

# Fiche métier : responsable merchandiser, directeur·trice merchandiser

**Famille : Marketing commercial** — Autre libellés : Directeur·trice / responsable merchandising ; Responsable développement merchandising — Code ROME et PCS : B1301 – Décoration d'espaces de vente et d'exposition ; D1506 – Marchandisage ; 374b — Chefs de produits, acheteur·euse·s du commerce et autres cadres de la mercatique

→ En accord avec l'image définie par la direction, le·la responsable merchandiser analyse les besoins de la clientèle et des points de ventes, élabore et met en œuvre la politique de merchandising de l'enseigne. Il·elle conçoit et organise avec son équipe des mises en scène attractives dans les magasins (agencement du magasin, décoration des vitrines, des rayons, ambiance, charte visuelle...) dans le but d'optimiser les ventes.

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

→ Le métier s'exerce au niveau du siège de l'enseigne : boutiques de chaussures ou Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) succursalistes.

→ En interne, selon l'organisation du groupe, le·la responsable merchandiser est rattaché·e hiérarchiquement au directeur ou à la directrice du marketing, directeur·trice du réseau magasins ou directeur·trice commercial. Le·la responsable merchandiser est en relation avec les directeur·trices de magasins et le personnel de vente. Il·elle travaille en étroite collaboration avec l'équipe de merchandiser qu'il·elle gère au quotidien.

→ À l'externe, il·elle peut être amené·e à être en relation avec des fournisseurs, agences de conception de points de vente, sociétés de conseil en marketing.

## ACTIVITÉS

### Activités principales

**Élaboration de la politique de merchandising de l'enseigne**

→ Veille concurrentielle.

→ Analyse des caractéristiques de consommation de la clientèle et des volumes de vente.

→ Prise en compte des objectifs stratégiques et de développement de l'enseigne.

→ Définition et/ou adaptation de l'identité visuelle, des concepts de l'enseigne et déclinaison des thématiques dans les différentes gammes de produits.

→ Définition et présentation à la direction d'un plan de développement de la politique de merchandising (ressources humaines, moyens techniques, budgets, calendrier).

**Mise en œuvre du plan d'actions de la politique de merchandising de l'enseigne**

→ Réalisation des cahiers des charges et sélection des prestataires (agences de conception de points de vente, de conseil en marketing, fabricants de matériels d'agencement, etc.).

→ Coordination des différents corps de métier (internes ou externes) intervenant dans les travaux d'agencement.

→ Veille au respect des délais et des budgets.

→ Conduite et analyse des phases de tests sur site.

→ Suivi du déploiement de la politique de merchandising dans les points de vente.

**Suivi des indicateurs d'activité de merchandising**

→ Réalisation et suivi du tableau de bord des indicateurs de

mesure de résultats de la politique de merchandising : taux de déploiement des opérations dans les magasins, performance de vente des rayons aménagés...

→ Analyse des indicateurs.

→ Reporting à la hiérarchie et à la direction générale.

→ Propositions de mesures correctives à mettre en place.

### Management

→ Mise en place de l'organisation du travail au sein de l'équipe.

→ Organisation et conduite des réunions de l'équipe.

→ Encadrement, mobilisation et motivation des équipes.

→ Transmissions des orientations et actions définies dans le plan d'actions de la politique de merchandising de l'enseigne.

### Activités complémentaires

**Élaboration de la politique de merchandising de l'enseigne**

→ Participation à divers comités de décision mis en place au niveau du groupe.

**Mise en œuvre du plan d'actions de la politique de merchandising de l'enseigne**

→ Mise en place de rayons pilotes (essais de mises en scène, de nouveaux agencements ...).

→ Participation à des salons professionnels ou foires d'exposition.

→ Communication autour de la culture merchandising dans l'entreprise.

### Management

→ Évaluation des besoins en formation et développement des compétences des équipes.

→ Recrutement du personnel de l'équipe (visual merchandiser...) selon l'organisation de la fonction de merchandising

## VARIABILITÉ DU MÉTIER

→ Les activités des responsables merchandiser peuvent varier selon la taille du groupe, l'activité à l'international, le mode de fonctionnement du point de vente et l'organisation du merchandising (centralisée ou décentralisée).

→ Certain·e·s responsables merchandising sont également formateurs en interne sur les techniques de merchandising de l'enseigne.

.../...

