



—  
Branche  
Industries pétrolières

—  
Famille  
Commercial

—  
Sous-famille  
Ventes

## DESCRIPTION

Concevoir et réaliser l'organisation des espaces de ventes (implantation de l'espace, présentation des produits) de façon à mettre en valeur les produits de l'entreprise, dans le cadre d'une politique commerciale déterminée.

## ACTIVITÉS PRINCIPALES

- Définition des grands principes d'identité visuelle des différentes gammes de produits et de la politique d'agencement générale des points de vente
- Agencement de l'espace de ventes (linéaires, vitrines) et mise en place de l'exposition des produits et de la signalétique
- Contrôle de la qualité des emplacements et de l'application de la charte graphique
- Etude des différents paramètres des points de vente, dont les comportements consommateurs
- Suivi et contrôle de la mise en place du plan et de son efficacité commerciale et économique
- Analyse des besoins des lieux de ventes ou de présentation (boutiques, stations-services, lieux de ventes spécifiques) en décors et déclenchement des commandes
- Organisation des expéditions des décors, des publicités sur les lieux de ventes (PLV) et définition des priorités

## SAVOIR-FAIRE

- Élaborer le plan merchandising des espaces de ventes et des éléments à mettre en place
- Concevoir des présentations de produits adaptés au mode de vente (rapport forme et couleur, signalisation, ambiance sonore...)
- Analyser et interpréter les observations et données quantitatives et

—  
Formation / Expérience professionnelle nécessaire  
Niveau BTS/DUT spécialisé (BAC+2) / Expérience professionnelle dans la filière commerciale

—  
Condition(s) particulière(s) d'exercice  
Déplacements fréquents sur le terrain, sur la zone couverte

qualitatives concernant les produits et leurs ventes, les espaces de ventes (boutiques, linéaires, etc.), les comportements et les habitudes d'achat des clients

- Mesurer l'impact (rentabilité, satisfaction clientèle...) des solutions retenues et apporter d'éventuelles mesures correctives
- Élaborer / optimiser les budgets relatifs à son domaine d'activité
- Utiliser les outils bureautiques, les systèmes d'informations et les logiciels dédiés
- Transmettre des informations liées à l'activité de manière claire et compréhensible, auprès de différents interlocuteurs

## LES MÉTIERS ACCESSIBLES

- Vendeur(se)
- Spécialiste publicité