

D1510

CHEF / CHEFFE DE SECTEUR COMMERCIAL

Emploi
cadre

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

- Le/la chef/cheffe de secteur commercial travaille généralement pour des grandes surfaces alimentaires (GSA) ou spécialisées (GSS).
- Il/elle se déplace dans les différents points de vente et s'assure du respect des accords commerciaux et de la stratégie commerciale de l'enseigne pour laquelle il/elle travaille, et propose des conseils et des formations dans le but d'augmenter les ventes.

Accès à l'emploi

Le poste de chef de secteur commercial 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
- Diplôme d'école de commerce avec une spécialisation relative à la distribution, comme management de la distribution, distribution vente et négociation, distribution et logistique...
- DUT avec une spécialisation en techniques de commercialisation, force de vente, action commerciale...
- Master professionnel spécialisé dans les techniques de vente et marketing

Compétences

Savoir-faire

Développement commercial

Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles

Négocier des conditions commerciales

Organiser, aménager un espace de vente

Organiser des actions marketing (promotions, opérations spéciales, animations...) dans les différents points de vente de son réseau.

Présenter de nouveaux produits aux chefs de rayon afin de les faire référencer dans de nouveaux points de vente.

Vérifier la bonne application des accords commerciaux établis par le siège sur le terrain.

Stratégie de développement	<p>Déterminer les objectifs de ventes sur les points de vente de son secteur géographique.</p> <p>Participer à l'ouverture de nouveaux points 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>Suivre la réalisation des objectifs des points de vente de son réseau.</p>
Gestion des stocks	<p>Garantir le référencement, la disponibilité et le renouvellement des produits, en conformité avec les accords commerciaux</p> <p>Identifier et gérer des invendus</p> <p>Organiser et contrôler un approvisionnement</p> <p>Superviser la gestion des stocks</p>
Organisation	<p>Rendre compte des informations récoltées sur le terrain à sa direction (marketing et commerciale).</p> <p>Structurer, synthétiser des informations</p> <p>Utiliser les outils bureautiques</p>
Conseil, Transmission	<p>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.</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>Vérifier la mise en rayon des produits afin de les mettre en valeur et ainsi d'augmenter les ventes.</p>
Logistique	<p>Participer et veiller à l'organisation de la livraison (de la commande des produits jusqu'à leur réception dans les différents points de vente).</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>
Recherche, Innovation	<p>Proposer des modifications et améliorations des produits mis en vente (caractéristiques, packaging, merchandising...)</p>
Production, Fabrication	<p>Maitriser les caractéristiques des produits mis en vente (caractéristiques, packaging, merchandising...)</p>
Gestion et contrôle	<p>Gérer le budget publicitaire et promotionnel des produits</p>
Maintenance, Réparation	<p>Optimiser l'organisation des rayons</p>
Prévention des risques	<p>Déterminer des mesures correctives</p>
Droit, contentieux et négociation	<p>Négocier un contrat</p>

Savoir-être professionnels

Faire preuve d'autonomie
Faire preuve de rigueur et de précision
Prendre des initiatives et être force de proposition
Travailler en équipe

Savoirs

Domaines d'expertise

Anglais B2 minimum
Merchandising / Marchandisage
Négociation

Techniques professionnelles

Techniques commerciales
Techniques de vente

Secteurs d'activité

• Commerce et distribution
