

LES MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE





LES MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Les métiers du commerce et de la vente s'exercent sur tout le territoire, même dans les zones les moins densément peuplées. Ces métiers se retrouvent dans des secteurs d'activité variés, de l'alimentaire à l'e-commerce en passant par l'optique, la bijouterie, le sport et des domaines transversaux comme la logistique, etc. Les lieux d'exercice sont tout aussi diversifiés, de la petite boutique indépendante au grand centre commercial, en passant par le magasin alimentaire de proximité ou l'hypermarché.

Vous avez la fibre commerciale ? Vous pouvez devenir acheteur, chef de rayon, hôte de caisse, opticien-lunetier, boucher, ou encore responsable e-commerce... Les professionnels du secteur ont un seul objectif : la satisfaction du client.

Tous ces métiers nécessitent de se former, même si beaucoup offrent la possibilité de se professionnaliser ensuite sur le terrain. Il existe une palette de diplômes spécifiques du CAP à bac+5, sans oublier la formation continue (certificat de qualification professionnelle, titre professionnel...).

Ce guide, réalisé en partenariat avec l'Observatoire prospectif du commerce et 14 branches professionnelles du commerce, est un outil de découverte pour les jeunes et leurs familles ainsi qu'un support pour les équipes éducatives. Il doit favoriser la connaissance et l'approche du secteur du commerce et de la vente. De manière concrète, il s'appuie sur la réalité du terrain et s'inscrit dans le cadre du parcours Avenir qui accompagne les élèves, au collège et au lycée, dans leur exploration du monde professionnel. Il permet aussi aux adultes de se réorienter vers un secteur en forte croissance.

*Frédérique Alexandre-Bailly,
Directrice générale de l'Onisep*

*Fanny Coste,
Responsable de l'Observatoire
prospectif du commerce*



SECTEUR

L'EMPLOI EN 11 POINTS p. 2

PORTRAITS DE PROS

DÉVELOPPEMENT PRODUITS ET ACHATS p. 6

ORGANISATION DES VENTES p. 8

COMMERCIALISATION DU PRODUIT p. 12

E-COMMERCE p. 22

LOGISTIQUE p. 25

FORMATIONS

À CHACUN ET CHACUNE SON PARCOURS p. 26

LES DIPLÔMES DU SECTEUR p. 28

QUESTIONS/RÉPONSES p. 30

QUIZ

MON TOP 3 DES MÉTIERS p. 32



Office national d'information sur les enseignements et les professions, établissement public sous tutelle du ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation • Publication de l'Onisep : © Onisep avril 2022, avec la collaboration de l'Observatoire prospectif du commerce • Directrice de la publication : Frédérique Alexandre-Bailly • Directrice de l'offre de services et de la relation à l'usager : Isabelle Dussoviet • Responsable éditoriale : Christine Courtois • Assistante éditoriale : Roxane Paré • Rédactrice en chef : Séverine Maestri • Rédactrice : Agnès Morel • Secrétaire de rédaction : Lydie Théophin • Correctrice : Pauline Couillet • Administratrice technique éditoriale : Saliha Hamzic • Documentaliste : Valérie Leggio • Direction artistique : Bruno Delobelle • Maquette : Cyril Lauret • Mise en pages et illustration : Évelyne Delzescaux, Isabelle Sénéchal • Iconographe : Brigitte Gilles de la Londe • Photographe : Alain Potignon • Photo de couverture, copyright : © mariusFM77/Stock/Getty Images Plus • Responsable fabrication : Laurence Parlouer • Photogravure : Key Graphic (Paris) • Imprimeur : Duplilprint Mayenne - 733, rue Saint-Léonard 53100 Mayenne • Promotion, commercialisation et diffusion : VPC - 12, mail Barthélemy-Thimonnier, CS 10450 Lognes, 77437 Marne-la-Vallée Cedex 2 • Internet : onisep.fr/lalibrairie • Relations clients : service-clients@onisep.fr • Code de diffusion Onisep : 901623 • ISSN : 1772-2063 • ISBN papier : 978-2-273-01623-0 • ISBN numérique : 978-2-273-01626-1 • Le kiosque : Économie, Commerce, Gestion • Dépôt légal : avril 2022 • Reproduction, même partielle, interdite sans accord préalable de l'Onisep.



10-31-1316

L'EMPLOI EN 11 POINTS

Y a-t-il des débouchés pour les jeunes? À quels postes? Peut-on évoluer facilement? Et demain, comment s'exerceront les métiers? Des questions que vous vous posez sûrement sur les métiers du commerce et de la vente. Voici les réponses en 11 points.

DE QUOI PARLE-T-ON?

1 UNE VARIÉTÉ DE MÉTIERS

Le secteur rassemble près de 200 métiers: vendeur, hôte de caisse, employé commercial, chef de rayon, chef de produit... mais également des métiers transversaux comme ceux du Web ou de la logistique (data scientist, responsable expéditions...).

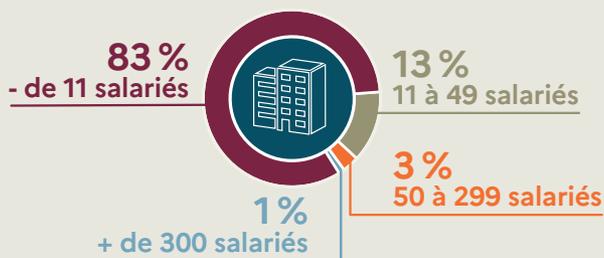
Plus de 50% des salariés du secteur sont employés commerciaux, vendeurs ou hôtes de caisse.

Source: L'Opcommerce, 2019.

3 DES LIEUX D'EXERCICE DIVERS

Si les quelque 90 000 entreprises comptent 1,7 million de salariés, la moitié des emplois se situent dans les grandes entreprises de plus de 300 salariés. À noter: les métiers ne s'exercent pas qu'en boutique, mais aussi dans un supermarché, un grand groupe, un magasin réservé aux professionnels... ou « hors magasin » (métiers de l'e-commerce, de la logistique, de l'import-export).

Répartition des entreprises par tailles

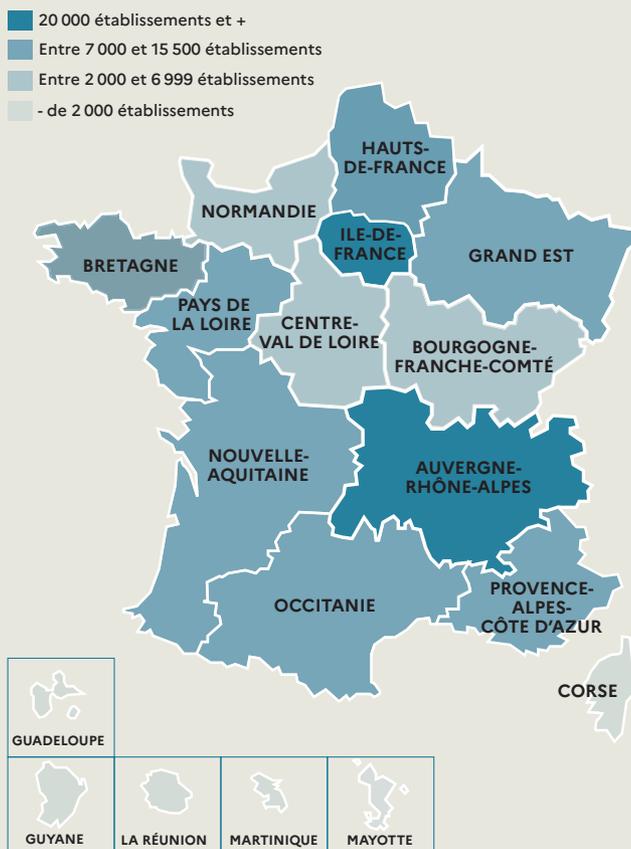


Source: L'Opcommerce, 2020.

2 UNE ACTIVITÉ SUR TOUT LE TERRITOIRE

Les employeurs se répartissent partout en France, même dans les zones les moins densément peuplées. Un atout dans la mesure où le commerce est souvent une porte d'entrée sur le marché du travail: 1 jeune sur 4 commence à travailler dans ce secteur! On peut véritablement parler « d'emplois de proximité ».

Nombre d'établissements par régions



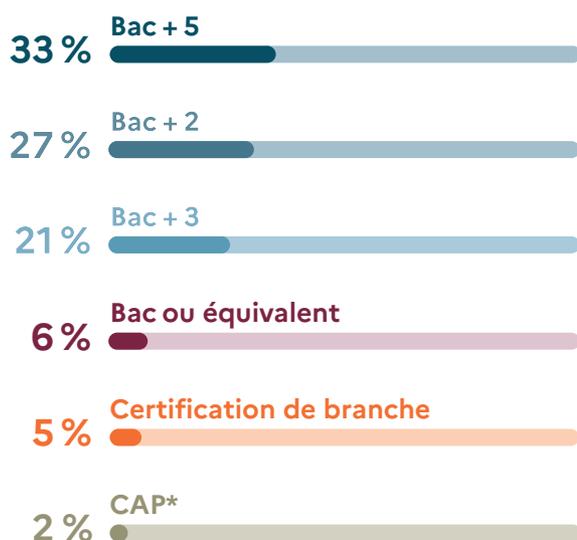
Source: www.lexplorateurducommerce.com, 2022.

QUELS DÉBOUCHÉS POUR LES JEUNES ?

4 L'ALTERNANCE COMME PORTE D'ENTRÉE

7 entreprises sur 10 ont accueilli un alternant ou une alternante au cours des 4 dernières années. L'alternance représente un bon levier d'insertion : les entreprises y trouvent un moyen de recruter de futurs salariés pour les métiers en tension.

Niveau de formation visé par les alternants



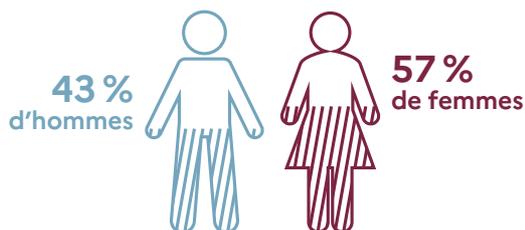
* Certificat d'aptitude professionnelle.

Source : *L'alternance dans les branches du commerce*, Observatoire prospectif du commerce, 2021.

6 DES PLACES À PRENDRE POUR LES FEMMES

Les femmes sont majoritaires dans ce secteur et occupent, de plus en plus, des postes à responsabilités.

