

ANIMATEUR(TRICE) COMMERCIAL(E)

FAMILLE DE METIER MARKETING

MISSION

L'animateur commercial a pour mission la promotion de la culture et des méthodes de l'enseigne au sein des points de vente. Il est basé au siège d'une enseigne de jardinerie et assure l'interface avec les magasins en y effectuant des interventions fréquentes. Il y diffuse les grandes lignes de la politique commerciale et marketing, forme aux techniques de vente, informe sur les tendances et les nouveaux produits, conseille dans la gestion commerciale, répond aux questions des collaborateurs et enfin fait remonter leurs besoins au siège. Sa responsabilité vis à vis des magasins est fonctionnelle.

EVOLUTIONS DU MÉTIER

1. CENTRALISATION DES ACTIVITES AU SIEGE DES ENSEIGNES

Le mouvement de concentration observé dans l'univers des jardineries et graineteries conduit à une centralisation de certaines activités de gestion commerciale et économique traditionnellement effectuées par les directeurs de magasin vers les services du siège de l'enseigne. Ce mouvement, facilité par les progiciels de gestion intégrés, renforce la dépendance des magasins vis à vis de l'enseigne et donc le rôle des animateurs commerciaux pour réaliser l'interface.

2. PRISE EN COMPTE DU DEVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACTIVITE

Les animateurs commerciaux ont un rôle majeur à jouer dans l'information et la formation des collaborateurs des magasins aux problématiques de développement durable. Cela se traduit notamment par la sensibilisation aux pratiques de réduction des consommations énergétiques, aux techniques de mesure de l'empreinte carbone, à la transmission de connaissances sur les produits respectueux de l'environnement pour mieux guider la clientèle vers une consommation responsable.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

1. ANIMATION COMMERCIALE DU PERSONNEL DES POINTS DE VENTE

- Forme aux techniques de vente les collaborateurs, conseille sur la gestion commerciale du point de vente (gestion des stocks, calcul des marges, tarification des produits, ...) et l'utilisation des outils informatiques de gestion et de pilotage

- Anime des groupes de travail sur des thèmes liés à l'activité (méthodes d'accompagnement des personnels saisonniers, techniques d'anticipation de l'affluence en magasin, construction des plannings de présence du personnel, ...), apporte des conseils personnalisés et diffuse les bonnes pratiques

- Accompagne la mise en place des nouveaux équipements, procédures, systèmes informatiques, outils de gestion

2. INTERFACE ENTRE LE SIEGE ET LES MAGASINS

- Présente les nouveautés commerciales (campagnes de publicité, nouveaux produits, opérations commerciales, ...) et informe sur l'évolution du marché (résultats d'études marketing, produit à la mode, nouveaux produits concurrents, ...)

- Transmet les directives et les recommandations du siège de l'enseigne (tenue des rayons, implantation des univers, relations fournisseurs, politique de retour des produits, carte de fidélité, reporting commercial, ...), vérifie qu'elles soient bien appliquées, le cas échéant s'informe des raisons et juge s'il est opportun de mener une action spécifique

- Écoute les collaborateurs des points de vente et remonte au siège les besoins exprimés, explique et détaille les points particuliers et répond aux interrogations tout en s'assurant qu'elles ont été bien comprises par l'ensemble des personnes concernées

- Pratique de la veille interne en repérant dans les magasins qu'il visite les pratiques innovantes et qui pourraient être diffusées à l'ensemble du Groupe

Les Métiers de la Jardinerie

CONDITIONS DE TRAVAIL

L'activité comporte des déplacements très fréquents dans les points de vente (environ 70% du temps) et implique des contacts permanents avec les personnels des magasins et ceux du siège.

Les horaires de travail sont irréguliers en raison des déplacements et l'activité peut connaître des rythmes périodiques plus intenses.

Le travail le week-end est occasionnel (ouverture de magasin, inventaires, séminaires, salons, ...)

COMPÉTENCES TECHNIQUES

1. ANIMATION COMMERCIALE DU PERSONNEL DES POINTS DE VENTE

- Animer une formation et transmettre des connaissances et des savoir-faire (pédagogie, reformulation, illustration), savoir susciter la discussion et intégrer les différents points de vue

- Concevoir des outils pédagogiques à destination des collaborateurs (guides méthodologiques, fiches pratiques, présentation power point)

- Connaître les techniques de marketing, de communication et de merchandising, les différents gammes de produits vendus, la législation en matière de commerce (prix, vente à perte, démarque, vente de produits dangereux et d'animaux, règles de la concurrence, contrats de collaboration commerciale, ...)

- Connaître les techniques de vente : accueil du client, questionnement, écoute, reformulation, présentation de produits, développement d'un argumentaire commercial, conclusion de la vente

- Maîtriser le calcul, l'analyse et le suivi des indicateurs de pilotage de l'activité (chiffre d'affaires, marge, stocks, coûts de personnel, ...), les outils informatiques de gestion (ex: Excel, SAP, ...)

2. INTERFACE ENTRE LE SIEGE ET LES MAGASINS

- Avoir une vue d'ensemble sur l'activité du point de vente et le sens de l'observation

- Savoir remonter le bon niveau d'information au bon interlocuteur

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES

1. ANIMATION COMMERCIALE DU PERSONNEL DES POINTS DE VENTE

- Avoir un bon relationnel et une aisance dans la communication

- Savoir convaincre tout en faisant de la pédagogie

- Être méthodique, rigoureux, avoir le sens de l'organisation

2. INTERFACE ENTRE LE SIEGE ET LES MAGASINS

- Avoir une écoute attentive vis-à-vis de son entourage, savoir se rendre disponible pour répondre aux sollicitations nombreuses des magasins et sur des sujets variés

- Avoir le sens des responsabilités

- Savoir gérer les priorités

- Se remettre en cause, intégrer les changements et les évolutions indispensables à la nature de l'activité

COMPÉTENCES À DÉVELOPPER

- Développer la capacité à jouer l'interface entre les magasins et le siège

- Développer les connaissances et pratiques de développement durable liées aux produits vendus et liées à l'économie de ressources consommées au sein des points de vente

CONDITIONS D'ACCÈS

- Le métier d'animateur commercial nécessite une formation minimum de niveau Bac+2 ou une expérience professionnelle équivalente.

- Les formations de type BTS Management des unités commerciales ou DUT Techniques de commercialisation sont les plus adaptées.

- L'emploi est en général accessible après une expérience réussie de plusieurs années en magasin à un poste d'encadrement (par exemple responsable de rayon ou de secteur)