

# Cartographie



Succursalistes de la chaussure



Les fiches métiers  
téléchargeables



Activités

Compétences

## Les 9 fiches métiers

Responsable régional

Responsable/directeur de magasin

Adjoint/assistant de magasin

Chef de rayon

Vendeur

Employé de magasin

Manutentionnaire

Étalagiste

Visual merchandiser



## Responsable régional

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Responsable régional

**Autres appellations du métier :** Animateur régional, directeur régional, coordinateur régional

#### Définition ou description synthétique du métier

Le responsable régional garantit sur sa région l'atteinte des objectifs quantitatifs et qualitatifs fixés avec sa hiérarchie. Il optimise l'organisation et développe les compétences des équipes sous sa responsabilité. Il assure la mise en œuvre de la politique commerciale et marketing et il est garant du respect du concept de l'enseigne. Il est rattaché hiérarchiquement au responsable/directeur de réseau ou des ventes.

#### Accès au métier

En évolution interne, le responsable régional peut être issu du métier de responsable de magasin. En recrutement externe, une expérience réussie de plusieurs années dans la gestion et l'animation d'un secteur géographique est recherchée. Selon la gamme, une pratique dans un univers plutôt haut de gamme peut être nécessaire. Certaines enseignes recrutent de Bac+2 à Bac+4. Un parcours en École de commerce est apprécié.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, il est en relation avec les responsables de magasin et le personnel des points de vente sous sa responsabilité. Il est également en lien avec le personnel du siège. En externe, il est en lien avec des fournisseurs, des sous-traitants et des clients.

#### Environnement de travail

Selon le degré de centralisation de l'organisation, le responsable régional décide ou valide les plans d'actions à mener par les responsables de magasin de sa région.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Développement et animation commerciale

- > Élaborer les objectifs quantitatifs et qualitatifs pour sa région et le plan d'action commercial
- > Suivre et analyser les résultats par magasin
- > Valider et consolider les indicateurs d'activités
- > Constater les écarts et élaborer ou valider les plans d'actions élaborés par les responsables de magasin
- > Assurer le suivi des objectifs donnés aux points de vente
- > Contrôler l'application de la politique commerciale
- > Réaliser des visites dans les différents points de vente
- > Garantir le respect des préconisations données dans le domaine du merchandising
- > Assurer la communication ascendante et descendante
- > Valider ou gérer les litiges
- > Réaliser une veille sur la concurrence
- > Préparer et gérer les ouvertures de nouveaux magasins

### Management

- > Participer au recrutement des responsables ou adjoints de magasin
- > Intégrer les nouveaux responsables
- > Valider les recrutements ou recruter les vendeurs et employés de magasin
- > Animer les réunions avec les responsables de magasin
- > Assurer les entretiens d'évaluation des responsables de magasin
- > Recenser les besoins en formation de son personnel
- > Animer des formations

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtriser les techniques de management
- > Maîtriser les techniques de vente
- > Avoir des bonnes connaissances en législation (commerciale, sociale, sécurité)
- > Connaître les outils bureautiques
- > Connaître les procédures de gestion

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir analyser des tableaux de bord et proposer un plan d'actions opérationnel afin d'atteindre les objectifs commerciaux
- > Savoir consolider des résultats commerciaux et organiser un centre de profit
- > Être capable d'animer des équipes commerciales
- > Savoir organiser et adapter sa supervision en fonction du degré d'expérience du responsable de magasin
- > Savoir gérer les priorités
- > Savoir développer des argumentaires commerciaux
- > Savoir contrôler l'application de procédures et proposer des améliorations

### Compétences relationnelles et comportementales

- > Disposer d'une force de conviction afin de fédérer les équipes autour du projet
- > Savoir animer des réunions et disposer de qualités à l'oral
- > Avoir des capacités importantes de management afin de motiver et de développer les compétences du personnel sous sa responsabilité
- > Être force de proposition au niveau de sa hiérarchie et des équipes de vente
- > S'impliquer dans le développement du réseau
- > Savoir valoriser des bonnes pratiques
- > Établir une relation de confiance avec les responsables de magasin



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Responsable/directeur de magasin

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Responsable/directeur de magasin

**Autres appellations du métier :** Gérant

#### Définition ou description synthétique du métier

Le responsable/directeur de magasin est chargé de la gestion opérationnelle et commerciale de la succursale. Il assume l'animation commerciale, le management de son équipe, l'organisation de l'espace de vente, la gestion administrative de son point de vente dans un objectif de développement de chiffre d'affaires et de qualité de service. Il est garant de la mise en œuvre de la stratégie commerciale et merchandising définie par la direction et du respect de l'image de l'enseigne. Il est responsable du stock de marchandises.

#### Accès au métier

Les conditions d'accès au métier peuvent varier d'un groupe à l'autre. En externe, certains recrutent des débutants ayant une formation commerciale de niveau bac+2 ou des personnes ayant déjà eu une expérience confirmée de quelques années dans un poste similaire (pas forcément dans le secteur d'activité). En promotion interne, il peut s'agir d'un vendeur « à potentiel », n'ayant pas nécessairement ce niveau de formation, mais suivant un cursus interne comme stagiaire responsable de magasin ou d'une personne ayant tenu la fonction d'adjoint : assistant.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, le responsable/directeur de magasin est en relation avec le responsable régional et dans certains cas avec la direction générale de l'entreprise, notamment le directeur des ventes ou de réseau. Il gère au quotidien les équipes de vendeurs, ainsi que les autres personnels (selon les points de vente : responsables adjoints, chefs de rayon, manutentionnaires, personnels en formation). En externe, il est en relation avec la clientèle, les livreurs, les sous-traitants.