Des professions mixtes

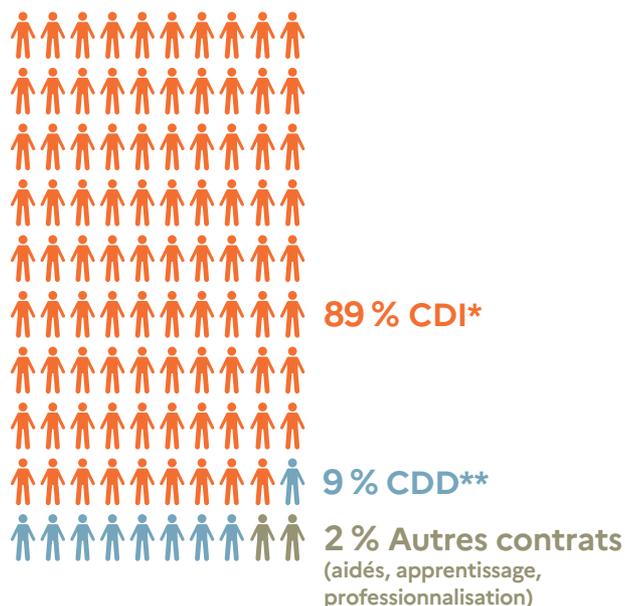


Source : www.lexplorateurducommerce.com, 2022.

5 DES EMPLOIS STABLES

Le secteur fidélise ses salariés, en les recrutant majoritairement en CDI (contrat à durée indéterminée).

Les contrats proposés



* Contrats à durée indéterminée.

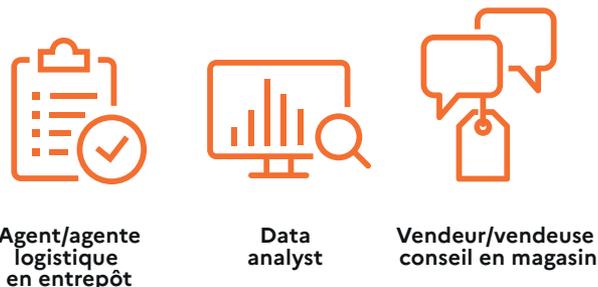
** Contrats à durée déterminée.

Source : www.lexplorateurducommerce.com, 2022.

7 DES MÉTIERS EN TENSION

48 % des employeurs rencontrent des difficultés à recruter certains profils du commerce et de la vente (vendeur, employé commercial), des métiers de bouche (boucher, poissonnier, etc.), mais aussi pour des fonctions support (acheteur supply chain, agent logistique, data analyst, préparateur de commandes, etc.). Citons également un manque de cuisinistes et d'opticiens.

Les métiers les plus recherchés



Source : www.lexplorateurducommerce.com, 2022.

COMMENT FAIRE CARRIÈRE ?

8 ÉVOLUER, C'EST POSSIBLE

« Grâce à la formation continue, je suis devenue bouchère. »



p.20

MATHILDE,
29 ANS
Bouchère

« J'ai passé un bac professionnel en cuisine, avant de travailler en tant que saisonnière pendant 6 ans. »

« Lorsque j'ai voulu évoluer, un ami chef boucher chez Cora m'a permis d'entrer au rayon charcuterie, puis boulangerie et enfin boucherie. »

« Ce qui m'a tout de suite plu, c'est que l'on m'a proposé à la fois de signer un CDI* et de préparer un CQP** boucher. J'ai ainsi appris un métier et enrichi mon CV. »

* Contrat à durée indéterminée.

** Certificat de qualification professionnelle.

9 LES ATOUTS DE LA FORMATION CONTINUE

La formation continue, proposée tout au long de la vie, permet aux salariés de monter en compétences ou d'en acquérir de nouvelles. C'est un moyen pour les employeurs de professionnaliser les salariés, de renforcer l'employabilité et de fidéliser les collaborateurs. Plusieurs possibilités existent : CQP/I (certificat de qualification professionnelle/interbranches), MC (mention complémentaire), TP (titre professionnel), etc.

47 CQP et **5** CQPI sont proposés par les branches professionnelles du commerce.

Source : L'Opcommerce, 2020.

ET LES MÉTIERS DEMAIN ?

10 TRANSITION NUMÉRIQUE ET NOUVEAUX SERVICES

Big data, réseaux sociaux, objets connectés... ont bouleversé l'organisation du travail dans les métiers du commerce, qu'il s'agisse de la production (grâce à la robotisation, par exemple), du conditionnement (avec la numérisation des lignes de production), de la logistique (de plus en plus connectée), mais aussi de la relation client (*marketplaces*, digitalisation des points de vente...). Les points de vente deviennent des lieux d'expérience et de plaisir : le secteur propose de nouveaux services (*drive, click and collect...*), des parcours sur mesure (*personal shopper, coaching...*) ou le fait maison avec des ateliers DIY (*do it yourself*), etc.

1 consommateur **sur 2** est omnicanal* pour les courses du quotidien.

* Qui fait ses courses à la fois en magasin et en e-commerce.

Source : *Le consommateur omnicanal en grande distribution*, enquête Harris Interactive et Budgetbox, 2020.

11 DES EXIGENCES SOCIÉTALES ET ENVIRONNEMENTALES

Traçabilité des produits, shopping collaboratif, marché de seconde main... pour limiter le gaspillage et protéger l'environnement, les entreprises du commerce et de la vente favorisent l'économie circulaire, les circuits courts, les produits bio ou en vrac. Résultat : la filière recherche de nouvelles compétences (connaître les différents labels, sourcer les produits locaux, valoriser les invendus...) et fait émerger, dans les plus grandes structures, de nouveaux métiers (responsable économie circulaire, opérateur de tri, maître composteur, concepteur d'espaces de vente de seconde main...).

Les métiers les plus concernés par la transition écologique



Source : *Le commerce au défi de la transition écologique*, Observatoire prospectif du commerce, 2021.

PORTRAITS DE PROS

DÉVELOPPEMENT PRODUITS ET ACHATS



Category manager

p.6



Styliste

p.7

ORGANISATION DES VENTES



Cheffe de rayon
grande distribution
spécialisée

p.8



Department
manager

p.9



Directrice
de magasin spécialisé

p.10



Visual
merchandiser

p.11

COMMERCIALISATION DU PRODUIT



Responsable
commercial

p.12



Conseillère de vente
en horlogerie-
bijouterie

p.13



Opticien-lunetier

p.14



Vendeuse technique
rayon montage

p.15



Installateur-poseur
de cuisines

p.16



Chef d'entreprise

p.17



Employée
libre-service

p.18



Hôte de caisse

p.19



Bouchère

p.20



Manager
de rayon poisson

p.21

E-COMMERCE



Responsable
e-merchandising

p.22



Data analyst

p.23



Chargée
de clientèle
e-commerce

p.24

LOGISTIQUE



Responsable
expéditions

p.25



**SÉBASTIEN BELLANGER, 31 ANS
CATEGORY MANAGER,
SIÈGE DE SPORT 2000, À ÉGLY (91)**

MON PARCOURS

Fils de pâtisseries-chocolatiers, j'ai choisi, après un bac général, de découvrir tout l'éventail des métiers du commerce en DUT* TC (techniques de commercialisation). Happé par le marketing, j'ai intégré une école supérieure de commerce, Skema Business School, et effectué mon stage de fin d'études chez Nike.

Une fois embauché, j'ai formé les distributeurs aux produits de la marque pendant 2 ans, avant d'entrer comme category manager chez Sport 2000.

* Devenu une certification intermédiaire du BUT.

C'est auprès des fournisseurs que Sébastien choisit les équipements et textiles que les équipes des magasins pourront commander, mettre en rayon et conseiller à leurs clients. Pour cela, il doit prendre en compte l'agenda sportif et les tendances à venir.

Ma mission consiste à préparer les achats des 550 magasins du réseau, en sélectionnant les produits qui pourront être commandés et mis en rayon l'année suivante. Cela demande d'avoir en tête le calendrier sportif à venir : en prévision du Championnat d'Europe de football 2020, nous avions étoffé l'offre de maillots de supporters. Je m'occupe des sports collectifs (foot, hand, basket, volley, etc.), des sports de raquette et de la musculation. Chaque saison commence par des rendez-vous avec les plus gros fournisseurs (près d'une vingtaine), pendant

lesquels les marques présentent leurs nouveautés, dont les caractéristiques sont détaillées dans une documentation. C'est l'occasion de voir et de manipuler les produits. En basket, par exemple, je vais prendre 4 ou 5 ballons dans des gammes différentes. Outre la version officielle, le ballon de la NBA peut se décliner dans un matériau d'entrée de gamme pour les joueurs occasionnels ! Nos choix sont consignés dans un « plan de collection » et j'entame la négociation : demande des meilleures conditions commerciales pour nos magasins, de remises supplémentaires sur le prix d'achat, etc. Ces collections seront mises en avant en interne, via un salon professionnel, permettant de manier les produits et de se tenir au courant des tendances, comme les collections *made in France*, en matière durable et écologique, et un visuel « rétro », avec le retour de marques des années 1990 type Sergio Tacchini ou Fila qui se profilaient pour 2022. ■

FICHE MÉTIER

ACHETEUR/ACHETEUSE

Formation : BUT TC (techniques de commercialisation), licence économie ou gestion, LP commerce et distribution ou bachelor d'école de commerce ; diplôme d'école supérieure de commerce spécialisé en marketing, master management avec un parcours orienté vers le commerce et la distribution ou master marketing, vente.

Qualités : aisance relationnelle, anticipation, goût de la négociation.

Salaires débutant : environ 2000 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**MARC OSSEBAT, 52 ANS
STYLISTE,
SIÈGE DU GROUPE PRINTEMPS, À PARIS (75)**

Marc est chargé des collections de prêt-à-porter pour femme. Pilotage d'équipe, veille concurrentielle, création des modèles et validation des prototypes: sa mission est de dénicher les tendances qui serviront à l'élaboration des collections.