## COMPÉTENCES

●●● Pour l'ensemble des compétences listées, le degré d'expertise doit être élevé (note de 3/3)

### Compétences en développement merchandising

- Assurer une veille sur le visual merchandising de la concurrence, les tendances et innovations en la matière.
- Appréhender les objectifs stratégiques et de développement de l'enseigne.
- Maîtriser les techniques et concepts de merchandising d'organisation, de gestion, de séduction et de communication.
- Élaborer et piloter une politique merchandising.
- Maîtriser les techniques de gestion de projet.
- Gérer un budget.
- Sélectionner des prestataires à partir de cahiers des charges pour la mise en œuvre en magasin ou pour des événements exceptionnels.
- Piloter et suivre des études réalisées par des prestataires (agences, conseils en marketing...).
- Définir et analyser les indicateurs de mesure de résultats de la politique de merchandising. Mesurer les effets et travailler à l'optimisation continue.
- Assurer le reporting des résultats d'analyse des indicateurs auprès des directions concernées et à l'équipe.
- Proposer des mesures correctives selon les priorités repérées pour améliorer les résultats.
- Maîtriser et veiller au respect de la réglementation en matière de sécurité lors de l'agencement du magasin.
- Maîtriser les outils bureautiques et un ou plusieurs logiciels spécifiques (traitement d'images, logiciel merchandising, CAO/DAO...).

### Compétences commerciales et marketing

- Appréhender la politique commerciale et marketing de l'entreprise.
- Maîtriser la gamme de produits de l'entreprise, de son marché, de la concurrence.
- Connaître les produits de l'enseigne et leur potentiel commercial.
- Assurer une veille sur les produits, les tendances de la mode.
- Analyser les ventes et tendances en magasin.
- Connaître les profils de la clientèle et les bons leviers à actionner pour la vente. Identifier le comportement d'achat de la clientèle.
- Maîtriser le mode de fonctionnement d'un magasin.
- Analyser les principaux indicateurs de gestion : évolution du chiffre d'affaires, taux de transformation, panier moyen par client...

### Compétences managériales

- Coordonner et fédérer l'équipe autour de la politique de merchandising de l'entreprise.
- Impulser et superviser la mise en œuvre de la politique de merchandising.
- Organiser le travail de son équipe en gérant les aléas d'activité.
- Appliquer les méthodes de management et déléguer des responsabilités en fonction des compétences des équipes.
- Encadrer, motiver et responsabiliser le personnel.
- Maîtriser les techniques de recrutement et d'entretien d'évaluation.
- Identifier des axes de développement pour chaque personne, détecter les besoins et définir les actions de formation.
- Assurer la communication interne (réunions, notes, directives).

### Compétences organisationnelles et relationnelles

- Organiser son activité et celle de l'équipe, gérer les priorités.
- Assurer la communication ascendante et descendante.
- Échanger de manière régulière avec l'équipe pour décliner les orientations et le plan d'actions.
- Argumenter techniquement et esthétiquement l'identité visuelle et les concepts de l'enseigne.
- Porter et défendre un projet devant la direction générale.
- Communiquer avec les autres directions, les personnels des points de vente et les fournisseurs externes.
- Négocier avec les prestataires.
- Concevoir et renseigner les tableaux de bord de gestion et de suivi liés à l'activité.
- Travailler en mode projet et en collaboration avec d'autres professionnels.

## FORMATION & ÉVOLUTION

### Prérequis et conditions d'accès

→ Une expérience professionnelle opérationnelle confirmée du merchandising est le pré-requis essentiel. Les responsables merchandising sont recrutés à un niveau de plus en plus diplômé. Les recruteurs recherchent principalement, en externe, des candidats ayant une formation spécifique en lien avec le merchandising complétée par une bonne culture artistique. L'accès à ce poste peut se faire aussi par promotion interne mais à condition d'avoir dans son parcours professionnel une expérience comme visual merchandiser, ou directeur-trice régional-e, ...

### Principales formations et certifications

- BTS Management des unités commerciales (niv. 5)
- DUT Techniques de commercialisation (niv. 5)
- BTS Agencement de l'environnement architectural (niv. 5)
- Écoles de décorateur, merchandiser, étalagiste, design d'espace (niv. 5)
- Licence professionnelle Commerce (niv. 6)
- Écoles en communication visuelle, Architecte d'intérieur (niv. 6)
- Master Arts et culture, spécialité Arts de l'exposition et scénographies (niv. 7 ou 8)
- Masters universitaires MSG marketing vente, gestion commerciale ou distribution vente (niv. 7 ou 8)

Les niveaux sont exprimés selon le cadre national des certifications professionnelles, conformément au décret n° 2019-14 du 8 janvier 2019.

### Évolutions professionnelles / Passerelles

→ Les responsables merchandiser peuvent s'orienter vers des fonctions de directeur-trice marketing, directeur-trice de centrale d'achat, responsable de département.

### Tendance d'évolution du métier

→ Dans un contexte de concurrence exacerbée, d'innovations produits et de consommateurs de plus en plus avertis et volatiles, le merchandising tend à devenir bien plus qu'une technique, mais une stratégie.

→ De nouvelles formes de merchandising vont émerger, ce qui va impliquer pour les responsables merchandiser l'acquisition de compétences et de nouvelles formes de collaborations avec d'autres professionnels, par exemple de l'infographie 3D et ou de l'animation virtuelle.

→ Le métier de responsable e-merchandiser émerge avec le développement du e-commerce. Il-elle adapte les identités visuelles, les chartes graphiques et les présentations spécifiques des produits à la consultation en ligne, avec une ergonomie attractive pour l'internaute.