#### Environnement de travail

Le métier peut varier selon la taille du magasin et son chiffre d'affaires. Certaines succursales peuvent fonctionner avec une petite équipe de 1, 2 ou 3 vendeur(s), les plus grands magasins peuvent avoir autour de 20 personnes. Plus le point de vente est important et plus les compétences de management sont primordiales. La part d'activité opérationnelle dédiée à la vente sera de ce fait plus faible voire inexistante.

Le réassort de la marchandise se fait le plus souvent de manière automatique. Selon les enseignes, les responsables peuvent être sollicités pour remonter les remarques des clients sur les produits et influencer le réassort.

Selon la gamme vendue, les exigences du responsable vis-à-vis de son équipe en matière de qualité de l'accueil et d'accompagnement de la vente seront plus ou moins fortes.

Selon la taille du magasin, le responsable/directeur peut être secondé par un adjoint, à qui il peut déléguer selon les cas une partie de l'animation commerciale ou de la gestion.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Animation commerciale

- > Veiller à la mise en œuvre de la stratégie commerciale de l'enseigne
- > Communiquer à son équipe les objectifs et les résultats du jour, de la semaine et du mois
- > Organiser les opérations commerciales dans le respect de la réglementation économique : soldes, promotions, etc.
- > Veiller à la bonne tenue de l'espace de vente
- > Suivre l'activité de son équipe
- > Superviser le positionnement et l'intervention des vendeurs dans leur zone commerciale en magasin
- > S'assurer de la bonne gestion du flux de la clientèle (optimisation du temps moyen passé par vendeur avec un client, bonne organisation des opérations de paiement/encaissement, etc.), « profilage » de la clientèle afin d'ajuster la technique de vente, proposer des ventes complémentaires

#### Merchandising

- > Appliquer les préconisations de merchandising transmises par la direction et adapter l'agencement selon l'espace disponible, les caractéristiques de sa clientèle

#### Management

- > Participer au recrutement ou recruter son personnel
- > Organiser et optimiser le temps de travail de son équipe (élaboration ou contrôle des plannings de son équipe, répartition des tâches, adaptation en fonction de l'affluence)
- > Organiser des réunions d'équipes régulières afin de redescendre l'information de la direction
- > Veiller à la mobilisation des équipes en fonction de la stratégie commerciale
- > Déléguer en fonction de l'expérience de son personnel
- > Organiser les évaluations du personnel du magasin
- > Évaluer les besoins en formation du personnel et transmettre les demandes à la direction régionale
- > Effectuer un reporting à sa direction

#### Gestion administrative et logistique

- > Organiser le reporting de l'activité au siège ou à la direction générale : tableau de bord des résultats du magasin, chiffre d'affaires, indicateurs commerciaux
- > Prévenir la direction régionale ou prendre en charge (selon l'urgence) en cas de problème logistique dans le magasin
- > Effectuer le versement des recettes de la journée
- > Vérifier les comptes de stocks et l'état des versements
- > Contrôler les entrées et sorties de marchandises, organiser les opérations de réapprovisionnement et d'inventaire
- > Enregistrer les factures
- > Effectuer les opérations d'assainissement du stock (transfert des marchandises abîmées)
- > Gérer les caisses

### Activités spécifiques

- > Participer à l'accueil des clients, au conseil et à la vente.
- > Préparer les éléments pour la paie de son personnel
- > Mettre en place un tableau commercial définissant les responsabilités de chacun au cours de la journée
- > Prendre en charge les envois des produits en réparation

### Compétences

#### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtriser les procédures internes (encaissement, ouverture et fermeture de caisses, gestion d'un article défectueux, gestion des réclamations,...)
- > Bien connaître les techniques de vente
- > Avoir des connaissances en législation (sociale, commerciale, sécurité)
- > Maîtriser les techniques de gestion des stocks
- > Connaître les caractéristiques des produits de marque propre ou des différentes marques vendues
- > Selon la gamme, avoir des connaissances de base ou pointues sur la fabrication de la chaussure (techniques de montage, méthodes de transformation, matières, modèles,...)
- > Savoir calculer des indicateurs commerciaux
- > Connaître les outils de gestion
- > Bien connaître les techniques de merchandising
- > Avoir de bonnes connaissances en management et organisation

#### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir évaluer le positionnement commercial et la concurrence
- > Être capable d'animer une équipe, d'insuffler une dynamique commerciale
- > Savoir organiser et valoriser l'espace commercial
- > Veiller au bon respect de la législation économique (affichage, étiquette, respect des dates,...)
- > Savoir analyser des indicateurs commerciaux et fixer des objectifs à son équipe
- > Savoir rendre compte de l'activité et des résultats commerciaux du magasin
- > Bien suivre son stock et veiller à une bonne rotation du stock
- > Savoir adapter les préconisations de merchandising en fonction de la configuration de ses vitrines et de l'espace de son magasin
- > Savoir proposer à son responsable régional des mesures correctives par rapport aux résultats
- > Analyser des écarts et faire une synthèse
- > Intervenir sur le taux de transformation en étant présent sur la surface de vente et en dynamisant son équipe
- > Respecter les délais dans la mise en place des opérations commerciales
- > Modifier les vitrines et l'agencement en fonction du stock, du succès des produits et de la météo tout en respectant les préconisations de la direction