Sous la responsabilité d'une directrice artistique, je manage une équipe d'une dizaine de stylistes, qui créent les collections à venir. Pour cela, ils s'inspirent de toutes les influences: défilés de mode (*fashion week* aux quatre coins du monde), cinéma, architecture, voire tendances observées dans la rue... La mission du styliste est d'effectuer une veille constante afin d'être le premier à repérer ce qui pourrait plaire à la saison suivante. Toutes ses idées vont alimenter un « dossier de style », qu'il confie aux acheteurs du Printemps, pour que ces derniers puissent choisir leurs pièces chez les marques que nous diffusons. Si les dossiers mentionnent que la mode va être à la jupe trapèze et à la couleur bleue, par exemple, les acheteurs chercheront en priorité ces articles. En parallèle, je travaille à la création de la marque Printemps dans le prêt-à-porter et les maillots de bain, à destination des femmes de

25 à 50 ans. Je conçois les modèles, je rédige les fiches techniques, puis je les envoie à nos fabricants (au Portugal, en Italie, en Grèce), qui nous retournent ensuite des prototypes de vêtements. Parfois même, je me déplace dans les usines de nos fabricants pour discuter et ajuster les prototypes avant de lancer la fabrication en série: cela fait gagner du temps. Reste ensuite à former les équipes de vente aux nouvelles collections, puis à les présenter, en privé, à nos meilleures clientes. Un contact précieux, car nous devons être à leur écoute. ■

FICHE MÉTIER

STYLISTE

Formation: DNA option design, DN MADE mention mode, LP métiers de la mode, LP en textiles innovants, bachelor design de mode ou stylisme-modélisme, pour accéder à des postes d'assistant; diplôme d'école de mode ou d'art et de design, DSAA design mention mode ou DNSEP option design pour devenir styliste. **Qualités:** adaptabilité, créativité, rigueur. **Salaire débutant:** environ 1800 € brut/mois (hors primes).

MON PARCOURS

Enfant, j'avais déjà le goût de la mode. Après un bac général et une prépa en arts appliqués, j'ai obtenu un BTS design de mode*, avant d'être embauché, à la suite de mon stage de fin d'études, comme styliste chez Yves Saint-Laurent. En 1992, je suis entré au Printemps, toujours comme styliste, et je suis aujourd'hui responsable d'une équipe.

* Remplacé par le DN MADE mention mode.



Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**MÉLANIE GILL, 21 ANS
CHEFFE DE RAYON GRANDE DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE,
CASTORAMA, À VANDŒUVRE-LÈS-NANCY (54)**

MON PARCOURS

Après un bac général et une 1^{re} année de prépa économique et commerciale, j'ai opté pour un BTS commercial, que j'ai effectué en alternance chez Castorama comme conseillère de vente. J'ai poursuivi avec un bachelors responsable de développement commercial à l'école Pigier, toujours en alternance chez Castorama, mais en tant que cheffe de rayon. Aujourd'hui, je suis un MBA* manager d'affaires, toujours à l'école Pigier et en alternance chez Castorama, avec l'espoir de travailler au siège.

* Master of Business Administration.

En 2 ans seulement, Mélanie a gravi les échelons jusqu'à devenir cheffe du rayon sanitaires chez Castorama. Entre vente, conseil et management, elle a déjà, à 21 ans, une équipe de trois personnes sous sa responsabilité.

Lorsque je suis entrée chez Castorama, je m'occupais des revêtements de sol. Grâce à des formations internes, j'ai vite appris à découper et poser du carrelage, afin de bien cerner les problématiques des clients! Cela m'a donné confiance en moi et permis de m'imposer face à une clientèle masculine, qui ne me prenait pas toujours au sérieux. Aujourd'hui, je travaille au rayon sanitaires et je manage trois personnes, en binôme avec mon collègue. Avant l'ouverture du magasin, nous faisons

rapidement le point avec l'équipe pour répartir les tâches: monter un meuble, changer une gamme de produits, résoudre un litige client... À moi aussi de gérer la préparation des opérations commerciales à venir. Si des promotions sont prévues dans mon rayon, je dois faire une commande auprès des fournisseurs, suffisamment tôt pour avoir assez de stock le jour J. En dehors de ces événements, j'interviens peu sur le logiciel de commande, car il y a des arrivages tous les matins, qui sont directement mis en rayon par le service logistique du magasin. Je passe surtout du temps dans le rayon, à ranger (*facing**) ou à conseiller les clients. Ce que je préfère? Mettre en valeur les produits et donner des conseils de décoration aux clients. ■

* Le *facing* est une technique de *merchandising* (mise en valeur des produits) souvent utilisée dans la grande distribution. Elle désigne les produits directement visibles par le consommateur sur les linéaires d'un rayon.

FICHE MÉTIER

CHEF/CHEFFE DE RAYON

Formation: BTS MCO (management commercial opérationnel), BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client); BUT TC (techniques de commercialisation), LP commerce et distribution, bachelors d'école de commerce; diplôme d'école supérieure de commerce; TP manager d'unité marchande. **Qualités:** autonomie, polyvalence, sens des responsabilités. **Salaires débutant:** environ 1850 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**OUALID BOUR, 34 ANS
DEPARTMENT MANAGER,
PRIMARK, AU CENTRE COMMERCIAL CRÉTEIL SOLEIL (94)**

Responsable de 25 personnes dans un magasin de vêtements, Oualid est très présent sur le terrain. S'il gère un important volet commercial, il est aussi très investi dans son rôle de manager et accompagne son équipe dans la montée en compétences.

Je m'occupe du département lingerie, pyjama et sous-vêtements pour femme et encadre une équipe de 25 vendeurs, qui se relaient pour couvrir la totalité des horaires d'ouverture. Ma journée débute par la vérification des livraisons du jour. Je m'assure que les cartons ont bien été déballés et mis en rayon par l'équipe dédiée. Puis, juste avant l'ouverture du magasin, à 10h, une rapide réunion permet de faire le point sur l'actualité du magasin (soldes, inventaire à venir, etc.). Je vérifie ensuite que toutes les personnes sont bien à leur poste, que ce soit en rayon, en caisse ou en cabine, avant de m'installer dans mon bureau pour passer les commandes, grâce à mon logiciel de gestion des stocks, qui comptabilise les entrées et les sorties en temps réel. Mais, en cas de doute, je peux contrôler que j'ai la bonne quantité d'articles, car il peut parfois y avoir des erreurs de livraison ou des vols. Après

le déjeuner, moment d'affluence dans le magasin, je reviens travailler aux côtés de mon équipe, pour aider en rayon, accueillir les clients, résoudre un litige en caisse, etc. Je passe 80 % de mon temps sur le terrain. J'alterne entre l'aspect commercial (avoir le bon produit au bon endroit, vérifier les réassorts, mettre en avant des produits qui se vendent moins...), et le management d'une équipe, constituée de gens tous différents, dont il faut développer les compétences. Chaque jour est un nouveau défi et c'est très motivant! ■

MON PARCOURS

Petit, on disait de moi que j'avais la « tchatche » et j'ai toujours voulu travailler dans la vente. Cela m'a conduit à obtenir un bac professionnel en commerce. Après deux stages chez Gap, l'entreprise m'a embauché en CDD*, puis en CDI**. Le mois suivant, je devenais « premier vendeur » et on m'a rapidement proposé le poste de responsable de rayon. Je suis resté 8 ans chez Gap avant d'intégrer Primark, comme manager junior, et de gravir les échelons jusqu'à mon poste actuel.

* Contrat à durée déterminée.

** Contrat à durée indéterminée.

FICHE MÉTIER

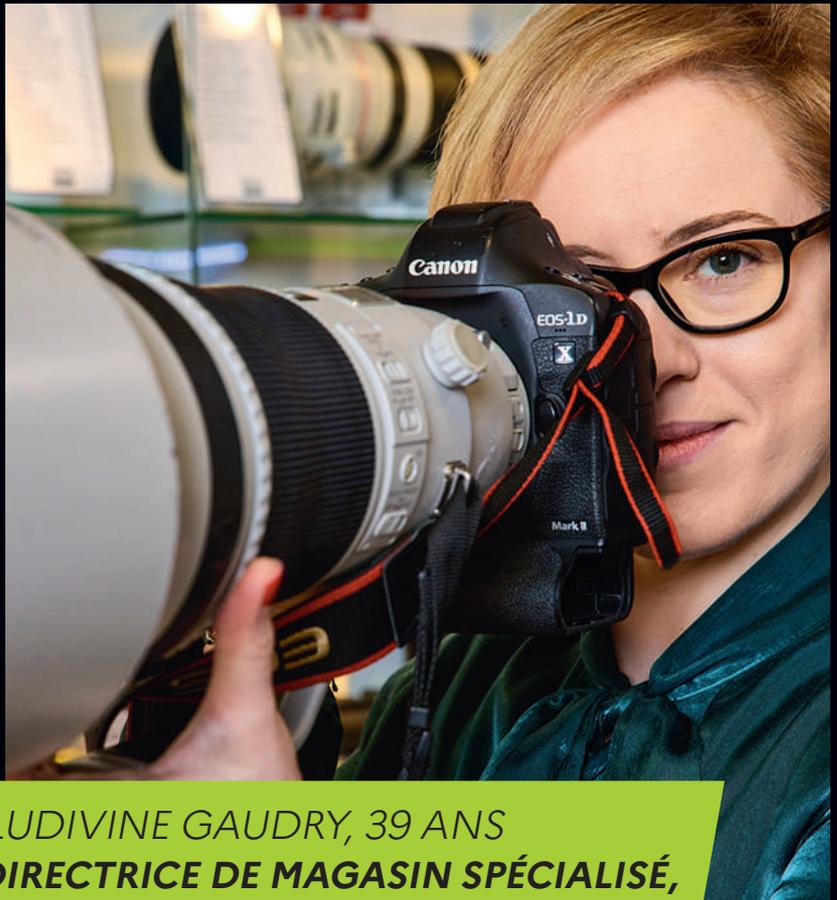
RESPONSABLE DE RAYON

Formation: BTS MCO (management commercial opérationnel), BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client); BUT TC (techniques de commercialisation), LP commerce et distribution, bachelor d'école de commerce; diplôme d'école supérieure de commerce; TP manager d'unité marchande. **Qualités:** esprit d'équipe, leadership, pédagogie. **Salaires débutants:** environ 2300 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Passionnée par l'image, j'ai passé un bac général orienté en cinéma-audiovisuel. Puis j'ai intégré pour 3 ans l'école MJM Graphic Design en section photographie et effectué la dernière année en alternance chez Images Photo Paris, avant d'y devenir vendeuse pendant 7 ans. J'ai ensuite travaillé 5 ans en agence de presse pour voir d'autres facettes du métier, jusqu'à ce que le propriétaire d'Images Photos Paris, avec lequel j'étais restée en contact, me propose de reprendre la direction du magasin.



