D1506
CHARGÉ / CHARGÉE DE MERCHANDISING

Autres emplois décrits

- Agenceur / Agenceuse d'intérieur de magasin
- E-merchandiser
- Gondolier / Gondolière
- Marchandiseur / Marchandiseuse
- Marchandiseur visuel / Marchandiseuse visuel
- Merchandiser
- Optimisateur / Optimisatrice de linéaires
- Promoteur / Promotrice de linéaires
- Technicien / Technicienne en marchandisage
- Technicien / Technicienne en merchandising
- Visual merchandiser

Définition

Le chargé de merchandising s'occupe de la mise en place des produits afin de les rendre visibles, attractifs et faciles à acheter.

- Optimise la disposition des produits pour accroître la visibilité et l'attractivité
- Collabore avec les équipes de vente et marketing pour planifier les campagnes et stratégies promotionnelles
- Met à jour régulièrement les plans de merchandising en fonction des tendances du marché et des retours clients
- Peut coordonner la conception et l'installation de vitrines ou d'espaces promotionnels spéciaux
- Assure la formation du personnel de vente sur les techniques de merchandising efficaces

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac+2 à Bac+3 dans les domaines du commerce, du marketing ou de la distribution.

Certifications et diplômes :

- Marketing et communication
- Gestionnaire d'unité commerciale
- Licence pro mention commerce et distribution
- Licence pro mention commercialisation de produits et services
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention métiers du commerce international
- Master mention marketing, vente
- Titre professionnel responsable d'établissement marchand
- Titre professionnel manager d'unité marchande
- BTS management commercial opérationnel

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Organiser, aménager un espace de vente
- Négocier l'emplacement d'un produit
- Participer à la définition de la politique globale de marchandisage de l'entreprise
- Maitriser les caractéristiques des produits mis en vente (caractéristiques, packaging, merchandising...)
- Optimiser l'agencement de l'espace de vente
- Evaluer l'efficacité des campagnes

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Optimiser l'organisation des rayons
- Vérifier la bonne disponibilité et la bonne disposition des produits en point de vente
- Superviser la mise en œuvre de campagnes promotionnelles
- Contrôler le balisage et l'étiquetage des produits en rayon

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser les indicateurs pertinents sur les tendances et les usages des clients
- Concevoir l'identité visuelle de la marque

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier avec les fournisseurs de services

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Effectuer un reporting régulier à la hiérarchie

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Négocier l'emplacement d'un point de vente
- Développer des stratégies de placement produit efficaces
- Favoriser une expérience client homogène sur tous les points de vente
- Développer des stratégies pour augmenter la visibilité des produits
- Analyser les tendances du marché pour anticiper les besoins des clients
- Analyser les indicateurs de vente pour ajuster les stratégies
- Elaborer une stratégie commerciale
- Définir des stratégies de positionnement
- Développer des stratégies de marketing pour promouvoir les produits et les services
- Réaliser une veille de marché, une veille concurrentielle
- Adapter les stratégies en fonction des analyses et des résultats obtenus
- Collaborer avec les équipes de vente pour optimiser les performances
- Mettre en place des solutions d'amélioration de la performance
- Analyser les indicateurs de performance après chaque action marketing afin d'améliorer les opérations commerciales et développer le chiffre d'affaires
- Proposer des améliorations basées sur le feedback client
- Surveiller les indicateurs clés de performance pour ajuster les stratégies
- Surveiller les indicateurs de vente
- Assurer le suivi des indicateurs de performance (KPI)

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Contrôler la qualité des installations en magasin
- Organiser et contrôler un approvisionnement
- Analyser le taux de rotation des stocks
- Approvisionner un rayon en respectant les rotations des produits
- Contrôler l'application d'un plan d'implantation

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Evaluer l'efficacité des stratégies merchandising
- Collaborer avec les équipes marketing

Management, Social, Soin

- Former des équipes de terrain
- Valoriser et partager les bonnes pratiques

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de curiosité, d'ouverture d'esprit
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Techniques professionnelles

- Compétences en visual merchandising
- Optimisation de l'expérience client en magasin
- Optimisation de l'espace de vente
- Promotion en point de vente
- Techniques commerciales
- Techniques de mise en valeur de produits
- Techniques de formation

Domaines d'expertise

- Merchandising / Marchandisage
- Connaissance des comportements d'achat
- E-commerce — Transition numérique
- Evaluation de la performance des points de vente
- Gestion de linéaires — Transition numérique
- Suivi des tendances de consommation
- Logiciels de gestion de base de données — Transition numérique

Normes et procédés

- Analyse de la demande du marché
- Formation en merchandising pour équipes
- Techniques de pricing — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public
- Station debout prolongée
- Travail en mode projet

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Lieux et déplacements

- Zone nationale

Statut d'emploi

- Intérim
- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
- Travailleur indépendant

Types de structures

- Commerce de proximité
- Entreprises et milieux professionnels
- Hôtellerie / Restauration

Secteurs d'activité

- Commerce et distribution

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail