

Fiche descriptive d'activités (FDA)

Table des matières

1- PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS COMMERCIALES.....	3
1-1 Réalise un diagnostic et recherche des informations pour le pilotage des activités commerciales.....	3
1-2 Met en œuvre la politique commerciale.....	3
1-3 Assure la prospection.....	3
1-4 Assure le développement commercial.....	3
2. NÉGOCIATION, ACHATS ET VENTES DE PRODUITS ET/OU DE SOLUTIONS TECHNICO-COMMERCIALES (BtoB) :.....	4
3. MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE.....	4
3.1 Met en œuvre des activités de ressources humaines.....	4
3.2 Encadre les équipes.....	4
4. GESTION DES ACTIVITÉS COMMERCIALES.....	5
4.1 Développe le lien entre fournisseurs, clients et les divers services de l'entreprise (plutôt BtoB).....	5
4.2 Gestion des approvisionnements.....	5
4.3 Assure la gestion de l'espace de vente.....	6
4.4 Assure l'implantation et la théâtralisation des opérations commerciales (promotions, ...) dans son périmètre.....	6
4.5 Renseigne ou conseille le client.....	7
5. GESTION ADMINISTRATIVE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES.....	7
5.1 Applique les règles de tenues d'archivage des dossiers magasin.....	7
5.2 Utilise les outils de gestions informatisés CRM, big data.....	7
5.3 Gestion comptable et analytique de son secteur.....	7
5.4 Participe à des réunions de bilan avec la direction.....	7

La fiche descriptive d'activités (FDA) liste l'ensemble des activités (recensées lors des travaux d'enquêtes en milieu professionnel) exercées par des titulaires des emplois visés par le diplôme. Il s'agit d'une liste d'activités quasiment exhaustive, à l'exception de quelques activités rarement rencontrées.

La FDA ne décrit donc pas les activités exercées par un titulaire de l'emploi en particulier, mais correspond plutôt au cumul de toutes les configurations d'emploi des salariés occupant les emplois visés par le diplôme.

Les activités ci-dessous doivent être lues comme un potentiel d'interventions en situations de travail. Elles peuvent être réalisées en autonomie ou collectivement.

Elles sont regroupées en grandes fonctions et sont écrites, par convention, sans pronom personnel, les activités pouvant être conduites soit par une femme, soit par un homme.

Liste des fonctions et activités exercées

Les fonctions et activités présentées regroupent la diversité des emplois de technico-commerciaux. Des différences existent, liées au secteur professionnel concerné mais aussi au positionnement de l'emploi par rapport aux clients, les amenant à travailler en BtoB ou BtoC. Dans le BtoB, les commerciaux vendent leurs produits et services auprès des professionnels, dans le cas du BtoC, le client est le consommateur.

Pour tous les secteurs, des emplois de commerciaux dans le BtoB et le BtoC existent. Il est à noter que pour les options « Produits de la filière forêt bois » et « Biens et services pour l'agriculture », le BtoB est très majoritaire. Le BtoC peut cependant exister dans le cas de concessions qui reçoivent des particuliers.

Les fonctions et les activités présentées ci-dessous n'ont pas la même importance dans l'emploi en fonction de ces différentes catégories.

En BtoB, les fonctions prospection de la clientèle, négociation, stratégie commerciale et conseils auprès des professionnels sont importantes. Toutefois, la fonction conseil n'est pas présente de la même façon en fonction du secteur professionnel : dans le secteur des biens et services pour l'agriculture, le conseil tend à se détacher de l'emploi de commercial pour être confié à des ingénieurs spécialisés. Dans le cas de la jardinerie, les commerciaux sont amenés à conseiller les bureaux d'études du paysage. La connaissance du produit et des procédés de fabrication est importante.

En BtoC, la fonction management de rayon est prépondérante. La fonction stratégie commerciale sur le point de vente est également importante. Le conseil au consommateur est pris en charge par les vendeurs

ou assistants de rayons. La supervision de la gestion du rayon est également confiée aux commerciaux en BtoC.

L'analyse du métier et des emplois a révélé cinq grandes fonctions :

- Prospection et développement des activités commerciales
- Négociation, achats et ventes de produits et ou de solutions technico-commerciales
- Management de la force de vente
- Gestion des activités commerciales
- Gestion administrative des activités commerciales

1- PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

1-1 Réalise un diagnostic et recherche des informations pour le pilotage des activités commerciales

- Assure la veille réglementaire : lois nationales, communautaires et internationales en matière d'hygiène et sécurité, d'environnement, de qualité, d'importation (en animalerie et en filière bois notamment), d'exportations (vins notamment), et normes de distribution.
- Assure la veille commerciale
 - Identifie les évolutions de marchés et le positionnement de l'entreprise
 - Collecte et analyse les informations liées au marché local et à la zone de chalandise
- Analyse les éléments de la filière en matière de marché : flux, fournisseurs, transformation, client,
- Suit régulièrement l'évolution des marchés : matière première, matières transformées, circuits économiques,
- Visite les magasins des autres enseignes concurrentes,
- S'informe sur les évolutions des techniques de production, de transformation du produit à commercialiser,
- Contribue ou prend en compte le diagnostic économique juridique et commercial de l'entreprise
- Utilise des outils, big data,
- Élabore les procédures d'achats et de ventes.