#### Compétences relationnelles et comportementales

- > Avoir un sens aigu du service client
- > Faire preuve de disponibilité et de réactivité
- > Réussir à sentir les tendances du marché et les attentes de sa clientèle afin d'organiser l'espace commercial du magasin en fonction de celles-ci
- > Savoir réagir rapidement en cas d'aléas (absence de personnel, panne, dysfonctionnement,...)
- > Être très organisé, savoir se fixer des priorités
- > Donner l'exemple par sa pratique
- > Savoir déléguer et confier des responsabilités



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Adjoint/assistant de magasin

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Adjoint/assistant de magasin

**Autres appellations du métier :** Responsable adjoint, assistant du responsable

#### Définition ou description synthétique du métier

L'adjoint/assistant de magasin assiste le responsable/directeur dans la gestion opérationnelle et commerciale de la succursale. Il participe à l'animation commerciale, la gestion du personnel et l'organisation de l'espace de vente. Selon son responsable, il est plus ou moins mis à contribution dans la gestion administrative de la succursale. Il contribue au développement du chiffre d'affaires de la succursale. Il est garant de l'application des consignes de la part du personnel et contribue sous l'autorité de son responsable/directeur à la mise en œuvre de la stratégie commerciale et merchandising définie par la direction et du respect de l'image de l'enseigne. Il doit être en mesure de remplacer le responsable/directeur en cas d'absence de ce dernier.

#### Accès au métier

Les conditions d'accès au métier peuvent varier d'un groupe à l'autre. En externe, certaines succursales recrutent des débutants ayant une formation commerciale de niveau bac+2 ou des personnes ayant déjà eu une expérience confirmée de quelques années dans un poste similaire (pas forcément dans le secteur d'activité). En promotion interne, il peut s'agir d'un vendeur « à potentiel », n'ayant pas nécessairement ce niveau de formation, mais suivant un cursus interne pour devenir à terme responsable de magasin.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, l'adjoint/assistant est en relation avec l'ensemble du personnel de la succursale, le responsable/directeur de magasin et plus ponctuellement, le responsable régional et le directeur des ventes ou de réseau. En externe, il est en relation avec la clientèle, les livreurs, les sous-traitants.

#### Environnement de travail

Le métier d'adjoint/assistant est présent dans les succursales de taille importante. La part d'activité opérationnelle dédiée à la vente pour le responsable/directeur étant faible dans ces cas là, l'adjoint/assistant intervient plus particulièrement dans cette dimension opérationnelle, dans l'animation commerciale voire dans la gestion du magasin.



### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Animation commerciale

- > Veiller à la bonne tenue de l'espace de vente
- > Veiller à la mise en œuvre de la stratégie commerciale de l'enseigne
- > Faire appliquer au personnel les consignes d'implantation
- > Participer à l'organisation des opérations commerciales dans le respect de la réglementation économique : soldes, promotions, etc.
- > Participer à la supervision de l'activité des vendeurs dans leur zone commerciale en magasin
- > Participer à la bonne gestion du flux de la clientèle (optimisation du temps moyen passé par vendeur avec un client, bonne organisation des opérations de paiement/ encaissement, etc.), « profilage » de la clientèle afin d'ajuster la technique de vente, proposer des ventes complémentaires
- > Participer à l'accueil des clients, au conseil et à la vente
- > Participer à la gestion des litiges clients
- > Participer aux tâches d'entretien du magasin

#### Gestion administrative et logistique

- > Participer au reporting de l'activité à la direction régionale
- > Vérifier les comptes de stocks et l'état des versements
- > Contrôler les entrées et sorties de marchandises, organiser les opérations de réapprovisionnement et d'inventaire sous la direction du responsable/directeur
- > Enregistrer les factures
- > Gérer les caisses

#### Gestion du personnel

- > Organiser le travail de l'équipe sous la direction du responsable/directeur de magasin (contribuer à l'élaboration des plannings de l'équipe, répartition des tâches, adaptation en fonction de l'affluence)
- > Participer à la formation du personnel
- > Veiller à la mobilisation des équipes en fonction de la stratégie commerciale
- > Préparer les réunions d'équipe avec son responsable/directeur

### Activités spécifiques

- > Participer au versement des recettes de la journée
- > Prendre en charge les envois des produits en réparation

### Compétences

#### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtriser les procédures internes (encaissement, ouverture et fermeture de caisse, gestion d'un article défectueux, gestion des réclamations,...)
- > Bien connaître les techniques de vente
- > Avoir des connaissances en législation (sociale, commerciale, sécurité)
- > Maîtriser les techniques de gestion des stocks
- > Connaître les caractéristiques des produits de marque propre ou des différentes marques vendues
- > Selon la gamme, avoir des connaissances de base ou pointues sur la fabrication de la chaussure (techniques de montage, méthodes de transformation, matières, modèles,...)
- > Savoir calculer des indicateurs commerciaux
- > Connaître les outils de gestion
- > Connaître les techniques de merchandising
- > Avoir des connaissances en management et organisation

#### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir évaluer le positionnement commercial du magasin et la concurrence
- > Être capable d'animer une équipe, d'insuffler une dynamique commerciale
- > Savoir organiser et valoriser l'espace commercial
- > Veiller au bon respect de la législation économique (affichage, étiquette, respect des dates,...)
- > Savoir rendre compte de l'activité et des résultats commerciaux du magasin
- > Bien suivre son stock et veiller à une bonne rotation du stock
- > Savoir adapter les préconisations de merchandising en fonction de la configuration des vitrines et de l'espace de son magasin
- > Analyser des écarts et faire une synthèse
- > Savoir proposer des plans d'actions correcteurs à son responsable pour réaliser les objectifs et en assurer la mise en œuvre
- > Intervenir sur le taux de transformation en étant présent sur la surface de vente et en dynamisant son équipe
- > Respecter les délais dans la mise en place des opérations commerciales
- > Proposer à son responsable des modifications dans les vitrines et dans l'agencement en fonction du stock, du succès des produits et de la météo tout en respectant les préconisations de la direction régionale

