

## Métier : Animateur(trice) commercial(e)

### Autres appellations

Démonstrateur(trice), animateur(trice) produit, intervenant(e) commercial(e), conseiller(ère) produit et/ou services

### Définition et mission

L'animateur(trice) – animation commerciale promeut le produit et/ou le service, conseille le consommateur et suscite le désir d'achat d'un produit ou d'un service en grande surface, sur foires et salons ou sur d'autres lieux publics, par une animation autour d'un produit ou d'un service dans l'objectif de le vendre et de représenter la marque. Il rédige un compte-rendu de ses activités.

### Activités

- ◆ Préparation de l'animation commerciale :
  - Réception et consultation du « *brief* » produit et apprentissage des spécificités techniques, des argumentaires et des avantages produit
  - Formation en présentiel ou à distance (téléphonique, internet...)
  - Réception et lecture du guide technique de Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) et/ou de montage du stand
  - Prise de connaissance du déroulé général de l'opération : objectifs à atteindre, dates,...
- ◆ Manutention et disposition de la PLV sur le point de vente en accord avec le(a) chef(fe) de rayon, le(a) responsable de secteur, le(a) responsable de zone ou commercial(e)
- ◆ Accroche du prospect, développement d'un argumentaire de promotion du produit, conseil du consommateur, distribution d'échantillons, démonstration clients, préparation de dégustations et/ou tests
- ◆ Renseignement d'un rapport d'animation sur les typologies de consommateurs, les questions et remarques clients, le nombre d'achats repéré, la fréquentation du point de vente, l'implantation choisie

### Autres activités possibles

- ◆ Ciblage préalable à la distribution d'échantillons, de produits ou d'offres réservées (bons de réductions...)
- ◆ Promotion, distribution de publicités et/ou d'échantillons non préqualifiés (street marketing)
- ◆ Mise en place et animation de podiums en grandes surfaces
- ◆ Prestation de mini-soins
- ◆ Prise de contacts et sondages

### Conditions d'exercice

1. **Statut (CSP) :** employé(e)
2. **Nature du contrat :** majoritairement en CIDD et CDI intermittent (accord du 13 février 2006)
3. **Lieu :** lieu d'animation et/ou de vente (itinérance)
4. **Modalités :** selon les activités : horaires décalés, activité le soir, le week-end, activités saisonnières selon les spécialités (Noël...); périodes d'inactivité; déplacements; usage des outils d'information et de communication (connexion internet, ordinateur et téléphone portable)
5. **Équipement/matériels :** équipements fourni(s) par le client pour la bonne réalisation de la mission
6. **Liaisons – relations professionnelles**
  - ◆ **Externes :** chef(fe) de rayon/secteur (grande surface); chef(fe) de produit; consommateur, client final
  - ◆ **Internes :** chef(fe) animateurs(trices); responsable animateurs(trices) ou chef(fe) de vente interne; formateur(trice) technique d'animation et brief produit; gestionnaire de planning et d'affectation

### Compétences génériques

Connaître et appliquer les consignes qui lui sont communiquées afin de :

- ◆ Mettre en avant et disposer les produits selon le cahier des charges en organisant la PLV et/ou le stand conformément au « *brief* » transmis par l'employeur
- ◆ Observer et écouter activement le consommateur, et utiliser à bon escient les outils mis à sa disposition et mettre en avant les avantages du produit et/ou du service en fonction des habitudes et des besoins repérés

16/09/2021

a supprimé: 28/05/2021

- ◆ Savoir répondre aux objections du client et tempérer une situation conflictuelle
- ◆ Repérer les produits concurrents et adapter son argumentaire

## Connaissances

- ◆ Techniques de vente : accroche, écoute, reformulation, observation, ouverture, recentrage analyse des besoins, réponse produit et conclusion de la vente
- ◆ Maîtrise du produit, de ses avantages et de l'argumentaire associé et éventuellement d'une gamme ou d'une ligne de produits ou de services
- ◆ Règles de fonctionnement de la chaîne de distribution, d'une grande surface, d'un salon, d'une foire,...
- ◆ Règles d'hygiène, de santé et de sécurité notamment en cas de démonstration et/ou de dégustation

