

## Métier : Chef des Ventes

### Autres appellations

Responsable des ventes, responsable commercial, chef d'équipe commercial

### Définition et mission

A la tête d'une équipe de promoteur(trice)s des ventes ou de chef(fe)s de secteur, le(a) Chef(fe) des Ventes est responsable du développement du chiffre d'affaires d'un produit ou d'un service dans un périmètre déterminé. Il/elle est garant de la satisfaction des distributeurs et des clients finaux. Il/elle est l'élément clé du partenariat avec le client, et l'interface privilégié(e) entre l'équipe de terrain et le coordinateur client.

### Activités

- ◆ Mise en œuvre opérationnelle de la prestation commerciale définie pour le donneur d'ordres (actions de vente et/ou promotion des ventes) sur un produit et/ou un service, dans un périmètre déterminé
- ◆ Responsabilité de l'optimisation des moyens visant à la réalisation des objectifs commerciaux quantitatifs et qualitatifs dans les points de vente
- ◆ Animation, recrutement, encadrement de l'équipe de vente ; fixation des objectifs collectifs et individuels des membres de son équipe ; forte présence terrain pour coacher et faire monter en compétences son équipe ; accompagnement régulier de l'ensemble de ses collaborateurs suivis de debriefs
- ◆ Contrôle, suivi, compte rendu et évaluation des résultats quantitatifs et qualitatifs des collaborateurs et de leur cohérence
- ◆ Vérification de la couverture d'un secteur par un vendeur, de la présence des produits et/ou services et du respect du cahier des charges (nombre de produits, emplacement...)
- ◆ Participation à la formation des collaborateurs (notamment l'intégration des nouveaux)
- ◆ Information des collaborateurs sur les résultats de l'équipe, sur nouveaux produits et/ou services du donneur d'ordres et sur les évolutions de leur entreprise
- ◆ Relation privilégiée avec le coordinateur client

### Activités annexes

- ◆ Veille sur l'activité au sein des canaux de ventes
  - ◆ Pilotage et redéploiement des ressources en fonction des aléas
  - ◆ Prospection du canal, participation aux propositions commerciales terrain
- Garantie de l'optimisation du budget global

### Conditions d'exercice

1. **Statut (CSP)** : cadre ou maîtrise
2. **Nature du contrat** : CDI ou CDD
3. **Lieu** : déplacements réguliers sur son périmètre géographique
4. **Modalités** : horaires de jour et de semaine et très ponctuellement le week-end (ventes saisonnières). Déplacements sur un secteur géographique ; foires et salons (itinérance).
5. **Équipement/matériels** : selon l'affectation, ordinateur portable, téléphone portable, progiciel de suivi d'activité, véhicule de fonction ou de société, chaussures de sécurité
6. **Liaisons – relations professionnelles**
  - ◆ **Externes** : consommateur, client final ; interlocuteur habituel du point de ventes
  - ◆ **Internes** : interface entre N+1 (directeur national des ventes, responsable d'exploitation, directeur régional...) et les équipes de vente, fonctions supports (RH, informatique,...)

### Compétences génériques

- ◆ Animer une équipe autonome d'environ 5 à 15 personnes : écouter, orienter, évaluer et former sur le terrain
- ◆ Motiver ses équipes : faire progresser les collaborateurs, les responsabiliser, former aux techniques de vente
- ◆ Négocier avec ses interlocuteurs la mise en œuvre d'actions de promotion dans le cadre des accords commerciaux conclus
- ◆ Communiquer : utiliser des outils, écrire, rédiger des notes ; animer des réunions ; transmettre les informations de façon pédagogique
- ◆ Assurer la qualité de la prestation commerciale : détecter et mettre en place des plans d'action correctifs

- ◆ Présenter des bilans et maîtriser le pack office (excel, powerpoint, etc.)

## Connaissances

- ◆ **Techniques commerciales :** vente, optimisation de linéaire, promotion,...
- ◆ **Connaissance du canal de vente de ses acteurs et de ses règles de fonctionnement**
- ◆ **Techniques de suivi de l'activité :** suivi d'activité commerciale,...
- ◆ **Techniques de management, d'animation et de gestion d'équipe**
- ◆ **Notions de base en droit du travail et commercial**
- ◆ **Règles d'hygiène, de santé et de sécurité**

## Qualités attendues

- ◆ Autonomie et réactivité
- ◆ Sens de l'écoute
- ◆ Anticipation et force de proposition
- ◆ Capacité à mobiliser
- ◆ Rigueur et organisation (multiplicité des tâches)
- ◆ Capacité d'analyse et de synthèse
- ◆ Prise d'initiative
- ◆ Exemplarité

## Conditions d'accès au métier

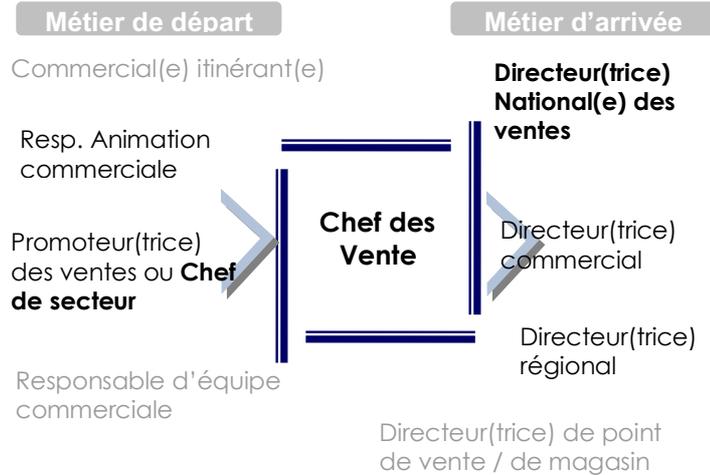
### Niveau de formation initiale

- ◆ Formation de niveau 5 à 6 : Institut des Forces de Ventes, BTS management des unités commerciales, force de vente avec ou sans expérience préalable
- ◆ Formation de niveau 6 à 7 : école de commerce, diplômés universitaires de commerce,...