LUDIVINE GAUDRY, 39 ANS
DIRECTRICE DE MAGASIN SPÉCIALISÉ,
IMAGES PHOTO PARIS (75)

À l'heure où la vente en ligne explose, Ludivine est heureuse d'offrir à ses clients un conseil personnalisé sur leurs achats en boutique. Elle manage une équipe, effectue les commandes de matériel et développe la visibilité du magasin sur les réseaux sociaux.

Au magasin, nous sommes 4 vendeurs, une apprentie et moi. Chez nous, se croisent aussi bien des amateurs que des professionnels, ces derniers représentant 80 % de nos clients. Nous proposons à la vente du matériel neuf ou d'occasion, mais également de la location. Nos compétences techniques pointues nous permettent de répondre à chaque demande le plus précisément possible. Je gère, pour ma part, les clients prestigieux (photographes de familles royales, photographes politiques, etc.), qui me font confiance depuis plusieurs

années, et je travaille également avec des agences de presse. Notre force est de proposer du sur-mesure. Par exemple, si un photographe m'appelle lorsque son appareil tombe en panne en pleine séance de shooting et que j'ai le matériel, j'envoie immédiatement quelqu'un lui en apporter un nouveau. Je peux aussi faire livrer en urgence un appareil très spécifique à l'autre bout de la France à un photographe qui doit couvrir un événement et n'a pas trouvé le matériel adéquat sur place. En tant que directrice, je m'occupe du management, des plannings et de la montée en compétences de mes collègues pour les rendre autonomes. Je délègue beaucoup, car lorsque je ne suis pas là, je veux qu'ils puissent se débrouiller. Enfin, l'animation de nos différentes pages sur les réseaux sociaux est une part importante de notre travail. Pour renforcer la visibilité, il est indispensable aujourd'hui d'avoir un site Internet (marchand ou non) et surtout une page Instagram. ■

FICHE MÉTIER

DIRECTEUR/DIRECTRICE DE MAGASIN SPÉCIALISÉ

Formation: BTS MCO (management commercial opérationnel), BUT TC (techniques de commercialisation), LP commerce et distribution ou bachelor d'école de commerce, complétés par quelques années d'expérience; diplôme d'école supérieure de commerce, master management avec un parcours orienté vers le commerce et la distribution, master marketing, vente. **Qualités:** aisance relationnelle, autonomie, écoute. **Salaires débutants:** environ 2 800 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**AURÉLIE ROTH, 30 ANS
VISUAL MERCHANDISER,
GEOX, À PARIS (75)**



Aurélie sillonne la France des boutiques Geox! Sa mission : agencer la présentation des produits afin de mettre en avant certains modèles et d'accroître le chiffre d'affaires des magasins tout en s'assurant de la cohérence avec la stratégie de la maison mère.

Cette semaine, j'étais à Rambouillet, Metz, Montpellier et Toulouse. Bien que je sois basée en région parisienne, je me déplace dans toute la France. Mon métier consiste à améliorer constamment l'identité visuelle des 35 boutiques dont je m'occupe, afin de mettre en valeur les collections Geox. J'aide les équipes de vente à présenter au mieux les collections de chaussures, en réaménageant l'espace, les tables et les vitrines, et en mettant en avant certains coloris ou modèles de saison (les sandales en été, par exemple), tout en suivant les lignes directrices de la maison mère, qui se trouve en Italie. Toute la difficulté consiste d'ailleurs à adapter ces directives à chaque point de vente. En effet, chaque boutique a son propre agencement, chacune est implantée dans une région différente, avec des clientèles distinctes : un magasin de La Défense à Paris aura,

par exemple, une clientèle d'affaires, habillée pour aller travailler, tandis qu'une autre boutique située ailleurs accueillera une clientèle d'adolescents aux tenues plus décontractées. Pour optimiser la présentation des produits, j'analyse également, avec les directions de magasin, les résultats des ventes, article par article. Cela nous permet d'identifier les catégories à valoriser (mule tendance, sandale *casual*, etc.) et de réagir rapidement. Le but : vendre toujours plus. ■

MON PARCOURS

En terminale générale, j'avais déjà envie de travailler dans le marketing. C'est donc tout naturellement que j'ai intégré un DUT* TC (techniques de commercialisation). Par la suite, j'ai exercé comme vendeuse et découvert la profession de visual merchandiser. J'ai eu envie d'approfondir mes connaissances en suivant un bachelors en *merchandising*, à Supdemod Lyon. Zara m'a acceptée en stage, puis embauchée en CDI**. J'ai ensuite travaillé chez Uniqlo à Paris, avant de rejoindre Geox.

* Devenu une certification intermédiaire du BUT.

** Contrat à durée indéterminée.

FICHE MÉTIER

MARCHANDISEUR VISUEL/MARCHANDISEUSE VISUELLE

Formation : BTS MCO (management commercial opérationnel), diplôme de décorateur merchandiser; BUT TC (techniques de commercialisation), DN MADE mention espace, bachelors design-merchandising, bachelors visual merchandiser... **Qualités :** aisance relationnelle, créativité, organisation.
Salaire débutant : environ 2100 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**JULIEN GIRARD, 35 ANS
RESPONSABLE COMMERCIAL,
STIHL FRANCE, À TORCY (77)**

MON PARCOURS

Mon père étant commercial, je me suis tout naturellement orienté vers un bac professionnel dans la vente, puis un BTS MUC*. J'ai complété mon cursus avec une LP management des organisations et un diplôme de manager d'entreprise ou de centre de profit, de niveau bac+5, obtenu en école de management, l'Ifag, à Lyon. Une fois diplômé, j'ai trouvé un poste de chef de secteur chez un fournisseur d'équipements de bricolage, avant d'être embauché par Stihl.

* Devenu le BTS MCO (management commercial opérationnel).

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE COMMERCIAL/COMMERCIALE

Formation: BTS MCO (management commercial opérationnel), BUT TC (techniques de commercialisation) ou LP commerce et distribution, complétés par quelques années d'expérience; diplôme d'école supérieure de commerce, master économie, master management avec un parcours orienté vers le commerce et la distribution, master marketing, vente.

Qualités: adaptabilité, aisance relationnelle, goût de la négociation.

Salaires débutant: environ 2800 € brut/mois (hors primes).

Julien développe les ventes pour une entreprise qui conçoit, fabrique et distribue des outils pour les secteurs de la sylviculture, de l'agriculture, de l'aménagement paysager et du bâtiment. Il se rend dans les magasins spécialisés qui revendent ces équipements à des professionnels ou des particuliers.

Comme les autres responsables commerciaux, je m'occupe d'un secteur géographique. Le mien comprend les départements de Seine-et-Marne, de la Marne et des Ardennes. Tous les jours, je prends la route pour aller voir mes clients, des responsables d'une soixantaine de magasins spécialisés, qui revendent nos équipements de motoculture (tronçonneuses, débroussailleuses, taille-haies, tondeuses, tracteurs, etc.) à des professionnels du jardin (artisans, jardiniers des villes ou de

l'ONF*, etc.) ou à des particuliers. Notre marque est réputée pour la qualité de ses produits, cela facilite la relation avec mes clients. Mon rôle consiste à assurer les ventes afin d'atteindre les objectifs fixés et d'accompagner mes clients de l'achat jusqu'à la vente au consommateur final. Autre point important de ma mission : l'animation et le développement, en qualité et en nombre, de ma clientèle. Ainsi, je pilote et mets en place des actions pour dynamiser les points de vente. Je mène également les actions de communication. Dans ce métier, le relationnel est primordial, je visite donc très régulièrement les clients. Je leur propose, comme le ferait un animateur de réseau, un appui commercial, en organisant notamment des journées professionnelles, au cours desquelles je présente les nouveautés ou les équipements phares aux clients finaux. ■

* Office national des forêts.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**LAUREEN MARTINELLO, 23 ANS
CONSEILLÈRE DE VENTE EN HORLOGERIE-BIJOUTERIE,
HISTOIRE D'OR, À VAULX-EN-VELIN (69)**

À la fois conseillère de vente et responsable dans un magasin de bijoux, Laureen encadre trois vendeuses au quotidien. Elle assure aussi le suivi des chiffres de vente et veille à l'approvisionnement et à la bonne tenue de la boutique.



MON PARCOURS

Après la 2^{de}, j'ai arrêté le lycée et trouvé une place de vendeuse chez Histoire d'Or. Le contact avec les clients, la vente de bijoux... tout m'a plu. À la rentrée suivante, j'ai entrepris un bac pro métiers du commerce et de la vente, mais en alternance dans cette enseigne. Une fois diplômée, Histoire d'Or m'a proposé un CDI* et je suis devenue vendeuse confirmée 1 an plus tard. J'ai travaillé dans plusieurs autres boutiques du groupe, avant de devenir responsable de magasin.

* Contrat à durée indéterminée.

À la bijouterie, nous sommes quatre, les trois vendeuses et moi. La journée commence pour chacune d'entre nous par un rapide tour des présentoirs où sont disposés les bijoux : avant l'ouverture du magasin, il faut les redresser et faire les réassorts nécessaires. Nous réceptionnons les livraisons trois fois par semaine. Dès que nous vendons un bijou, celui-ci est, à nouveau, automatiquement commandé par un logiciel auprès de la centrale d'achats. Pour disposer les bijoux sur les présentoirs, nous suivons les conseils de *merchandising* (mise en valeur), envoyés par la maison mère d'Histoire d'Or. Les clients doivent retrouver le même univers dans toutes les boutiques de la chaîne (mobiliers, couleurs, manière de poser les bijoux...), jusque dans la tenue vestimentaire de l'équipe (vêtements et chaussures noirs). Ce qui me plaît dans mon métier, c'est le

produit lui-même, mais aussi la relation avec le client. Comme nous sommes implantés dans la galerie marchande d'un centre commercial, nous avons une clientèle d'habitues. En tant que responsable, j'assure également des fonctions de management auprès des vendeuses, je planifie les horaires de chacune, j'organise les sessions de formation... C'est moi qui suis également en contact avec le responsable de secteur, qui chapeaute plusieurs responsables de magasin, pour lui faire remonter les chiffres de ventes, le taux de satisfaction clients, etc. ■

FICHE MÉTIER

CONSEILLER/CONSEILLÈRE DE VENTE

Formation : bac pro métiers du commerce et de la vente; BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client), BTS MCO (management commercial opérationnel); BUT TC (techniques de commercialisation).