#### Compétences relationnelles et comportementales

- > Avoir un sens aigu du service client
- > Faire preuve de disponibilité et de réactivité
- > Travailler en collaboration étroite avec son responsable/directeur et respecter les consignes données
- > Réussir à sentir les tendances du marché et les attentes de la clientèle
- > Savoir réagir rapidement en cas d'aléas (absence de personnel, panne, dysfonctionnement,...)
- > Être organisé dans son activité et respecter les priorités données par son responsable/directeur
- > Donner l'exemple par sa pratique



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Chef de rayon

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Chef de rayon

#### Définition ou description synthétique du métier

Le chef de rayon a un secteur particulier en charge qui peut correspondre à un univers spécifique (chaussures et accessoires homme par exemple) ou à l'ensemble du secteur chaussures, accessoires et maroquinerie quand la succursale a une activité plus étendue (le textile par exemple). Sous délégation du responsable du magasin, le chef de rayon organise, coordonne, contrôle l'activité du personnel et garantit la bonne tenue de son secteur. Il contribue directement aux activités d'accueil, de conseil des clients et de vente au même titre que les vendeurs. Il vérifie la marchandise et la gestion des stocks plus spécifiquement pour les produits dont il a la charge. Il est amené à intervenir dans d'autres secteurs en remplacement de ses collègues.

#### Accès au métier

La plupart du temps, il s'agit d'un métier accessible par promotion interne à partir du poste de vendeur. Des compétences particulières sont requises en termes d'animation opérationnelle d'une équipe et de bonnes pratiques de vente.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, le chef de rayon est en relation étroite avec le personnel de son secteur, ses homologues et le responsable de magasin ou son adjoint. En externe, il est en relation avec la clientèle et ponctuellement avec les livreurs.

#### Environnement de travail

Ce métier est défini en tant que tel dans certains points de vente seulement. Il se rencontre parfois dans les magasins de surface importante dont l'implantation est sur plusieurs étages. Chaque chef de rayon peut avoir ainsi la responsabilité des activités sur un étage donné. C'est le cas également dans certaines succursales où la vente textile est réalisée au même titre que le commerce de détail de la chaussure et des accessoires.

Selon les situations, le chef de rayon peut intervenir sur un univers de produits ou être plus polyvalent.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Commercial

- > Accueillir et conseiller le client
- > Participer aux activités de vente
- > Remonter une vente prise en charge par un vendeur de son secteur
- > Effectuer l'encaissement
- > Veiller à la bonne tenue du rayon
- > Gérer les produits défectueux
- > Veiller au réapprovisionnement des produits dans son secteur
- > Alerter le responsable de magasin sur les observations ou réclamations de la clientèle
- > Veiller à la sécurité du magasin, prévenir et aider à éviter les vols

### Animation commerciale et management

- > Répartir et coordonner l'activité des vendeurs ou d'employés de magasin de son secteur
- > Aider les vendeurs de son secteur
- > Secondier le responsable dans l'agencement du magasin et le merchandising
- > Répartir les tâches et réaliser le planning de son équipe selon les heures de travail communiquées par son responsable de magasin
- > Développer les compétences du personnel de son secteur

### Logistique et entretien

- > Prendre en charge l'ouverture ou la fermeture du magasin
- > Vérifier et participer à l'inventaire dans son secteur
- > Gérer les livraisons dans son secteur
- > Contrôler la marchandise
- > Vérifier la qualité, les prix de vente et la dénomination de la marchandise réceptionnée
- > Veiller au respect des procédures par son équipe : étiquetage des pieds, des boîtes
- > S'assurer de l'état du stock (modèles et pointures disponibles, état des réapprovisionnements en cours)
- > Participer à l'entretien du magasin

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtriser les procédures internes (encaissement, ouverture et fermeture de caisse, gestion d'un article défectueux, gestion des réclamations,...)
- > Bien connaître les techniques de vente
- > Avoir des bases en législation (sociale, commerciale, sécurité)
- > Maîtriser les techniques de gestion des stocks
- > Connaître les caractéristiques des produits de marque propre ou des différentes marques vendues
- > Selon la gamme, avoir des connaissances de base ou pointues sur la fabrication de la chaussure (techniques de montage, méthodes de transformation, matières, modèles,...)
- > Connaître les outils de gestion
- > Avoir des bases en techniques de merchandising

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Connaître son stock
- > Analyser la concurrence dans son secteur
- > Savoir rendre compte de l'activité de son secteur et effectuer un rapport pour expliquer les résultats
- > Bien suivre son stock
- > Savoir organiser et valoriser la zone commerciale en charge
- > Conseiller son équipe dans l'accueil, le conseil et les techniques de vente
- > Maîtriser parfaitement les activités de son équipe et être en mesure de les remplacer et de les former
- > Suivre les consignes de son responsable et proposer des améliorations ou des moyens d'optimiser les procédures

### Compétences relationnelles et comportementales

- > Travailler en collaboration et en adéquation avec le responsable du magasin
- > Faire preuve de disponibilité pour assister son équipe
- > Donner l'exemple par sa pratique
- > Être réactif face aux aléas
- > Faire remonter les informations issues de la clientèle et sentir les tendances



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Vendeur

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Vendeur

#### Définition ou description synthétique du métier

Le vendeur accueille la clientèle en magasin, prend connaissance de la demande et conseille le client pour le choix d'un produit adapté. Il procède à la vente, en effectuant éventuellement une proposition complémentaire, puis réalise dans la plupart des cas les opérations d'encaissement. Il s'assure de la disponibilité et de la qualité des produits, et veille à la bonne tenue de sa zone commerciale.