1-2 Met en œuvre la politique commerciale

- Prend en compte les exigences des clients pour ajuster l'offre
- Rend compte des observations de terrain susceptibles d'avoir une influence sur les stratégies en cours
- Propose des évolutions en matière de politique commerciale
- Propose un plan de correction.

1-3 Assure la prospection

- Élabore un plan de prospection
- Met en œuvre un plan de prospection
- Organise un premier contact
- Met en place une approche commerciale adaptée aux entreprises visées
- Élabore un argumentaire sur le produit
- Réalise le bilan de la prospection
- Met en place des mesures correctives.

1-4 Assure le développement commercial

- Identifie de nouvelles opportunités d'affaires
- Qualifie et cible la clientèle
- Prend connaissance des objectifs de vente
- Prend connaissance des plannings et contenus des promotions
- Élabore un plan de communication
- Programme des opérations promotionnelles

- Programme des opérations événementielles
- Identifie et choisit les produits à promouvoir
- Met en place une stratégie pour répondre aux objectifs de chiffre d'affaires, marge ou volume,
- Met en œuvre une stratégie tarifaire pour atteindre les objectifs
- Négocie le prix d'achat et les services
- Analyse les écarts entre les objectifs fixés et les performances de son équipe.

2. NÉGOCIATION, ACHATS ET VENTES DE PRODUITS ET/OU DE SOLUTIONS TECHNIQUE-COMMERCIALES (BtoB) :

- Planifie les achats de matières premières
- Se déplace auprès des professionnels pour présenter les produits et les promotions
- Délimite les marges de manœuvre de négociation
- Présente la liste des produits disponibles avec leurs prix
- Adapte les propositions aux prospects
- Construit un argumentaire
- Conduit une négociation commerciale
- S'assure que les conditions d'achat auprès des fournisseurs permettent de réaliser des objectifs de marge et/ou de volume pour l'entreprise
- Établit des bons de commandes et des factures
- Conseille techniquement les acheteurs professionnels
- Négocie les tarifs et les services auprès des fournisseurs
- Règle les litiges avec les clients ou les fournisseurs.

Cas de l'option « vins bières spiritueux » et « Alimentation et boissons »

- Négocie le référencement des produits auprès des points de vente.

3. MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE

3.1 Met en œuvre des activités de ressources humaines

- Évalue les besoins en personnels et en compétence de son équipe
- Participe aux entretiens d'embauche
- Contribue à la définition des profils de poste.

3.2 Encadre les équipes

- Animation de l'équipe
 - Évalue le niveau de compétence de son équipe
 - Accompagne les nouveaux collaborateurs dans leur intégration au sein du groupe
 - Accompagne la professionnalisation des personnels de son équipe
 - Mène les entretiens d'évaluation
 - Manage les rémunérations et les primes de son équipe
 - Traite et relaie la communication interne
 - Organise et anime des réunions d'information
 - Effectue un « brief » et « debrief » régulier concernant les ventes
 - Encourage les personnels en donnant un « feed back » positif
 - Motive et rassure son équipe
 - Identifie les marges de progression du fonctionnement de l'équipe

- Gère les conflits.
- Organise le travail
 - Donne des objectifs (objectif SMART : Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporellement définie) et du sens au travail
 - Définit et adapte les plannings d'activité
 - Assure le remplacement d'un collègue dans un rayon ou secteur différent
 - Donne les consignes à l'équipe en priorisant les actions
 - S'assure que chaque collaborateur dispose de moyens nécessaires pour atteindre les objectifs
 - Gère les pointes de travail
 - Favorise l'expression de suggestions ou remarques susceptibles d'améliorer la performance économique de son secteur.
- S'assure de la conformité du comportement de son équipe
 - Applique et fait appliquer le règlement intérieur
 - Applique et fait respecter la réglementation commerciale
 - Applique et fait respecter les normes d'hygiène et de sécurité
 - Applique et fait respecter les procédures de suivi fournisseur et suivi de clients.

4. GESTION DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

4.1 Développe le lien entre fournisseurs, clients et les divers services de l'entreprise (plutôt BtoB)

- Réalise le suivi clientèle dans un souci de fidélisation
- Réactualise régulièrement son fichier client
- Se tient informé de la perception des fournisseurs et clients sur l'entreprise
- Gère les engagements auprès des fournisseurs et des clients
- Réalise des devis
- Traite les réclamations
- Prend connaissance de l'état des produits sur les lieux de production (BtoB)
- Met en place des bases de données
- S'assure de la solvabilité des prospects et du règlement des factures.