Qualités : écoute, goût de la négociation, polyvalence.

Salaires débutant : environ 1650 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Après un bac général, je me suis décidé un peu par hasard pour un BTS opticien-lunetier, qui me paraissait allier sciences et vente, et cela m'a bien plu. J'ai entrepris une LP en optométrie, pour acquérir des connaissances plus pointues dans les examens de la vue et les produits de correction optique, et effectué mon stage chez Lissac. J'ai souhaité poursuivre mon cursus avec un master en sciences de la vision, en alternance dans la même entreprise, qui m'a embauché à la fin de mes études.



MATHIEU JACQUET, 25 ANS
OPTICIEN-LUNETIER,
LISSAC, À PARIS (75)

Spécialisé en basse vision, Mathieu est toute la journée au contact de clients qui présentent une déficience visuelle. Grâce à son expertise, il les oriente vers les équipements les plus adaptés à leurs besoins afin d'améliorer leur confort quotidien.

Je travaille dans un magasin d'optique, qui propose plusieurs types d'équipement. Je suis rattaché à l'espace basse vision, qui accueille des personnes souffrant d'une dégradation importante de l'acuité visuelle ou d'une réduction du champ visuel, à cause d'un glaucome, d'une cataracte, d'une forte myopie ou d'une DMLA (dégénérescence maculaire liée à l'âge), par exemple. Je travaille sur rendez-vous et la majorité de ma clientèle est composée de personnes âgées; c'est un peu différent de la pratique classique des opticiens. En effet, mes clients me sont adressés par leur ophtalmologiste, qui a diagnostiqué

leur pathologie, afin de procéder à un bilan et de trouver une solution optique, un appareil ou tout autre type d'aide susceptible de répondre à un besoin que la fonction visuelle ne peut plus assurer. J'accueille d'abord le client pour effectuer un bilan basse vision (relevé d'acuité visuelle, examen de la vue, essai de filtres et d'équipements spécifiques...) et, à partir de l'ordonnance de son ophtalmologiste, je lui conseille les corrections correspondant à son déficit visuel. L'important est de bien comprendre ses attentes afin de lui proposer une solution sur mesure. La DMLA, par exemple, crée des sensations de flou, de taches et de déformation des lignes, qui altèrent la vision des détails, des couleurs et des visages. Je dois savoir si mon client a envie de retrouver le plaisir de lire un roman, s'il souhaite mieux décrypter les panneaux dans les transports, etc. ■

FICHE MÉTIER

OPTICIEN-LUNETIER/OPTICIENNE-LUNETIÈRE

Formation: BTS opticien-lunetier, obligatoire pour exercer; LP optique professionnelle. **Qualités:** aisance relationnelle, écoute, rigueur. **Salaires débutants:** environ 1700 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**NATACHA LENTZ, 35 ANS
VENDEUSE TECHNIQUE RAYON MONTAGNE,
SPORT 2000, À MONTBRISON (42)**

Polyvalente, Natacha a découvert l'univers de la vente dans un magasin de sport, où elle travaille aujourd'hui à l'espace montagne. Qu'il s'agisse de matériel d'escalade, de ski, de randonnée... les produits de montagne n'ont plus de secret pour elle!

Après avoir travaillé dans plusieurs rayons du magasin Sport 2000 de Montbrison, situé à quelques minutes des stations de ski de la région Auvergne-Rhône-Alpes et des sentiers menant à Saint-Jacques-de-Compostelle, je vends aujourd'hui du matériel de montagne (chaussures de randonnée, bâtons de marche, cartes, sacs à dos...). Du mardi au vendredi matin, mon collègue et moi recevons les livraisons, que nous déballons, étiquetons et mettons en rayon. Nous nous occupons des réassorts et passons nos commandes auprès de la centrale d'achats ou des fournisseurs. Le reste de la journée, nous sommes dans l'espace de vente pour renseigner les clients. L'enseigne pour laquelle je travaille s'adresse aux amateurs comme aux passionnés, et il faut satisfaire tout le monde. Je me suis formée sur le terrain et je vais bientôt suivre une formation technique de 5 jours sur le matériel de

ski, pour apprendre à reconnaître les différents types de ski, savoir les entretenir, etc. C'est indispensable pour pouvoir bien conseiller les clients, en prenant en compte leur pratique, leur niveau ainsi que leur morphologie. Plusieurs mois à l'avance, les commerciaux des marques viennent nous présenter les nouveautés à venir, qu'il s'agisse de textile ou de matériel. Et comme mon collègue et moi sommes très sportifs, lorsque nous recevons des nouveautés, nous les essayons : dans le sport, c'est important de connaître les produits qu'on vend! ■

MON PARCOURS

Après un bac technologique, je me suis orientée en BTS dans le but de travailler dans l'esthétique, mais je n'ai pas validé la 1^{re} année, car j'ai développé des allergies aux huiles essentielles. J'ai ensuite enchaîné les petits contrats dans la restauration, l'imprimerie, l'industrie... Il y a 4 ans, je suis entrée chez Sport 2000 comme hôtesse de caisse, et, 1 an plus tard, j'ai rejoint successivement les rayons du bain, de l'équitation, de la danse et du fitness femme avant d'intégrer l'espace montagne.

FICHE MÉTIER

VENDEUR/VENDEUSE TECHNIQUE

Formation: bac pro métiers du commerce et de la vente, complété par un BTS MCO (management commercial opérationnel), un BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client) ou un BUT TC (techniques de commercialisation); CQP conseiller commercial en formation.
Qualités: aisance relationnelle, écoute, sens de la négociation.
Salaire débutant: environ 1600 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**ANTOINE HEMPEL, 25 ANS
INSTALLATEUR-POSEUR DE CUISINES,
CUISINES HEMPEL, À LOUVIERS (27)**

MON PARCOURS

Au lycée, je ne savais pas trop quoi faire. Après un bac général, j'ai commencé une année de médecine, une année de licence SVT (sciences de la vie et de la Terre), puis une année de BTS en informatique, avant de m'apercevoir, en travaillant dans la restauration rapide le week-end, que j'aimais bien la vente. Mon père m'a proposé de rejoindre l'entreprise familiale, à condition de suivre une formation spécialisée. J'ai ainsi obtenu un CQP concepteur-vendeur de cuisines et aménagement intérieur, avant d'être embauché.

FICHE MÉTIER

INSTALLATEUR/INSTALLATRICE DE CUISINES

Formation : des certifications de niveau bac sont conseillées, comme le CQP concepteur-vendeur de cuisines et aménagement intérieur, le CQP installateur de cuisines et aménagement intérieur, la MC vendeur-conseil en produits techniques pour l'habitat, etc. **Qualités :** créativité, écoute, rigueur. **Salaires débutants :** environ 1700 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

Antoine a rejoint il y a peu l'entreprise familiale, où il participe avec son père à toutes les étapes de l'élaboration d'une cuisine, de l'accueil du client en boutique à la pose, en passant par la conception 3D et la commande du matériel.

Dans notre petite entreprise familiale, il y a mon père, le gérant, un commercial et moi. Du premier rendez-vous avec les clients à la pose de la cuisine, je touche un peu à tout. Notre clientèle est surtout composée de jeunes retraités, qui souhaitent rénover leur cuisine. Les clients qui ont des budgets plus serrés choisissent plutôt les grandes enseignes. Les futurs acheteurs peuvent arriver avec une idée prédéfinie ou non. Ce qui se vend le mieux en ce moment ? Les plans de travail en pierre ou en imitation bois, les façades blanches ou noires,

finition mat et sans poignées : en bref, tout ce qui est sobre et épuré. En revanche, les laques brillantes et les couleurs ont moins de succès. De plus en plus, la mode est aussi aux cuisines ouvertes, avec des îlots et des « retours bar ». À nous de donner des idées aux clients et de voir ce qui est possible en fonction de l'espace qui est le leur. Matériaux, couleurs, meubles, électroménager... tout peut être représenté : grâce à un logiciel 3D, nous pouvons proposer différentes simulations. Nous connaissons également les nouveautés grâce aux fournisseurs, qui viennent nous présenter leurs collections régulièrement. Une fois le devis accepté et le matériel reçu, c'est l'étape de la pose, au besoin en faisant appel à un menuisier supplémentaire : c'est assez physique, tout en étant très minutieux. Ce qui me plaît, c'est de suivre un projet de A à Z : on ne s'ennuie jamais ! ■



**GUILLAUME CAULLIER, 44 ANS
CHEF D'ENTREPRISE,
GROUPE CAULLIER, À DUNKERQUE ET LILLE (59)**

Réunions, analyses de résultats, études de marché... telles sont les activités de Guillaume, qui dirige un groupe de cinq magasins Cuisinella et Schmidt. Sa force: savoir s'entourer et déléguer à des collaborateurs, qu'il aide à monter en compétences.

Lorsque j'ai intégré Cuisinella en tant que responsable, je ne comptais pas mes heures. Puis je suis devenu directeur du magasin: je m'y rendais alors le samedi, jour de forte affluence, afin d'être aux côtés des six concepteurs-vendeurs chargés d'accueillir les clients et de leur proposer des cuisines. Aujourd'hui directeur de cinq établissements dans le groupe, je travaille toujours beaucoup, mais, si je passe toute la semaine sur le terrain, je délègue la partie managériale des magasins à des responsables et la partie administrative à des assistants. Savoir s'entourer et déléguer est primordial. Pour ma part, je me concentre essentiellement sur le développement du groupe. Pour ce faire, j'assiste à de nombreuses réunions, j'analyse les résultats, j'étudie également le marché afin de déterminer les meilleures stratégies pour continuer à rester performant. Je

porte une attention particulière à la qualité du service auprès de nos clients dans nos magasins. Ce que je préfère? Ce sont les ressources humaines, qui constituent, à mon sens, la véritable richesse de l'entreprise. Et ce que j'aime par-dessus tout, c'est accompagner mes collaborateurs vers la réussite, en les formant, en les poussant à monter en compétences et en les motivant. Être chef d'entreprise, c'est être le capitaine d'une équipe, et partager avec elle les mêmes ambitions: être les meilleurs, faire prospérer le groupe et respecter chaque personne. ■

FICHE MÉTIER

CHEF/CHEFFE D'ENTREPRISE

Formation: diplôme d'école supérieure de commerce. **Qualités:** leadership, pédagogie, sens des responsabilités. **Salaires débutants:** variable selon le chiffre d'affaires.