#### Accès au métier

L'accès au métier est possible sans expérience et il n'y a pas de pré-requis en terme de formation initiale. La motivation pour la vente et les qualités relationnelles sont véritablement déterminantes. Selon la gamme ou la politique d'enseigne, une première expérience dans la vente peut être requise et plus particulièrement dans un univers haut de gamme.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, les vendeurs sont en relation avec leurs collègues, le responsable de magasin ou son adjoint, ainsi qu'avec les manutentionnaires et les employés de magasin. En externe, ils sont en relation constante avec la clientèle.

#### Environnement de travail

Selon la taille du magasin et sa localisation, les vendeurs exercent dans une petite équipe (1, 2 ou 3 vendeurs) ou dans une équipe plus importante (10 à 15). Le flux de clientèle est très différent en région parisienne ou dans une grande agglomération et dans une petite ville ou en milieu rural, l'approche de la clientèle nécessite donc une capacité d'adaptation au contexte. Selon le positionnement (entrée de gamme, moyenne, haut de gamme) et le concept commercial, les activités du vendeur pourront varier très fortement ainsi que le degré d'exigence de ses compétences. Les exigences de qualité dans l'accueil du client et dans l'accompagnement de la vente sont très importantes pour les produits plus haut de gamme.

Selon le mode de distribution, tous les produits sont mis dans la surface de vente ou au contraire, rangés en partie dans une réserve. Dans ce cas précis, l'organisation et le rangement de la réserve et la connaissance du stock correspondent à des compétences sensibles.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Commercial

- > Accueillir le client
- > Conseiller le client : analyse de la demande, mesure de la pointure, proposition du produit
- > Effectuer la vente, et le cas échéant, une vente complémentaire (chaussures, bonneterie, accessoires, maroquinerie).
- > Veiller à la bonne tenue du rayon : assurer le réapprovisionnement de sa zone dans le magasin
- > Alerter le responsable de magasin sur les observations ou réclamations de la clientèle, l'insuffisance de certains articles, le manque de disponibilité et de stocks
- > Aider à maintenir les vitrines en bon état d'ordre et de propreté
- > Veiller à la sécurité du magasin, prévenir et aider à éviter les vols

#### Logistique et entretien

- > Participer aux relevés d'inventaire
- > Participer au contrôle des livraisons
- > Participer au rangement de la réserve
- > Effectuer les transferts de marchandise
- > Vérifier la qualité, les prix de vente et la dénomination de la marchandise réceptionnée
- > Veiller au respect des procédures : étiquetage des pieds, des boîtes
- > S'assurer de l'état du stock (modèles et pointures disponibles, état des réapprovisionnements en cours)
- > Participer à l'entretien du magasin, intérieur et extérieur, réserve, locaux, etc.

### Activités spécifiques

- > Effectuer l'encaissement
- > Organiser le rangement des réserves
- > Prendre en charge l'ouverture ou la fermeture du magasin
- > Participer au merchandising

Dans les produits haut de gamme, l'accompagnement de la vente est plus approfondi et les activités suivantes sont réalisées :

- > Chausser les clients
- > Proposer des services complémentaires
- > Réaliser des prestations techniques comme un glaçage, une patine de chaussures.

### Compétences

#### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Connaissance des techniques de vente
- > Connaître les caractéristiques des produits selon la marque, les différents modèles
- > Connaître les produits d'entretien
- > Compétence spécifique pour la vente de produits haut de gamme et particulièrement pour la chaussure homme : avoir des connaissances approfondies sur la fabrication des chaussures et des connaissances générales sur la morphologie du pied

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Connaître les principes de rangement de la réserve
- > Connaître son stock
- > Avoir une bonne connaissance technique des produits vendus (caractéristiques, prix, dénomination, caractéristiques par rapport à la concurrence)
- > Savoir présenter les produits, conseiller et guider le client vers le produit approprié
- > Savoir concrétiser la vente
- > Adapter son argumentaire de vente en fonction du profil de client
- > Savoir proposer une vente complémentaire
- > Savoir gérer son temps, évaluer le temps passé avec chaque client en fonction de la vente potentielle
- > Savoir effectuer une bonne présentation de sa zone commerciale
- > Savoir effectuer les opérations d'encaissement et veiller à appliquer si besoin les réductions éventuelles (opérations promotionnelles, cartes de fidélité, etc.)
- > Adapter son activité en fonction de l'affluence dans le magasin
- > Mettre à jour ses connaissances sur les produits
- > Proposer des ventes complémentaires de manière adaptée
- > Bien connaître l'organisation de la réserve afin de limiter ses déplacements et le temps d'attente des clients
- > Bien connaître le stock afin de proposer un autre modèle adapté au client en cas d'absence de la pointure
- > Apprendre à chausser un client (quand cette activité est réalisée dans le magasin)