### Expérience :

- ◆ 2 à 3 ans minimum sur le métier encadré ou sur une fonction similaire

## Accès au métier et passerelles



## Où exercer ce métier ?

- ◆ Force de vente

## Tendances d'évolution

### Evolution des effectifs :

- ◆ Croissance régulière liée à l'externalisation des forces de vente par les entreprises

### Evolution des compétences :

- ◆ Professionnalisation en management et en animation d'équipe
- ◆ Renforcement des connaissances de base en formation, RH, droit social, qualité, et en communication

### Evolution du métier :

- ◆ Management et développement RH des équipes de vente
- ◆ Management à distance

<b>Chef de secteur</b>
<b>Description du poste</b>
Le cheff(e) de secteur s'assure de 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.
<b>Témoignage/verbatim</b>
<b>Code Rome</b>
<b>Activités principales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer le CA Secteur et/ou enseigne en optimisant le référencement des assortiments ;</li> <li>- Respecter la bonne visibilité des produits des différentes gammes au sein des magasins ;</li> <li>- Poser des kits de PLV mis à disposition par le client de la société ;</li> <li>- Relayer les offres promotionnelles impactantes et mettre en place les OP locales ;</li> <li>- Développer la DN et optimiser la présence des produits ;</li> <li>- Développer la PDL sur chaque catégorie de produits ;</li> <li>- Agir contre les ruptures à chaque fois que c'est nécessaire ;</li> <li>- Ranger les rayons et faire des gains de facing ;</li> <li>- Gérer et coordonner les réimplantations sur plans communiqués par le client de la société ;</li> <li>- Négocier les opérations promotionnelles, réaliser des théâtralisations et mettre en place la PLV ;</li> <li>- Remonter les informations terrain et les photos auprès du client de la société ;</li> <li>- Effectuer à chaque visite des relevés de rayon via le logiciel et le matériel informatique fournis.</li> </ul>
<b>Activités complémentaires</b>
Créer une relation de confiance avec le représentant du point de vente
Informier sur l'état de la concurrence
Former à la négociation
Proposer des plans d'action
Assurer la qualité de la prestation commerciale : détecter et résoudre des incidents
Négocier avec ses interlocuteurs la mise en œuvre d'actions de promotion dans le cadre des accords commerciaux conclus
Participer à des réunions d'équipe (formation, débrief, etc.)
<b>Profil d'employeur</b>
Toutes tailles d'entreprises
<b>Force de vente</b>
<b>Environnement et conditions de travail</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Statut (CSP) :</b> employé(e)</li> <li>2. <b>Nature du contrat :</b> CDI ou CDD</li> <li>3. <b>Lieu :</b> points de vente d'un secteur géographique, foires et salons (itinérance)</li> <li>4. <b>Modalités :</b> horaires de jour et de nuit. Déplacements selon un plan de tournée.</li> <li>5. <b>Équipement/matériels :</b> selon l'affectation, ordinateur portable, téléphone portable, , véhicule personnel ou de société, chaussures de sécurité</li> <li>6. <b>Liaisons – relations professionnelles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Externes :</b> vendeur(se)s, cheff(e)s de rayon/département, directeur(trice)s de points de vente ;</li> <li>Internes : cheff(e)s des ventes (N+1) ; cheff(e)s de projets</li> </ul> </li> </ol>
<b>Evolutions de carrière possibles</b>
<b>Cheff(e) des ventes</b>
<b>Tendances du métier</b>
<b>Prérequis d'accès au métier</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>Formation de niveau 5 à 6 :</b> Institut des Forces de Ventes, BTS management des unités commerciales, force de vente avec ou sans expérience préalable</li> </ul>
<b>Formations fréquentes</b>
<b>Niveau d'autonomie</b>
Niveau 2
<b>Savoirs</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Techniques de négociation et de vente : accroche, écoute, reformulation, observation, ouverture, recentrage analyse des besoins, réponse produit et conclusion de la vente ...</li> <li>◆ Connaissance du canal de vente de ses acteurs et de ses règles de fonctionnement</li> <li>◆ Règles d'hygiène, de santé et de sécurité</li> </ul>
<b>Savoir-faire</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Techniques d'optimisation de linéaires et leur application</li> <li>◆ Agencement et décoration de points de vente, vitrines...</li> <li>◆ Maîtrise du produit, de ses avantages, de l'argumentaire associé et d'une gamme ou d'une ligne de produits ou de services</li> <li>◆ Règles de fonctionnement de la chaîne de distribution, d'une grande surface, d'un salon, d'une foire ...</li> </ul>
<b>Compétences rédactionnelles</b>
Capacités d'animation de réunions
<b>Savoir-être</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Sens commercial et aisance relationnelle</li> <li>◆ Pédagogie et communication orale et écrite</li> <li>◆ Sens de l'observation, écoute et tact</li> <li>◆ Esprit de synthèse, capacité d'analyse</li> <li>◆ Capacité d'être force de proposition</li> </ul>