MON PARCOURS

J'ai opté pour l'univers de la cuisine un peu par hasard. Après un bac technologique du tertiaire et un BTS commercial, j'ai travaillé comme vendeur, avant de monter ma propre affaire. À sa fermeture, j'ai été embauché comme commercial chez Saint-Gobain, où j'ai gravi tous les échelons jusqu'au poste de responsable de site. Puis je suis entré comme responsable chez Cuisinella, à Dunkerque, et, grâce à un MBA* obtenu à l'Edhec Business School, j'ai pu prendre la direction du magasin, en franchise, en 2009. Aujourd'hui, je gère un groupe qui possède cinq établissements Cuisinella et Schmidt.

* Master of Business Administration.



Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Après un bac technologique et un BTS comptabilité et gestion des organisations*, j'ai trouvé un poste à mi-temps, au sein d'une société qui distribuait des jeux vidéo. Pour compléter mes revenus, je suis entrée chez Intermarché comme vendeuse au rayon charcuterie et fromage.

3 mois plus tard, je passais responsable du rayon coupe.

À la suite d'un licenciement, j'ai exercé le métier de prothésiste ongulaire, avant de retrouver un travail chez Leclerc, puis de rejoindre U Express.

* Devenu le BTS CG (comptabilité et gestion).



**MARIE-LAURE LEVESQUE, 40 ANS
EMPLOYÉE LIBRE-SERVICE,
U EXPRESS, À NANTES (44)**



Dans un supermarché de proximité, Marie-Laure travaille au rayon épicerie-DPH (droguerie-parfumerie-hygiène). Commandes, réception des livraisons, mise en rayon des produits, contact clientèle... les journées sont variées et cela lui plaît.

Au rayon épicerie-DPH du petit magasin de quartier dans lequel je travaille, on trouve des condiments, des conserves de viande et de légumes, des pâtes, du riz, de l'alimentation animale, des produits ménagers, d'entretien et d'hygiène... Les journées commencent tôt, afin de permettre, avant l'ouverture du magasin, la réception et la mise en rayon des produits: selon les saisons ou les périodes de fêtes (Pâques, Noël...), on peut recevoir jusqu'à 600 colis par semaine uniquement pour notre rayon. L'été, par exemple, on met dans le rayon

davantage d'huile, de marinade et de sauces pour les grillades. Dès que l'activité s'intensifie pendant ces périodes, des collègues d'autres rayons viennent nous aider. Il y a une très bonne ambiance dans l'équipe. Dans les petites structures, la bienveillance est très importante et cela se ressent également de la part de la clientèle: beaucoup de clients viennent nous dire bonjour et discuter de tout et de rien, qu'il s'agisse de croquettes pour chat ou de recettes au curry pour leurs petits-enfants. Cette proximité nous permet de suivre l'évolution de leurs goûts. Aujourd'hui, les consommateurs apprécient de plus en plus les produits bio ou véganes, ainsi que les spécialités étrangères: on fait beaucoup plus de cuisine du monde qu'autrefois. Lorsque je passe commande sur le logiciel, je fais évoluer l'assortiment de mon rayon en allant chercher des nouveautés. C'est un métier passionnant! ■

FICHE MÉTIER

EMPLOYÉ/EMPLOYÉE LIBRE-SERVICE

Formation: CAP équipier polyvalent du commerce; bac pro métiers du commerce et de la vente; CQP employé de commerce. **Qualités:** aisance relationnelle, polyvalence, rigueur. **Salaires débutants:** de 1700 à 1850 € brut/mois (hors 13^e mois et avantages).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



LUDOVIC DEHILLOTTE, 32 ANS
HÔTE DE CAISSE,
AUCHAN, À GRADIGNAN (33)

Si Ludovic est souvent chargé de tenir une caisse, la polyvalence est le maître mot de son métier. L'établissement propose un panel de services (relais colis, billetterie, *click and collect*, livraison...): il ne voit pas le temps passer!

Sans compter le directeur et les responsables, nous sommes une équipe de 30 employés, mais contrairement à un hypermarché, dans un supermarché, tout le monde est polyvalent: je ne fais pas que de l'encaissement. Tout dépend de l'affluence: le matin, je peux faire de la mise en rayon et du *facing**, mais, dès qu'il y a des clients dans le magasin, l'encaissement redevient la priorité. Par ailleurs, on ne travaille jamais plusieurs jours de suite à la même caisse! Dans le magasin, il y en a sept, réparties en plusieurs « îlots », et le « plan de caisse » (placement des différents hôtes) varie tous les jours. Ce qui me plaît, c'est le contact avec la clientèle. Dans un magasin de proximité, les gens discutent facilement et il est fréquent que certains choisissent toujours le même caissier, qu'ils connaissent et avec lequel ils ont davantage d'affinités! Outre l'encaissement, nous proposons aussi un

panel de services au quotidien: envoi et réception de colis, billetterie pour acheter des places de spectacle, *click and collect*, livraison à domicile. En caisse, les hôtes se chargent également des annonces au micro, ce qui demande de se coordonner s'il y a beaucoup de monde. Mais lorsqu'on débute, on apprend rapidement des méthodes pour gérer le stress et les imprévus, comme une panne de caisse ou un client mécontent. ■

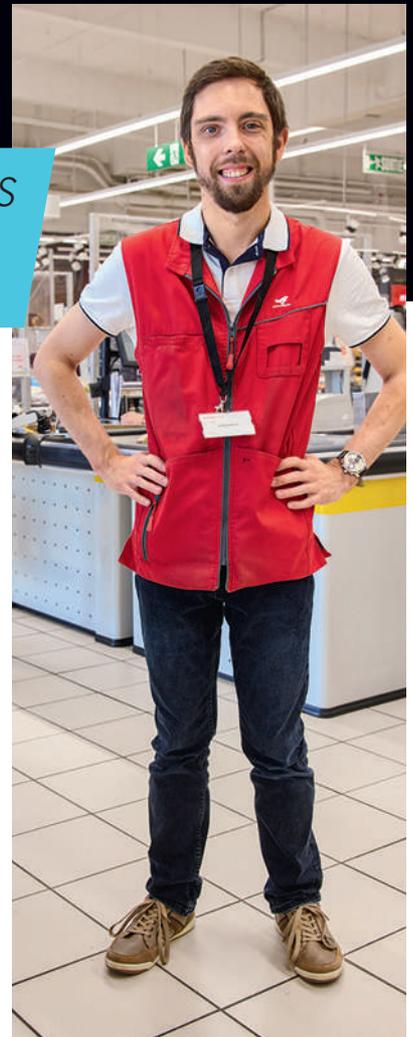
* Le *facing* est une technique de *merchandising* (mise en valeur des produits) souvent utilisée dans la grande distribution. Elle désigne les produits directement visibles par le consommateur sur les linéaires d'un rayon.

MON PARCOURS

Quand j'ai interrompu mes études professionnelles agricoles, j'étais un peu perdu. Pôle emploi m'a proposé une immersion professionnelle dans la grande distribution: après 6 semaines dans un magasin Carrefour, j'ai enchaîné plusieurs CDD* dans la grande distribution, ce qui m'a permis d'avoir une expérience à la fois en rayon et en caisse. J'ai alors décidé de passer, en alternance, un CAP dans la vente, tout en travaillant chez Auchan. J'y ai ensuite été embauché en CDI** comme hôte de caisse.

* Contrat à durée déterminée.

** Contrat à durée indéterminée.



FICHE MÉTIER

HÔTE/HÔTESSE DE CAISSE

Formation: CAP équipier polyvalent du commerce; CQP employé de commerce. **Qualités:** autonomie, esprit d'équipe, polyvalence.

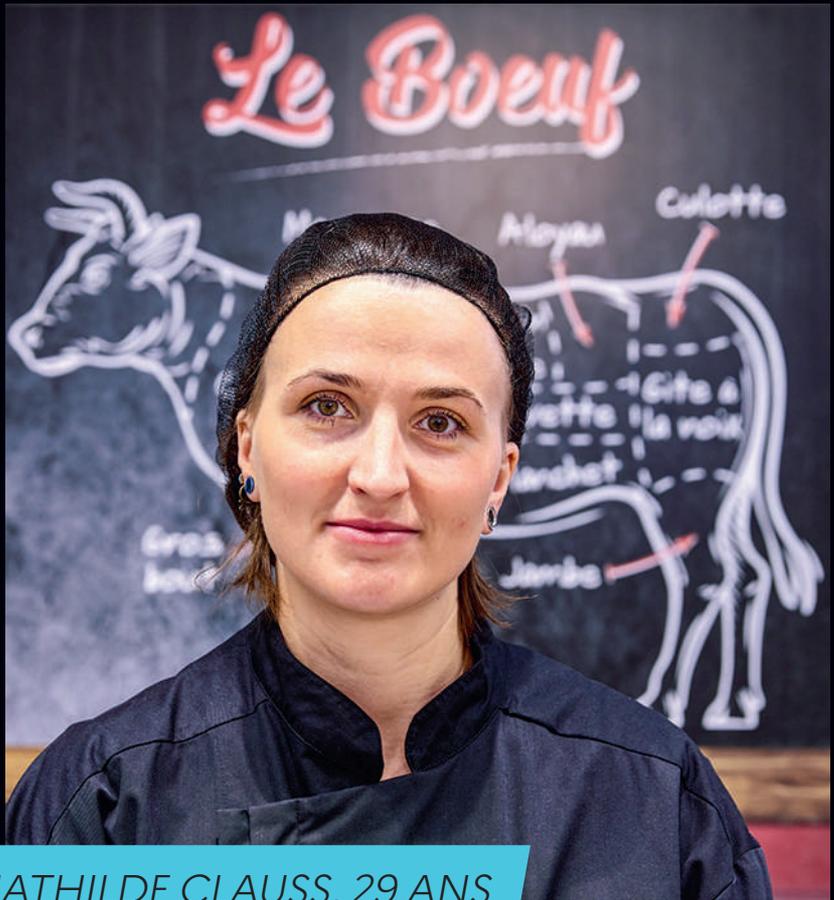
Salaire débutant: de 1700 à 1850 € brut/mois (hors 13^e mois et avantages).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

J'ai préparé un bac pro cuisine et, pendant 6 ans, j'ai travaillé en cuisine dans des restaurants comme saisonnière, à la montagne l'hiver et à la mer l'été. Puis un ami de la famille, chef boucher, m'a fait entrer chez Cora au rayon charcuterie, puis boulangerie. Je n'étais pas convaincue par la grande distribution, mais, il y a 4 ans, on m'a proposé une formation en alternance, un CQP boucher, avec à la clé un CDI* au rayon boucherie. Un vrai plus pour mon CV!