### Compétences relationnelles et comportementales

- Avoir un sens de l'accueil client,
- Avoir un bon relationnel et se rendre disponible
- Être consciencieux dans le rangement de la réserve et dans la vérification des pieds dans les boîtes
- Disposer d'une bonne élocution
- Avoir un bon jugement, être capable de « sentir » le profil de la clientèle
- Savoir détecter les attentes de la clientèle afin de proposer un produit adapté
- Faire preuve de réactivité et d'initiative
- Savoir respecter la hiérarchie
- Être à l'écoute et disponible
- Avoir un esprit d'équipe



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Employé de magasin

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Employé de magasin

**Autres appellations du métier :** Employé de libre service, employé de rayon, employé de service

**Définition ou description synthétique du métier**

L'employé de magasin est chargé de la réception de la marchandise et du rangement des produits dans les rayons. Il accueille et oriente la clientèle dans le magasin. Il réalise en général les opérations d'encaissement. Il s'assure, également, de la bonne tenue de sa zone commerciale.

**Accès au métier**

Il n'y a pas de pré-requis en matière de formation initiale pour ce métier. L'accès se fait le plus souvent sans expérience mais un passage dans une fonction similaire est apprécié (par exemple dans la grande distribution).

**Relations fonctionnelles internes et/ou externes**

En interne, les employés de magasin sont en relation avec le responsable et ses collègues. En externe, ils sont amenés à répondre aux sollicitations des clients et sont en lien avec les livreurs.

**Environnement de travail**

Les enseignes en libre service connaissent un important passage de clients et « visiteurs », l'employé de magasin doit savoir s'adapter aux flux de passages variables dans les rayons afin de se rendre disponible et rester vigilant à la bonne tenue des rayons.

Le libre service « assisté » requiert de la part des employés de magasin des compétences de base dans la vente afin d'être en capacité de conseiller un minimum le client sur son achat.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

**Commercial**

- > Accueillir et orienter le client
- > Veiller à la bonne tenue de sa zone commerciale
- > Effectuer l'encaissement
- > Aménager la surface de vente en suivant les directives du responsable de magasin
- > Maintenir un bon état d'ordre et de propreté sur sa zone commerciale
- > Veiller à la sécurité du magasin, prévenir et aider à éviter les vols

**Logistique et entretien**

- > Mettre les produits en rayon lors des livraisons
- > Veiller au respect des procédures : étiquetage des pieds, des boîtes
- > Participer à l'entretien du magasin, intérieur et extérieur, réserve, locaux, etc.



### Activités spécifiques

Selon la politique commerciale des enseignes, les employés de rayon doivent, plus ou moins, être :

- > en capacité d'accompagner les clients dans leur achat (conseil, connaissance à minima des produits)
- > Connaître les produits (connaissance de base de la chaussure et des conditions d'entretien)

En fonction de l'organisation, l'employé de magasin peut réaliser des opérations d'encaissement et effectuer l'ouverture et la fermeture du point de vente.

### Compétences

#### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Connaître l'organisation des rayons et l'implantation générale du magasin
- > Connaître la codification des produits
- > Connaître les règles de rangement dans les rayons
- > Avoir des connaissances de base de la vente
- > Connaître les procédures d'encaissement (selon l'organisation)
- > Connaître les modes opératoires d'ouverture et de fermeture du magasin

#### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir accueillir le client
- > Connaître suffisamment l'implantation du magasin et son agencement pour orienter le client parmi les différents rayons
- > Savoir effectuer une bonne présentation de sa zone commerciale
- > Savoir appliquer les opérations d'encaissement et veiller à appliquer le cas échéant les réductions éventuelles (opérations promotionnelles, cartes de fidélité, etc.)
- > Assurer le réassort au fur et à mesure
- > Respecter les règles de sécurité du magasin

#### Compétences relationnelles et comportementales

- > Se rendre disponible en cas de sollicitation du client
- > Faire preuve de réactivité et d'initiative
- > Être rigoureux dans son rangement



## Manutentionnaire

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Manutentionnaire

**Autres appellations du métier :** Stockiste, magasinier

#### Définition ou description synthétique du métier

Sous le contrôle du responsable de magasin, le manutentionnaire effectue les opérations logistiques liées à la réception des marchandises, leur rangement et leur stockage. Selon le mode de distribution, son intervention peut aller jusqu'à leur implantation en surface de vente. Sous la responsabilité du responsable de magasin, il vérifie et contrôle les livraisons, effectue le rangement dans la réserve, contrôle et prépare les produits à destination des vendeurs. Il participe aux opérations éventuelles de transferts et réacheminements de produits vers d'autres magasins ou entrepôts.

#### Accès au métier

Il n'y a pas de pré-requis en matière de formation initiale pour l'accès à ce métier. Lors d'un recrutement, des qualités de rigueur seront recherchées afin d'être en capacité de suivre de manière stricte des consignes et une méthode de rangement dans la gestion d'une réserve.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, le manutentionnaire est en relation avec le responsable de magasin et le personnel de vente. En externe, il a un lien avec les livreurs. Selon l'organisation, il peut être en contact avec des clients.

#### Environnement de travail

Ce métier est présent dans les points de vente où un flux important de marchandises et un nombre conséquent de livraisons sont gérés.

Il s'exerce généralement sans contact avec la clientèle, en « back office » au sein de la « réserve » ou de l'espace de stockage du magasin. Selon l'organisation, le manutentionnaire peut intervenir en surface de vente afin de contribuer à l'implantation des produits. Il peut dans un objectif de progression être associé ponctuellement à la vente.