## Qualités attendues

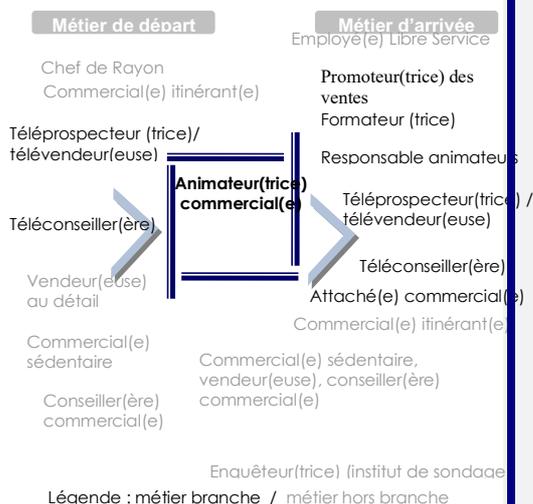
- ◆ Sens commercial
- ◆ Aisance relationnelle
- ◆ Sens de l'observation, écoute et tact
- ◆ Capacité d'adaptation et sens de l'autonomie

## Conditions d'accès au métier

### Niveau de formation initiale les plus courants :

- ◆ Autodidacte ou formation de niveau 3 : CAP, BEP vente avec expérience
- ◆ Formation de niveau 4 : bac professionnel commerce, vente action marchande ou bac général
- ◆ Formation de niveau 5 à 6 : Institut des Forces de Vente, BTS commerce, force de vente

## Accès au métier et passerelles



## Où exercer ce métier ?

- ◆ Animation commerciale et force de ventes

## Tendances d'évolution

### Evolution des effectifs :

- ◆ Un métier qui connaît une baisse constante d'effectifs liée à l'émergence de nouveaux modes de consommation et qui rencontre des besoins marqués selon les secteurs (animations produits frais...)

### Evolution des compétences :

- ◆ Vers un renforcement en anglais dans certaines régions de France (Bretagne, Pas-de-Calais, Périgord...)
- ◆ Vers un renforcement des compétences environnementales
- ◆ Vers un renforcement des compétences digitales lié à l'évolution des outils de communication et à la dématérialisation des supports
- ◆ Vers un renforcement des connaissances en matière d'hygiène, de santé et de sécurité

### Evolution globale du métier :

- ◆ Vers une polyvalence multi métiers des salariés qui cherchent à combler les périodes d'inactivité (client mystère, merchandiser, street marketer...)

16/09/2021

a supprimé: 28/05/2021

## Métier : Promoteur(trice) des ventes

### Autres appellations

Attaché(e) commercial(e)

### Définition et mission

Le(a) promoteur(trice) agit sur la présence du produit dans le point de vente met en scène le service ou le produit sur le lieu de vente pour favoriser l'acte d'achat. Il/Elle est également amené(e) à vendre directement auprès des distributeurs ou en foires et salons.

### Activités

- ◆ Vérification de la présence et de la disposition du produit sur le point de vente : stocks en réserve et en magasin, présentation, Publicité sur le Lieu de Vente (PLV),...
- ◆ Contrôle des engagements distributeurs : positionnement, prix, installation dans le linéaire/la vitrine, mise en avant,..
- ◆ Conseil et négociation auprès du distributeur sur le positionnement des produits, les nouvelles références, la PLV, les animations à développer et éventuellement les volumes à placer
- ◆ Organisation des animations et de la mise en valeur des produits : animations ponctuelles, démonstrations, tests, mise en marche, expériences ...
- ◆ Sensibilisation des équipes de vente du magasin (démonstration des caractéristiques techniques, des avantages produits) et préconisations en vue d'éviter les ruptures de stock
- ◆ Négociation d'opérations de promotion et gestion directe des prises de commandes en point de vente
- ◆ Synthèse de la visite commerciale et compte-rendu d'activité : reporting quantitatif et qualitatif, (retour en photos, relevé de linéaires et du positionnement de la concurrence, résultats des ventes, prises de commandes ...)
- ◆ Toutes actions de merchandising : recadrage, réimplantation, pose de PLV, théâtralisation, mises en avant, montage de têtes de gondole, stickage bon de réduction immédiat (BRI), délotage, pavé de marque, mise en place de box et d'opérations locales et nationales

### Autres activités possibles

- ◆ Actions de phoning préalables, organisation du plan de tournées
- ◆ Diagnostic du point de vente : zones de vente, aspect général des locaux, du mobilier, de la présentation en vitrine ...