* Contrat à durée indéterminée.



**MATHILDE CLAUSS, 29 ANS
BOUCHÈRE,
CORA, À HAGUENAU (67)**

Au rayon boucherie d'un supermarché, les tâches quotidiennes de Mathilde sont variées: vente traditionnelle, découpe à l'atelier, composition de barquettes, emballage, réassort en magasin... sans oublier d'adapter l'offre à la demande, en fonction des saisons.

Ce qui me plaît, c'est la variété de mon travail, entre vente, découpe, emballage. La journée commence avant l'ouverture du magasin. Je m'occupe alors des étals de libre-service: il faut ranger les rayons en enlevant les produits proches de la date de péremption, qui seront démarqués ou réutilisés pour fabriquer de la viande pour animaux, puis faire le réassort en préparant, à l'atelier, de nouvelles barquettes de viande. Après l'affluence du week-end, les rayons sont généralement vides le lundi matin et c'est là qu'il y a

le plus de travail. Nos propositions de barquettes de viande en libre-service varient en fonction de la saison. Dès l'arrivée des beaux jours, on les compose avec beaucoup de saucisses et de brochettes, car les clients mangent plus volontiers des grillades! Volaille, porc, bœuf, agneau... on vend de tout et, comme dans une boucherie classique, les clients ont un large choix, avec des produits issus des élevages français (et souvent des environs). La découpe s'effectue principalement le matin, mais contrairement à ce qu'on pense, être boucher ne nécessite pas forcément beaucoup de force! On apprend plutôt à travailler la viande et à la désosser. Et puis les carcasses nous sont toujours livrées prédécoupées: on ne manipule pas de carcasses entières, mais des quarts de bœuf ou des demi-porcs, par exemple. ■

FICHE MÉTIER

BOUCHER/BOUCHÈRE

Formation: CAP boucher, éventuellement complété par une MC employé traiteur ou un BP boucher; bac pro boucher-charcutier-traiteur; BM boucher-charcutier-traiteur; CQP boucher. **Qualités:** dynamisme, minutie, rigueur. **Salaires débutant:** de 1800 à 2250 € brut/mois (hors 13^e mois et avantages).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**YASSIN SAIDI, 31 ANS,
MANAGER DE RAYON POISSON,
CARREFOUR, À PARIS (75)**



Yassin encadre l'équipe du rayon poisson d'un supermarché. Responsable de l'approvisionnement et du bon fonctionnement du rayon, ainsi que du chiffre d'affaires, il sert également les clients en cas d'affluence ou de sous-effectif. Ses atouts ? Une voix qui porte et de la bonne humeur.

Au rayon poisson d'un supermarché, j'encadre une équipe de 11 personnes et je donne volontiers des coups de main pour mettre les produits en place et servir les clients lorsqu'il manque un employé ou en cas d'affluence, le week-end ou lors des opérations spéciales, à Noël par exemple. Ma mission principale : garantir de bons résultats. Heureusement, notre chiffre d'affaires est bon et s'explique notamment par notre implantation dans les beaux quartiers parisiens (16^e arrondissement), une clientèle fidèle et aisée, et l'absence de poissonnier concurrent. Si nous proposons du homard, du turbot et du saint-pierre, nous vendons aussi du saumon, des crevettes, du cabillaud, etc. La gestion des commandes est l'aspect le plus délicat. Le poisson ne se conservant pas longtemps, il faut commander au plus juste, quitte à manquer : mieux vaut ne plus avoir de maquereau à la fin de la journée, quitte à décevoir un

client, que de devoir jeter une partie du stock. Avec mon adjoint, j'y consacre l'essentiel de mon temps, en utilisant un logiciel qui croise tous les critères : prix de saison, ventes des semaines passées, météo à venir, promotions prévues, planning des vendeurs, etc. C'est passionnant ! Côté management, la proximité avec mon équipe est importante. Ce métier demande d'être tout le temps sur le terrain, pour monter le rayon, réassortir le banc, surveiller l'état du poisson, sans négliger l'ambiance du magasin : la bonne humeur est indispensable et il faut savoir donner de la voix pour donner envie aux clients d'acheter ! ■

MON PARCOURS

J'ai été orienté vers un bac pro en électrotechnique, qui n'était pas fait pour moi. J'ai quand même poursuivi avec un BTS du même domaine, que j'ai interrompu pour vendre des fenêtres, en faisant du porte à porte. Quand l'entreprise a fermé, j'ai eu envie de continuer dans la vente et j'ai entamé un CQP dans la grande distribution, en alternance chez Carrefour au rayon poisson : une révélation ! 3 ans plus tard, mon ancien manager partait en Ile-de-France et m'a proposé de le rejoindre comme manager adjoint. Grâce à des formations internes, je suis devenu manager stagiaire et enfin manager de rayon.

FICHE MÉTIER

POISSONNIER/POISSONNIÈRE

Formation : CAP poissonnier-écailler ; bac pro poissonnier-écailler-traiteur ; CQP poissonnier ; CQP préparateur-vendeur en produits de la mer.

Qualités : aisance relationnelle, dynamisme, minutie. **Salaires débutants :** de 2 200 à 3 000 € brut/mois (hors 13^e mois et avantages) .

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**BÉRÉNICÉ MAITREPIERRE, 31 ANS
RESPONSABLE E-MERCHANDISING,
DAMART, À ROUBAIX (59)**

Bérénice contribue au bon fonctionnement du site Internet de l'enseigne. Organisation des pages Web, études du comportement des consommateurs, relances par mail... elle s'adapte aux techniques de vente qui évoluent.

MON PARCOURS

Après un bac général et une prépa littéraire, j'ai intégré une école supérieure de commerce, l'EM Lyon Business School, au sein de laquelle j'ai découvert le marketing. Mais ce sont les stages qui ont été décisifs: 6 mois à Shanghai, au service *business analysis* d'un site chinois de ventes privées, et 6 mois chez Amazon France, à Paris. Tout cela fut idéal pour me familiariser avec l'e-commerce! J'ai ensuite été embauchée comme responsable e-merchandising par Camaïeu, puis chez Damart.

Mon métier consiste, avec l'aide de toute l'équipe Web, à valoriser le catalogue des produits sur le site e-commerce de l'enseigne. Ce dernier doit être en accord avec les opérations mises en place dans les magasins: sorties d'une nouvelle collection, annonces des périodes de soldes, remises sur les produits concernés... Toutes ces informations permettent d'organiser l'opération: commander un visuel attractif au webdesigner, demander aux développeurs de l'intégrer, etc. À chaque fois, ce sont des moments de forte pression pour toute l'équipe, qui

suit attentivement le bon déroulement: le jour J, il faut vérifier que les bons prix se sont bien affichés, que les clients ont bien cliqué sur les pages de l'opération, que l'on a fait le chiffre d'affaires espéré, etc. Au-delà de l'opération, l'*e-merchandising* consiste à proposer le bon produit, au bon moment, à la bonne personne. Mais comment donner envie d'acheter des produits? d'aller plus loin que la *home page*? Aujourd'hui, on connaît de mieux en mieux le comportement des consommateurs, ce qui permet de leur proposer les articles les plus susceptibles de leur plaire personnellement. Les techniques se sont affinées, du *ranking* (ordre de présentation des produits sur le site visant à proposer les plus pertinents en haut de page) au *cross-selling* (ventes complémentaires), sans oublier la relance par mail en cas d'abandon de panier. Souvent, un petit coup de pouce permet de déclencher l'acte d'achat! ■

FICHE MÉTIER

E-MERCHANDISER

Formation: BTS MCO (management commercial opérationnel) complété par une LP e-commerce et marketing numérique, BUT TC (techniques de commercialisation), bachelor design-merchandising; diplôme d'école supérieure de commerce, master marketing, vente.
Qualités: esprit d'équipe, goût du challenge, organisation.
Salaire débutant: environ 2450 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**EMMANUEL AKAKÉ, 23 ANS
DATA ANALYST,
INGRAM MICRO, À LESQUIN (59)**

MON PARCOURS

J'ai passé un bac général, parce que j'aimais beaucoup les mathématiques. Je voulais devenir rapidement autonome, alors j'ai opté pour des études courtes: un DUT* STID (statistique et informatique décisionnelle), puis une LP métiers du décisionnel et de la statistique, en alternance, dans l'entreprise Ingram Micro, où j'avais déjà fait un stage et qui m'a embauché par la suite.

* Devenu une certification intermédiaire du BUT.



Le métier d'Emmanuel lui permet d'exercer sa passion: jongler avec les chiffres et analyser des données. S'il cherche à améliorer la gestion de la relation client au sein du service marketing, ses interventions sont également utiles aux autres services.

Au service marketing d'un gros-iste en informatique, lui-même intermédiaire entre plusieurs fournisseurs (Apple, Microsoft...) et revendeurs (Fnac Darty par exemple), je m'occupe de l'analyse de données. Si un chef de produit souhaite mettre en place une offre promotionnelle sur une marque précise d'ordinateur, d'imprimante ou d'antivirus, je fais une requête en appliquant plusieurs filtres, un peu comme sur un moteur de recherche. Cela me permet d'extraire la liste de nos clients revendeurs qui se sont déjà procuré ces produits dans une autre marque, afin de leur proposer de bénéficier de la promotion. On peut aussi me demander un inventaire des produits que nous avons en stock et qui se vendent mal. Ou encore, en vue d'organiser un repas professionnel, le service événementiel peut me solliciter pour cibler les invités, en répertoriant les clients selon plusieurs critères (implantation régionale, chiffre d'affaires précis, etc.). J'interviens à chaque campagne de

télémarketing: en dépouillant les résultats des appels effectués par l'équipe de télévendeurs, à la suite d'une promotion clients, par exemple. Je rends les résultats exploitables par le chef de produit. Enfin, je participe à améliorer le fonctionnement du CRM interne (outil de gestion de la relation client). Je travaille notamment sur la mise à jour du fichier clients, qui permet d'avoir sous les yeux, pendant un appel téléphonique, un maximum d'informations: coordonnées des contacts, chiffre d'affaires, commandes précédentes, etc. ■

FICHE MÉTIER

DATA ANALYST

Formation: BUT informatique, BUT STID (statistique et informatique décisionnelle), LP métiers du décisionnel et de la statistique ou licence mathématiques, complétés par un master mention informatique ou mention mathématiques appliquées, statistique (avec un parcours en science des données ou traitement des données pour l'aide à la décision), diplôme d'ingénieur spécialisé en statistique ou big data. **Qualités:** aisance relationnelle, curiosité, esprit d'analyse. **Salaires débutant:** environ 2300 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Après un bac STT (sciences et technologies tertiaires)*, j'ai suivi un BTS puis une LP en commerce international. J'ai ensuite trouvé un poste d'assistante de gestion à Paris, puis, de retour en province, j'ai été embauchée à Tours comme assistante commerciale pour WDK Groupe Partner. Progressivement, on m'a chargée de développer la partie e-commerce.

