

**D1510****CHEF / CHEFFE DE SECTEUR COMMERCIAL****Autres emplois décrits**

- Chef / Cheffe de département bazar
- Chef / Cheffe de département Produits de Grande Consommation - PGC-
- Chef / Cheffe de secteur bazar
- Chef / Cheffe de secteur commerce
- Chef / Cheffe de secteur distribution
- Chef / Cheffe de secteur en hypermarché
- Chef / Cheffe de secteur magasin
- Chef / Cheffe de secteur non alimentaire
- Chef / Cheffe de secteur produits alimentaires
- Directeur / Directrice / responsable de secteur commercial
- Responsable univers dans la distribution
- Segment manager

**Définition**

- Travaille généralement pour des grandes surfaces alimentaires (GSA) ou spécialisées (GSS).
- Se déplace dans les différents points de vente et s'assure du respect des accords commerciaux et de la stratégie commerciale de l'enseigne.
- Propose des conseils et des formations dans le but d'augmenter les ventes.

**Accès à l'emploi**

Cet emploi est ouvert aux jeunes diplômés.

Cependant, une première expérience de la vente dans ce domaine est un plus afin d'accéder à ce poste.

**Certifications et diplômes :**

- BTS spécialisé en management des unités commerciales
- DUT avec une spécialisation en techniques de commercialisation, force de vente, action commerciale...
- Diplôme d'école de commerce avec une spécialisation relative à la distribution, comme management de la distribution, distribution vente et négociation, distribution et logistique...
- Master professionnel spécialisé dans les techniques de vente et marketing

# Compétences

## Savoir-faire

Développement commercial	<p><b>Vérifier la bonne application des accords commerciaux établis par le siège sur le terrain</b></p> <p>Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles</p> <p><b>Organiser des actions marketing (promotions, opérations spéciales, animations...) dans les différents points de vente de son réseau</b></p> <p><b>Présenter de nouveaux produits aux chefs de rayon afin de les faire référencer dans de nouveaux points de vente</b></p> <p>Négocier des conditions commerciales</p> <p>Organiser, aménager un espace de vente</p> <p>Rencontrer les chefs de rayon dans les points de vente de son réseau afin d'optimiser la mise en place de ses produits et obtenir des informations commerciales</p> <p><b>Maîtriser les caractéristiques des produits mis en vente (caractéristiques, packaging, merchandising...)</b></p>
Stratégie de développement	<p><b>Déterminer les objectifs de ventes sur les points de vente de son secteur géographique</b></p> <p>Participer à l'ouverture de nouveaux points de vente</p> <p><b>Suivre la réalisation des objectifs des points de vente de son réseau</b></p>
Gestion des stocks	<p><b>Garantir le référencement, la disponibilité et le renouvellement des produits, en conformité avec les accords commerciaux</b></p> <p>Identifier et gérer des invendus</p> <p>Organiser et contrôler un approvisionnement</p> <p>Superviser la gestion des stocks</p>
Organisation	<p>Structurer, synthétiser des informations</p> <p>Utiliser les outils numériques</p>
Conseil, Transmission	<p><b>Assurer un rôle de conseil en marketing opérationnel auprès de ses interlocuteurs (mise en place en rayon, qualité des produits...) afin d'optimiser les ventes, grâce à sa connaissance des produits et son expérience des ventes</b></p> <p>Faire preuve de pédagogie pour faciliter la compréhension</p>
Qualité	<p>Contrôler les règles de Qualité, Hygiène, Sécurité, Santé et Environnement (QHSSE)</p> <p><b>Vérifier la mise en rayon des produits afin de les mettre en valeur et ainsi d'augmenter les ventes</b></p>
Logistique	<p><b>Participer et veiller à l'organisation de la livraison (de la commande des produits jusqu'à leur réception dans les différents points de vente)</b></p>
Communication	<p>Participer à des projets transverses en relation avec d'autres équipes, de manière à leur faire bénéficier de sa connaissance du terrain</p> <p><b>Rendre compte des informations récoltées sur le terrain à sa direction (marketing et commerciale)</b></p>

Recherche, Innovation	Proposer des modifications et améliorations des produits mis en vente (caractéristiques, packaging, merchandising...)
Gestion et contrôle	<b>Gérer le budget publicitaire et promotionnel des produits</b>
Maintenance, Réparation	Optimiser l'organisation des rayons
Prévention des risques	Déterminer des mesures correctives
Droit, contentieux et négociation	Négocier un contrat

## Savoir-être professionnels

	<b>Prendre des initiatives et être force de proposition</b> Faire preuve d'autonomie Faire preuve de rigueur et de précision Travailler en équipe Gérer son stress
--	--

## Savoirs

Domaines d'expertise	Négociation Merchandising / Marchandisage
Techniques professionnelles	<b>Techniques commerciales</b> Techniques de vente

## Contextes de travail

	Conditions de travail et risques professionnels	Déplacements professionnels
	Horaires et durée du travail	Travail en horaires décalés Travail en journée
	Publics spécifiques	Clientèle d'affaires Clientèle d'entreprises
	Statut d'emploi	Salarié secteur privé (CDI, CDD) Travailleur indépendant

## Secteurs d'activité

---

- Commerce et distribution

---