### Conditions d'exercice

1. **Statut (CSP)** : employé(e)
2. **Nature du contrat** : CDI ou CDD, majoritairement à temps plein
3. **Lieu** : points de vente d'un secteur géographique, foires et salons (itinérance)
4. **Modalités** : horaires de jour et de nuit. Déplacements selon un plan de tournée.
5. **Équipement/matériels** : selon l'affectation, ordinateur portable, téléphone portable, , véhicule personnel ou de société, chaussures de sécurité
6. **Liaisons – relations professionnelles**
  - ◆ **Externes** : vendeur(se)s, chef(fe)s de rayon/département, directeur(trice)s de points de vente ;

**Internes** : chef(fe)s des ventes (N+1) ; chef(fe)s de projets

### Compétences génériques

- ◆ Observer et faire respecter les codes de présentation du produit selon le cahier des charges établi par le donneur d'ordre et les contraintes d'implantation imposées par le distributeur
- ◆ Argumenter et convaincre : le(a) chef(fe) de rayon/secteur ou le(a) directeur(trice) du point de vente du placement du produit et/ou du passage d'une commande
- ◆ Utiliser les supports de présentation et de description produit à bon escient : arguments de ventes, justification de volumes,...
- ◆ Expliquer et transmettre l'argumentaire produit aux vendeur(se)s de manière pédagogique
  - ◆ Repérer les produits concurrents directs et indirects et analyser leur quantité, leur positionnement dans les linéaires, ...
  - ◆ Repérer les atouts et les inconvénients d'une zone (emplacement interne, décor,...) ou d'un point de vente (typologie de clientèle,...)

- ◆ Savoir rédiger un rapport d'activité commerciale et en formuler une synthèse si nécessaire, par exemple, lors des réunions de vente
- ◆ Compétences merchandising : lecture de plans de merchandising, réalisation de l'implantation en autonomie, management des merchandiseur(se)s, théâtralisation, gestion d'espace magasin

## Connaissances

- ◆ Techniques de négociation et de vente : accroche, écoute, reformulation, observation, ouverture, recentrage analyse des besoins, réponse produit et conclusion de la vente ...
- ◆ Techniques d'optimisation de linéaires et leur application
- ◆ Agencement et décoration de points de vente, vitrines,...
- ◆ Maîtrise du produit, de ses avantages, de l'argumentaire associé et d'une gamme ou d'une ligne de produits ou de services
- ◆ Règles de fonctionnement de la chaîne de distribution, d'une grande surface, d'un salon, d'une foire ...

## Qualités attendues

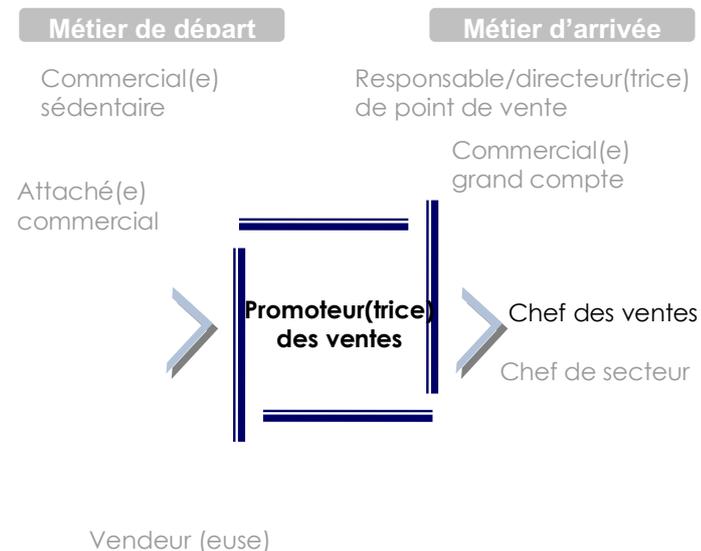
- ◆ Sens commercial et aisance relationnelle
- ◆ Pédagogie et communication orale et écrite
- ◆ Sens de l'observation, écoute et tact
- ◆ Esprit de synthèse, capacité d'analyse
- ◆ Capacité d'être force de proposition

## Conditions d'accès au métier

### Niveaux de formation initiale les plus courants :

- ◆ Formation de niveau 3 : CAP, BEP vente avec expérience (min. 5/7 ans)
- ◆ Formation de niveau 4 : bac professionnel commerce, vente action marchande ou bac général avec 2/3 ans d'expérience en grande surface ou de vendeur en boutique
- ◆ Formation de niveau 5 à 6 : Institut des Forces de Ventes, BTS management des unités commerciales, force de vente avec ou sans expérience préalable

## Accès au métier et passerelles



## Où exercer ce métier ?

- ◆ Force de ventes

## Tendances d'évolution

### Evolution des effectifs :

- ◆ Un métier qui connaît une hausse des effectifs constante

### Evolution des compétences :

- ◆ Vers le renforcement de l'expertise et du conseil
- ◆ Vers le renforcement des connaissances liées à l'évolution des modes de consommation et aux enjeux liés à la responsabilité sociétale et environnementale (RSE)

### Evolution globale du métier :

- ◆ Le métier est très impacté par les variations de la consommation et du contexte économique