

CQP Promoteur des ventes-Merchandiseur

Fonction:

Le promoteur des ventes-Merchandiseur contribue au développement des ventes sur un ensemble de points de vente à l'intérieur d'un secteur géographique donné, en luttant contre les ruptures, en assurant la bonne tenue des marques dans le rayon et en assurant la mise en place des opérations promotionnelles négociées.

Missions principales:

Le promoteur des ventes-Merchandiseur a pour mission :

- S'assurer de la présence permanente des produits en points de vente
- Viser l'excellence de l'exécution des marques dans les points de vente
- Recueillir, traiter et diffuser l'information
- Gérer les activités sur son secteur

Compétences:

Bloc de compétences 1 : Préparer et gérer son activité

- C1.1 : Planifier ses activités professionnelles en fonction des événements liés au point de vente (lancement produit, promotion etc..) et aux événements impactant le comportement des consommateurs (fêtes, périodes montrant des pics de consommation ...) afin d'intervenir dans les meilleures conditions possibles et d'anticiper la fluctuation des stocks
- C1.2 : Préparer les informations nécessaires à son activité en utilisant les moyens de communication dédiés (book clientèle, supports de présentation) tout en respectant les opérations négociées par le chef de secteur binôme afin de valoriser ses actions auprès des points de vente
- C1.3 : Mobiliser les ressources et moyens nécessaires à son activité (PLV, stand, goodies etc...) en collaborant avec les différents services de l'entreprise afin de rendre les actions opérationnelles

- C1.4 : Appliquer les règles de sécurité et de santé au travail en utilisant les bonnes procédures, postures et les bons gestes professionnels dans le but d'intervenir en toute sécurité dans les points de vente de son secteur
- C1.5 : Réaliser un reporting de son activité en incluant des informations et données quantitatives et qualitatives des évolutions commerciales propres au point de vente afin de faciliter la préparation de ses prochaines visites

Bloc de compétences 2 : Veiller à la bonne implantation et distribution des produits en magasin

- C2.1 : Développer un réseau professionnel au sein de chaque point de vente en organisant des temps d'échanges avec ses interlocuteurs et en prenant en compte leurs demandes afin pérenniser les relations commerciales
- C2.2 : Réaliser un diagnostic d'un point de vente, des linéaires et des emplacements promotionnels afin de veiller au respect des plans d'animation commerciale et de définir les meilleures zones d'implantation possibles pour les produits alimentaires
- C2.3 : Assurer la disponibilité des produits alimentaires dans les points de vente en interprétant les indicateurs de gestion des stocks afin d'anticiper les anomalies de stock et ainsi intervenir auprès des services achats et production le cas échéant
- C2.4 : Saisir les opportunités d'amélioration de la visibilité des marques à travers l'optimisation de l'implantation ou de la théâtralisation des produits alimentaires pour développer les ventes
- C2.5 : Identifier les causes à l'origine des dysfonctionnements (rupture de stock, stockage produit, événement spécial, mauvaise distribution produit etc..) en analysant le parcours produit jusqu'au point de vente afin de proposer des axes d'amélioration
- C2.6 : Proposer des actions d'optimisation de la distribution du produit (logistique, stock, implantation en magasin) afin d'améliorer les pratiques de l'entreprise

Bloc de compétences 3 : Créer et animer des actions promotionnelles à travers différents canaux

- C3.1 : Travailler de façon transverse avec le responsable de secteur en définissant les conditions d'intervention (plan de tournée, timing du montage des promotions, fréquence des reporting etc...) afin de réaliser ses missions dans les meilleures conditions possibles et dans le temps imparti
- C3.2 : Mettre en place les campagnes promotionnelles en respectant le planning et en mobilisant les ressources alloués (matériels, produits) afin de servir les objectifs fixés par le chef de secteur
- C3.3 : Assurer le contrôle et le suivi des promotions en vérifiant la présentation des produits (facing, prix, stock disponible) et en analysant les indicateurs clés afin de veiller au bon déroulement de la campagne promotionnelle
- C3.4 : Proposer une nouvelle théâtralisation des promotions, originales, en prenant en compte l'environnement du point de vente (qualité de l'emplacement disponible, espace, éclairage...) pour optimiser la visibilité des produits alimentaires

- C3.5 : Evaluer la performance des actions promotionnelles réalisées au sein des points de vente afin d'optimiser ses interventions futures
- C3.6 : Assurer le feedback des actions réalisées au sein des points de vente en mobilisant les moyens disponibles (photos, réseaux sociaux internes/externes ...)
afin de partager les bonnes pratiques et prestations remarquables au sein de l'entreprise
- C3.7 : Appuyer les animateurs de stands promotionnels en apportant des conseils et outils pratiques dans le but de valoriser l'animation et d'augmenter les ventes

Métiers accessibles via la certification:

Promoteur des ventes-Merchandiseur

Prérequis nécessaires à la formation:

Aucun

Ocapiat