu'il (elle) accueille sur son lieu de vente. Il (elle) doit prendre en compte l'ensemble du dispositif de commercialisation : point de vente et internet. Il (elle) met en œuvre son sens de l'organisation, de l'animation pour améliorer la mise en valeur des produits et l'évolution des assortiments selon la politique commerciale de l'entreprise. Il (elle) contribue aux résultats de son linéaire ou du point de vente en fonction des objectifs de vente fixés par sa hiérarchie.

#### Ses principales missions consistent à :

- Contribuer à la fidélisation et à la satisfaction des clients.
- Personnaliser la relation et accompagner le client engagé dans un parcours d'achat avec l'objectif d'optimiser l'expérience client vis-à-vis de l'enseigne.
- Organiser et gérer le circuit d'approvisionnement et de distribution.
- Maîtriser les caractéristiques et l'usage des produits et/ou services.
- Participer à la mise en valeur du point de vente, proposer des améliorations.

#### Conditions générales d'exercice :

Selon l'organisation commerciale de l'entreprise, il (elle) travaille en collaboration avec son hiérarchique ainsi qu'avec les autres membres de l'équipe, vendeurs, magasiniers.

Le (la) Vendeur (se) Conseil en Magasin est en relation directe avec la clientèle. Son activité s'exerce principalement sur une surface de vente, la plupart du temps debout, mais comporte aussi des périodes au bureau pour la gestion administrative et la veille produits. Il (elle) peut également être amené (e) à participer à l'observation de la concurrence en dehors du magasin.

Son activité est généralement planifiée durant les horaires d'ouverture au public. Néanmoins, elle peut parfois être réalisée en dehors des horaires pour des besoins spécifiques tels que la préparation des opérations saisonnières ou promotionnelles, des actions commerciales spécifiques et la réalisation des inventaires.

#### Liste des activités types de l'emploi :

Activité 1 : développer sa connaissance des produits et contribuer à l'animation de l'espace de vente.

Activité 2 : vendre et conseiller le client en magasin.

#### DURÉE

45 semaines (1425 heures) dont 12 d'application en entreprise réparties en 3 périodes.

#### VALIDATION

Titre Professionnel de Niveau 4, délivré par le Ministère chargé de l'Emploi.

#### DÉBOUCHÉS

Vendeur conseil, vendeur technique, conseiller de vente dans des secteurs variés : grande distribution, bricolage décoration, habillement, cosmétique, agence immobilière, concessionnaire,...

#### FORMATION EN E. S. R. P.

Accompagnement par une équipe pluriprofessionnelle (formateurs, chargé d'insertion, médecin, psychologue, assistant social...), ayant une expérience professionnelle et technique dans le domaine ou bien titulaire d'un diplôme de la spécialité.

Possibilité d'adaptation des postes et des rythmes.

#### CONTACT

A.I.S.P. – E.S.R.P. L'Englennaz  
52 av. de la Sardagne  
CS 20156  
74303 CLUSES Cedex  
Tél. 04 50 98 18 14  
www.englennaz.com  
englennaz@aisp74.asso.fr

## QUELS SONT LES PRÉREQUIS ?

Niveau première / terminale ou diplôme de niveau 3 (CAP, BEP) avec ou sans expérience dans le secteur du commerce.

Nota : en cas de prérequis insuffisants, une Préparatoire Générale est nécessaire. Elle doit être notifiée par la M. D. P. H.

## QUELLES APTITUDES FAUT-IL AVOIR ?

Présentation soignée.

Bon sens relationnel et facilité d'expression.

Capacité d'adaptation.

Capacité d'analyse et de synthèse.

Sens de l'organisation, autonomie et rigueur.



## QUEL EST LE CONTENU DE LA FORMATION ?

- Les métiers de la vente et leur organisation.
- Les techniques et les technologies de communication et d'information en lien avec son activité.
- L'organisation d'un espace de vente.
- Les concepts de base du marketing.
- Les outils connectés pour le suivi quotidien des stocks et des indicateurs.
- Les calculs commerciaux.
- La gestion des flux de marchandises.
- Les techniques de communication en face-à-face.
- Les techniques de vente multi-clients.
- L'identification des besoins, des freins et des motivations d'achats.
- L'optimisation et l'évaluation des ventes.
- Le traitement des réclamations.
- Techniques de recherche d'emploi.



## QUELLE MÉTHODE ET QUELS SUPPORTS PÉDAGOGIQUES ?

- Apports théoriques.
- Travaux pratiques et études de cas.
- Jeux de rôles.
- Vidéos, diaporama, revues professionnelles.
- Évaluations formatives régulières pour mesurer les acquis et ajuster les contenus et le déroulement en fonction des résultats.
- Actions commerciales en partenariat avec des entreprises locales.
- Appréciations intermédiaires et finales.
- Guidance de l'équipe pluridisciplinaire.