4.2 Gestion des approvisionnements

- Réalise des inventaires généraux et par famille de produits
- Gère les stocks
- Enregistre ou contrôle les relevés de démarques
- Contrôle les documents d'enregistrement des démarques
- Réalise les commandes selon le planning et l'assortiment du magasin :
 - Modifie le paramétrage du logiciel de commande en fonction de la vente, du stock et de la démarque et des inventaires
 - Anticipe les commandes en fonction du calendrier des promotions
 - Reçoit les fournisseurs
 - Négocie les achats (de moins en moins dans la grande distribution car réalisées en centrales d'achats)
 - Vérifie le respect des accords
 - Propose des plans d'implantation des produits avec les fournisseurs.
- Contacte les autres magasins pour échanger des produits
- Veille au respect des conditions d'achats

- Traite les livraisons dans le respect des procédures et en limitant la démarque
- Gère les imprévus avec les fournisseurs
- Organise le point de stockage
- Contrôle la conformité du produit ou du service à la réception
- Maintient la réserve propre et rangée
- Utilise les appareils de levage dans le respect des règles de sécurité
- Surveille et régule les conditions de stockage et de conservation
- Vérifie le réassortiment en fonction des ruptures prévisibles
- Assiste l'équipe en cas de problème d'approvisionnement ou de produits défectueux
- Veille au maintien de la qualité des produits en rayon ou en réserve :
 - Contrôle les dates limites de consommation (DLC)
 - Écarte les produits non-conformes
 - Maintient les produits en état fiable et marchand.

4.3 Assure la gestion de l'espace de vente

- Réalise des plans pour les rayons
- Adapte les linéaires (réduit, élargit...) aux objectifs de vente
- Optimise sa surface de vente en sélectionnant les gammes de produits adaptées à la clientèle et à l'environnement
- Supervise le plan d'implantation et de merchandising
- Vérifie le réassortiment en relation avec le service approvisionnement
- Supervise la mise en rayon, le rangement et le réassort quotidien des produits
- Met en place l'agencement de nouveaux produits
- Met en place les règles de base du merchandising (dont facing, marketing sensoriel...)
- Met en place un espace de vente attractif
- Supervise ou réalise l'étiquetage, le rangement, la mise en carton et le nettoyage du rayon.

Cas de l'animalerie :

- Supervise ou fait l'état des lieux des boxes disponibles pour les animaux
- Supervise ou réalise l'alimentation ou les soins aux animaux
- Supervise ou nettoie les boxes
- Supervise ou reçoit les vétérinaires, auditeurs internes et contrôleurs (DDPP)
- Organise des événements avec les associations (adoption d'animaux)
- Gère les relations avec les associations
- Actualise le site internet avec toutes les informations concernant les animaux disponibles
- Organise la logistique de déplacement vente (siège et magasin)
- Gère les dossiers d'autorisation d'ouverture de la DDPP
- Gère les dossiers administratifs et réglementaires avec les diverses administrations : mairie, préfecture.

4.4 Assure l'implantation et la théâtralisation des opérations commerciales (promotions, ...) dans son périmètre.

- Intègre et met en place les actions commerciales transmises par le siège
- Met en place des opérations commerciales locales
- Met en valeur la qualité des produits en veillant à les rendre les plus attractifs possible
- Organise la zone des événements promotionnels :
 - Fait un plan
 - Installe la publicité
 - Organise les rayons.

- Travaille avec les fournisseurs pour installer les produits promotionnels
- Crée des têtes de gondoles en fonction des priorités de vente
 - Choisit les produits à mettre en tête de gondole.

4.5 Renseigne ou conseille le client

- Présente le produit
- Fait des recommandations d'utilisation.

Cas des Vins et Spiritueux : gère les Foires aux Vins (FAV)

5. GESTION ADMINISTRATIVE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

5.1 Applique les règles de tenues d'archivage des dossiers magasin

5.2 Utilise les outils de gestions informatisés CRM, big data

- Suit les processus de production liés à la qualité, respect des normes
- Suit les chantiers des prestataires à propos de la matière première : marquage, tri, façonnage, emballages...
- Suit la logistique de mise en marché ou d'achat de produits et de services à commercialiser
- Utilise le CRM pour optimiser la gestion de la relation client.

5.3 Gestion comptable et analytique de son secteur

- Suit en temps réel la rentabilité de son activité commerciale : parts de marché, chiffres d'affaires, marges, démarques
- Compare les prix affichés avec les autres enseignes
- Analyse les forces et faiblesses
- Suit en temps réel la rentabilité de son activité de communication (taux de participations, taux de renouvellement de la clientèle, taux de fidélisation)

5.4 Participe à des réunions de bilan avec la direction.