

Document d'accompagnement thématique

REFERENTIEL
D'ACTIVITES
BTSA TC



Réseau des Délégués Régionaux Ingénierie de Formation (DRIF)

Diplôme : Brevet de Technicien Supérieur Agricole Technico Commercial

Champ de compétences

Gestion d'un espace de vente physique ou virtuel

Situations professionnelles significatives :

- Organisation de l'espace de vente
- Elaboration d'un plan de merchandising
- Mise en place d'opérations promotionnelles
- Mise en place d'actions correctives

Finalité : Assurer l'attractivité et la rentabilité d'un espace de vente physique ou virtuel dans le respect du produit

Responsabilité / autonomie

Placé sous la responsabilité de son supérieur hiérarchique, le titulaire de l'emploi est responsable de son espace de vente (sous-rayon, rayon, département). Sa responsabilité vise à atteindre les objectifs assignés par l'organisation en termes de volume, de chiffres d'affaires ou de marge tout en concourant au fonctionnement global du point de vente. Pour cela il est responsable de la mise en œuvre d'un merchandising attractif pour susciter l'achat et se démarquer des concurrents tout en respectant les règles de l'enseigne et en veillant au respect de la législation.

En espace physique et/ou virtuel il est responsable de la construction de l'assortiment, de l'approvisionnement des linéaires, des commandes jusqu'à l'assortiment en magasin. Il veille à respecter les contraintes techniques, réglementaires et commerciales, les délais de paiement des fournisseurs. Il a la responsabilité de la mise en place des opérations promotionnelles.

Environnement de travail

Le titulaire de l'emploi travaille le plus souvent en magasin, au contact de son équipe et des clients auprès desquels il répond aux demandes d'informations ou de conseil. Ses plages horaires sont variables ; il peut travailler le week-end et en soirée à des heures tardives. Il travaille aussi pour une partie de son temps dans un bureau dans lequel il gère ses commandes, élabore son plan de merchandising ou organise des opérations commerciales. Il utilise les outils du numérique.

Indicateurs de réussite / critères d'appréciation

- Evolution du chiffre d'affaires
- Evolution des marges
- Rentabilité de son activité commerciale
- Evolution des parts de marché
- Taux de fidélisation de la clientèle
- Traçabilité
- Tenue du rayon
- Pourcentage de démarque
- Approvisionnement des rayons
- Absence de ruptures de stocks et de surstocks
- Panier moyen
- Fréquentation de l'espace de vente
- Valeur et rotation des stocks
- Chiffre d'affaires, marge, rentabilité au m²
- Indices de sensibilité

Savoir-faire de base

- Consolider le lien entre fournisseurs, clients et services de l'entreprise
- Gérer les stocks
- Gérer les approvisionnements
- Contrôler les démarques
- Elaborer le plan de merchandising
- Veiller au maintien de la qualité des produits en rayon et en réserve
- Mettre en valeur la qualité des produits
- Assurer l'étiquetage et l'affichage des prix
- Organiser l'espace de vente pour le rendre attractif
- Organiser des opérations commerciales
- Mettre en œuvre les plans de merchandising et les animations définis avec les fournisseurs
- Organiser la logistique
- Organiser le stockage
- Mettre en œuvre le programme de fidélité de l'entreprise ou de l'enseigne
- Traiter les réclamations des clients
- Faire du reporting
- Analyser les données économiques
- Analyser les tableaux de bord
- Analyser une zone de chalandise
- Sensibiliser les clients à une consommation durable et locale et au respect du bien-être animal
- Mettre en œuvre une démarche de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE)
- Etablir des budgets
- Créer des partenariats avec les producteurs
- Développer des relations avec les différents acteurs du territoire

Savoirs (de référence cités par les professionnels)

- Connaissance et utilisation des produits
- Certifications des produits
- Lois et réglementations
- Consignes de tri
- Logiciels de gestion de commande, de reporting, de CRM
- Merchandising
- Facing
- Gestion des stocks et transport
- Scénarisation des produits
- Logistique
- Commerce omnicanal
- Organisation d'animations commerciales
- Affirmation de l'exigence de sécurité vis-à-vis du client

Savoir-faire consolidés par l'expérience

- Adapter l'offre du point de vente
- Organiser un espace de vente physique ou virtuel
 - Elaborer des plans (ratio surfaces de circulation / surfaces de présentation)
 - Choisir du mobilier de vente et de présentation
 - Définir un cahier des charges pour la conception d'un site marchand
- Gérer les imprévus avec les fournisseurs et les clients
- Gérer un centre de profit
- Gérer un dispositif « clic and collect » ou un drive
- Raisonner l'omnicanalité

Comportements professionnels

- Attentif aux attentes des clients
- Réactif
- Observateur
- Capacité d'anticipation
- Force de proposition
- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Dynamique
- Aptitudes commerciales
- Sens de l'organisation
- Rigueur
- Aptitude à gérer les priorités et les délais
- Respect des règles