Le niveau d'informatisation du contrôle de la marchandise peut varier d'une enseigne à l'autre.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Commercial

- > Assurer la réception des colis
- > Procéder aux opérations de contrôle et aux vérifications nécessaires
- > Identifier les produits défectueux et les invendables
- > Enregistrer la marchandise et renseigner le système d'information de l'entreprise : présence de surplus, produits manquants, etc.
- > Préparer les transferts de marchandises entre magasins
- > Effectuer les retours des fins de saison

### Gestion de la réserve

- > Ranger la réserve en suivant les consignes d'organisation
- > Effectuer les opérations de manutention nécessaires en vue du stockage de la marchandise
- > Mettre à disposition et préparer les produits de la nouvelle collection en vue de la vente
- > Préparer la mise en place des opérations commerciales
- > Approvisionner les vendeurs en fonction de leurs demandes
- > Aider le personnel de vente au rangement et à la présentation des produits sur l'espace de vente
- > Participer à l'étiquetage des produits

### Entretien

- > Participer à l'entretien de la réserve et du magasin

## Activités spécifiques

- > Enregistrer informatiquement la marchandise

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Connaître le système d'information et les procédures appliquées par l'entreprise (bordereaux de livraison, etc.)
- > Connaître le système de codification associé au rangement de la réserve du magasin

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir appliquer et respecter les procédures de l'entreprise lors des opérations de réception et de contrôle des marchandises
- > S'organiser afin de limiter les déplacements et les opérations de manutention
- > Être capable d'effectuer des opérations de contrôle des produits lors des livraisons
- > Organiser le rangement des marchandises dans l'espace de stockage

### Compétences relationnelles et comportementales

- > Être organisé et discipliné
- > Être rigoureux et attentif au respect des procédures
- > Être précautionneux et attentif à la qualité et au maintien en bon état des produits
- > Être soucieux du maintien de l'ordre et de la propreté de l'espace de stockage
- > Être disponible et à l'écoute des demandes de la hiérarchie et des vendeurs



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Étalagiste

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Étalagiste

**Définition ou description synthétique du métier**

L'étalagiste contribue à la présentation et à la mise en valeur des produits dans les vitrines en suivant la stratégie commerciale de l'enseigne. Il intervient sur différents points de vente et est garant de l'homogénéité de l'identité visuelle de l'enseigne. Il contribue à fidéliser les clients et à développer le chiffre d'affaires des points de vente où il intervient.

**Accès au métier**

Il n'y a pas de pré-requis en matière de formation initiale pour ce métier. L'accès se faisait le plus souvent par un passage dans la vente et par un goût prononcé pour la mise en valeur des produits dans le magasin. Le métier évoluant vers le visual merchandising, les exigences en matière de formation se modifient et de plus en plus une formation spécifique dans le domaine est requise (École Supérieure d'Arts Appliqués, formation spécialisée dans la mode,...).

**Relations fonctionnelles internes et/ou externes**

L'étalagiste est en relation avec le personnel des magasins dans lesquels il intervient.

**Environnement de travail**

Ce métier évolue de plus en plus vers un profil de visual merchandiser. La marge de manœuvre laissée à l'étalagiste dans la mise en valeur des produits dépend de la stratégie commerciale des enseignes.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

- Appliquer les concepts de présentation
- Planifier son activité selon les échéances des opérations commerciales
- Contrôler le respect de l'identité visuelle dans les différents points de vente
- Se coordonner avec le responsable des points de vente
- Assurer le reporting auprès de sa direction

### Activités spécifiques

- > Former le personnel des points de vente aux règles de présentation des produits
- > Proposer des changements afin d'assurer un meilleur rendement

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Connaître les caractéristiques des produits à présenter
- > Connaître les préconisations liées à la stratégie commerciale de l'enseigne
- > Avoir des bases dans les techniques de merchandising

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir valoriser les produits qui sont dans la tendance
- > Assurer une veille sur les produits à la mode
- > Respecter les consignes établies par sa direction
- > Mettre en valeur les produits afin de réussir à développer le chiffre d'affaires
- > Vérifier que les univers soient respectés

### Compétences relationnelles et comportementales

- > Avoir un sens esthétique
- > Sensibiliser le personnel des magasins à la mise en valeur des produits et au respect des préconisations commerciales de l'enseigne
- > Avoir un sens de l'observation développé

Succursalistes  
de la chaussure



# Succursalistes de la chaussure

Succursalistes de la chaussure



## Visual merchandiser

### Environnement métier

**Intitulé du métier :** Visual merchandiser

**Autres appellations du métier :** Marchandiseur visuel

#### Définition ou description synthétique du métier

Le visual merchandiser décline les concepts de l'enseigne dans les magasins sur un secteur géographique ou au niveau national lorsque le métier est rattaché au siège. Il contribue à l'homogénéisation de l'identité visuelle des points de vente et au développement du chiffre d'affaires par la mise en valeur des produits lors de l'implantation des vitrines et de l'aménagement du magasin. Il conseille les responsables/directeurs de magasin et participe au développement de leurs compétences et de celles de leur personnel en matière de visual merchandising.

#### Accès au métier

Jusqu'à présent, il n'y avait pas de pré-requis spécifique en matière de formation initiale pour ce métier mais les exigences évoluent pour les recrutements externes récents. De plus en plus, une formation spécifique dans le domaine est requise (École Supérieure d'Arts Appliqués, formation spécialisée dans la mode,...). L'accès se fait encore souvent par promotion interne à partir d'une expérience remarquée de plusieurs années dans le métier d'étalagiste ou après avoir confirmé en magasin ses qualités spécifiques dans la mise en valeur des produits.

#### Relations fonctionnelles internes et/ou externes

Le visual merchandiser est plus particulièrement en relation avec son directeur régional, la direction de la communication, les différents responsables/directeurs de magasin de sa zone géographique mais également avec l'ensemble du personnel des magasins. En externe, il peut être amené à être en relation avec la clientèle lors de ces visites en magasin.

#### Environnement de travail

Le visual merchandiser intervient le plus souvent au niveau d'une zone géographique dédiée et il se déplace dans les différents points de vente correspondants. A cet effet, il dispose d'un équipement informatique portable.

Ce métier semble être le plus souvent rattaché à la direction de la communication ou du marketing tout en travaillant de manière très étroite avec le responsable/directeur régional. Les attributions du visual merchandiser sont dépendantes des caractéristiques des points de vente de son secteur mais également de son mode de collaboration avec le responsable/directeur régional.

### Activités communes regroupées par domaine d'activités

#### Merchandising

- > Prendre connaissance des consignes de merchandising diffusées par la direction de la communication
- > Contrôler le respect de l'identité visuelle dans les différents points de vente
- > Décliner les concepts visuels de l'enseigne dans les différents points de vente de son secteur
- > Proposer des adaptations au directeur régional afin de développer le chiffre d'affaires des magasins

### Analyse des ventes

- > Proposer au directeur régional un planning de visites dans les différents points de vente
- > Évaluer avec le directeur régional les magasins à visiter en priorité
- > Analyser les tableaux de bord commerciaux de la veille
- > Assurer le reporting auprès de sa direction

### Conseil

- > Conseiller les responsables/directeurs de magasin dans leur visual merchandising en fonction de leurs résultats commerciaux
- > Faire progresser, former les responsables/directeurs de magasin et leur personnel au visual merchandising
- > Assurer le suivi dans la progression du magasin

## Activités spécifiques

- > Implanter à l'ouverture d'un magasin

## Compétences

### Savoirs théoriques et procéduraux

- > Bien connaître les caractéristiques des produits à présenter
- > Maîtriser les techniques du merchandising
- > Connaître les préconisations liées à la stratégie commerciale de l'enseigne
- > Connaître bien l'enseigne et les modes de travail
- > Connaître les bases en bureautique

### Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Assurer une veille sur les produits à la mode et le visual merchandising de la concurrence
- > Mettre en valeur les produits afin de réussir à développer le chiffre d'affaires
- > Organiser son travail selon les résultats des ventes et les priorités identifiées par le responsable/directeur régional
- > Savoir prendre le relais du responsable/directeur quand les vitrines et l'implantation intérieure du magasin ne respectent pas les concepts de l'enseigne
- > Savoir relayer les consignes de la direction sur son secteur
- > Seconder le directeur régional afin de faire progresser les résultats commerciaux de son secteur
- > Savoir analyser les consignes de merchandising et les résultats commerciaux afin d'identifier les produits correspondants aux meilleures ventes
- > Préparer son argumentaire afin de convaincre les responsables/directeurs de magasin de changements à apporter dans le merchandising du magasin

### Compétences relationnelles et comportementales

- > Avoir un sens créatif développé
- > Former de manière pédagogique le personnel des magasins à la mise en valeur des produits et au respect des préconisations commerciales de l'enseigne
- > Avoir un sens de l'observation développé
- > Faire preuve d'innovation et de curiosité
- > Avoir le goût du produit et un goût esthétique afin de marier les produits par famille
- > Échanger avec sa hiérarchie et ses collègues afin de favoriser le déploiement optimal d'un merchandising efficace

La cartographie et le référentiel des métiers ont été réalisés à l'initiative des partenaires sociaux de la branche des succursalistes de la chaussure :

• **Les organisations d'employeurs représentées :**

> Syndicat National du Commerce de la Chaussure

109, rue du faubourg Saint-Honoré - 75008 Paris - Tél : 01 44 70 76 56

• **Les organisations syndicales représentées :**

> CFDT - Fédération des Services

Tour essor - 14 rue Scandicci - 93508 Pantin - Tél. : 01 48 10 65 90 - [services@cfdt.fr](mailto:services@cfdt.fr)

> CFTC - Fédération Nationale Commerce, Service et Force de Vente

251, rue du Faubourg Saint-Martin - 75010 Paris - Tél. : 01 46 07 04 32 - [csfv@csfv.fr](mailto:csfv@csfv.fr)

> CGT - Fédération des Personnels du Commerce de la Distribution et des Services

263, rue de Paris - 93516 Montreuil - Tél. : 01 48 18 83 11 - [fd.commerce.services@cgt.fr](mailto:fd.commerce.services@cgt.fr)

> CFE CGC - Fédération Nationale de l'Encadrement, du Commerce et des Services

9 rue de Rocroy - 75010 Paris - Tél. : 01 53 26 99 90 - [commerceservices@cfecgc.fr](mailto:commerceservices@cfecgc.fr)

> CGT FO - Fédération des Employés et Cadres

28 rue des Petits hôtels - 75010 Paris - Tél. : 01 48 01 91 32 - [fecfo.commerce@wanadoo.fr](mailto:fecfo.commerce@wanadoo.fr)



## Observatoire prospectif du commerce

251, boulevard Pereire  
75852 Paris cedex 17  
Tél. : 01 55 37 41 61  
> [www.opcommerce.org](http://www.opcommerce.org)