* Devenu le bac STMG (sciences et technologies du management et de la gestion).



**ANDRÉA SEVINGUÉ, 32 ANS
CHARGÉE DE CLIENTÈLE E-COMMERCE,
WDK GROUPE PARTNER, À TAUXIGNY (37)**

Dans une entreprise française de conception et de distribution de jouets, Andréa contribue à développer l'activité e-commerce, notamment à l'international. Autonome, la jeune femme est en constante recherche de nouveaux clients, ce qui aujourd'hui se fait autant sur des salons professionnels que sur Internet.

Je travaille pour un grossiste qui achète des jeux et des jouets auprès de fabricants, et les revend à des boutiques en ligne ou des magasins traditionnels (petites boutiques ou grandes et moyennes surfaces). Il y a 10 ans, à mon entrée dans l'entreprise en tant qu'assistante commerciale, il y avait seulement deux clients en ligne (Amazon et Cdiscount). À cette époque, nous leur achetions directement les produits, qu'ils revendaient ensuite à leurs clients. Aujourd'hui, nous avons plus d'une centaine d'e-clients! Il y a 3 ans, on

m'a confié davantage de responsabilités. Ma mission consiste à développer l'activité en ligne de l'entreprise, pour trouver de nouveaux clients qui vendent des jouets, notamment à l'international. Ces clients viennent spontanément vers nous en remplissant le formulaire de contact sur notre site, ou bien je les cherche sur Google, ou je me rends sur les salons du jouet, en France ou en Europe, pour les rencontrer. Je peux également repérer des influenceurs qui, sur leur chaîne YouTube, font la démonstration de jouets et nous les achetent pour les revendre à leurs abonnés. Ce qui me plaît, c'est de pouvoir prendre des initiatives. Je suis autonome dans mes décisions, tout en étant accompagnée de deux personnes pour la création et le référencement de produits. Un beau challenge au quotidien! ■

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE E-COMMERCE

Formation: diplôme d'école supérieure de commerce, master marketing, vente avec un parcours en e-commerce. **Qualités:** curiosité, goût du challenge, réactivité. **Salaires débutants:** environ 2100 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



**ANTHONY GONCALVES, 34 ANS
RESPONSABLE EXPÉDITIONS,
PAPETERIE CHARLEMAGNE FRANCE, À LA VALETTE-DU-VAR (83)**

Au service expéditions d'un grossiste en fourniture de bureau, Anthony a un objectif: que les chauffeurs-livreurs apportent le plus rapidement possible leurs commandes aux clients, tout en s'adaptant à l'ère numérique et aux enjeux écologiques.

Crayons, gommes, colles, cahiers, ramettes de papier... chaque été, avant la rentrée des classes, c'est le rush. Je suis responsable des expéditions pour la filière B to B de la papeterie Charlemagne France, un grossiste qui vend des fournitures scolaires aux collectivités locales pour leurs écoles, mais aussi des fournitures de bureau à des professionnels, comme des PME*. Je travaille sur une plateforme logistique où la marchandise est centralisée et préparée, avant d'être expédiée dans toute la région PACA**, via notre propre service de livraison, composé de 10 chauffeurs-livreurs. Chaque matin à 6 h, ils partent livrer les clients au volant de leur camion. Mon travail consiste à m'assurer que les tournées se déroulent bien, grâce à notre logiciel, qui regroupe les commandes livrables par secteur géographique. Chacun livre une trentaine de clients par jour et, au besoin,

nous faisons aussi appel à une plateforme et une société de transport extérieures. Ce qui me plaît dans ce métier, c'est le challenge quotidien, car il y a sans cesse des imprévus: une livraison en urgence, une erreur de pointage, un colis abîmé... Aucune journée ne ressemble à une autre! Et l'avenir s'annonce passionnant, car nous réfléchissons à numériser l'ensemble de la chaîne à l'aide de tablettes numériques, et au niveau écologique, à rationaliser davantage nos tournées. De véritables enjeux! ■

* Petites et moyennes entreprises.

** Provence-Alpes-Côte d'Azur.

MON PARCOURS

J'ai obtenu un BEP microtechniques* avant de m'engager dans l'armée à 18 ans. Après ma formation à l'École nationale des sous-officiers d'active de Saint-Maixent, j'ai servi 5 ans dans l'armée de terre. À la fin de mon contrat, j'ai enchaîné les CDD** : surveillant de baignade, agent de sécurité, agent immobilier... avant d'entrer à la papeterie Charlemagne, comme chauffeur-livreur, il y a 10 ans. 3 ans plus tard, on m'a proposé le poste de responsable adjoint des livraisons, puis, à la suite d'une réorganisation pour faire face à la croissance de l'activité, je suis devenu responsable des expéditions.

* Devenu une certification intermédiaire du bac pro microtechniques.

** Contrats à durée déterminée.

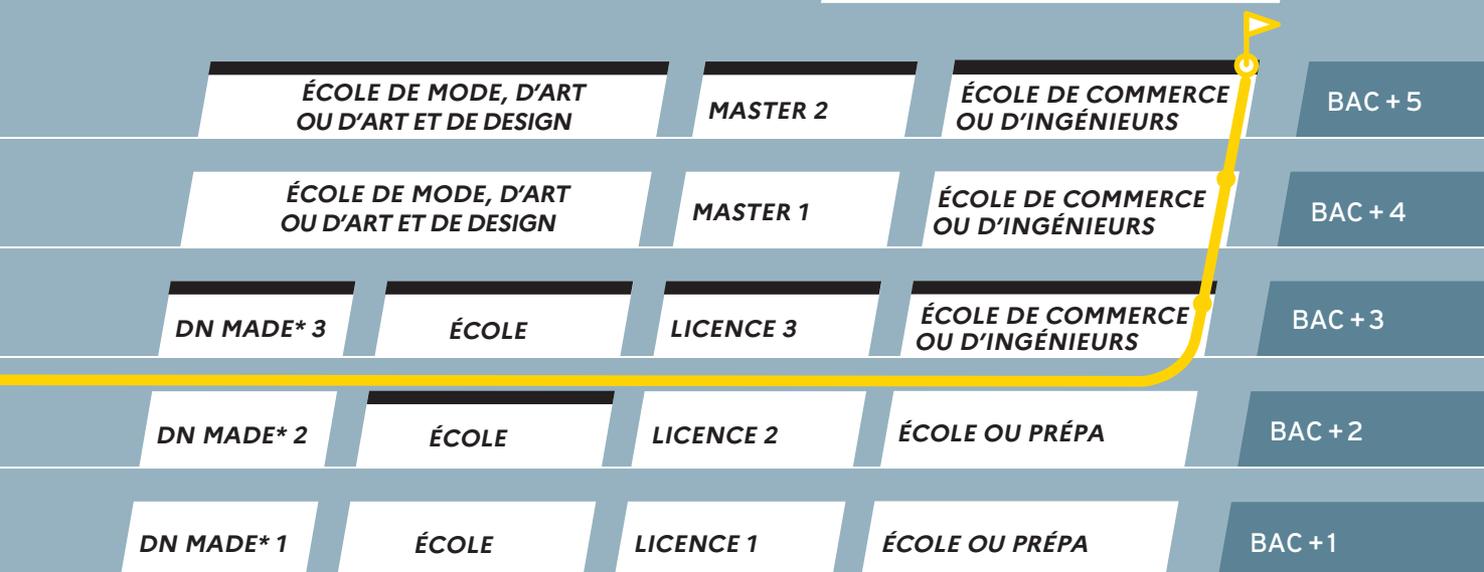
FICHE MÉTIER

RESPONSABLE EXPÉDITIONS

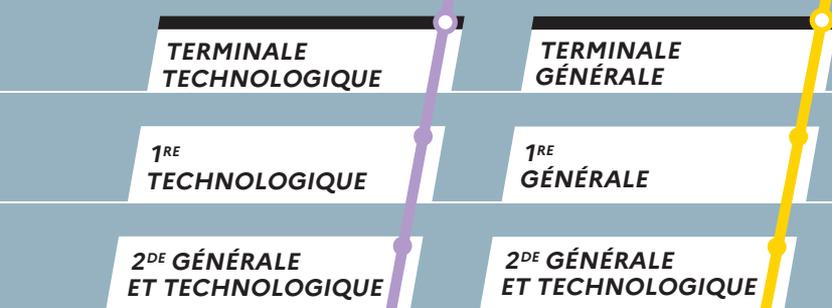
Formation: BTS GTLA (gestion des transports et logistique associée); BUT GLT (gestion logistique et transport); TP technicien en logistique d'entreposage; TP technicien supérieur en méthodes et exploitation logistique. **Qualités:** anticipation, réactivité, rigueur. **Salaires débutant:** environ 1600 € brut/mois (hors primes).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

POUR ALLER PLUS LOIN
www.onisep.fr
<https://walt-commerce.fr/>
www.lexplorateurducommerce.com



OU TECHNOLOGIQUE OU GÉNÉRAL



TROISIÈME



p. 24

Andréa, 32 ans

Après un bac technologique, Andréa intègre un BTS*, puis une LP* en commerce international. Recrutée comme assistante, elle a gravi les échelons et développe aujourd'hui l'activité e-commerce de l'entreprise.



p. 6

Sébastien, 31 ans

Diplômé d'un bac général, Sébastien s'oriente en DUT** TC (techniques de commercialisation). Attiré par le marketing, il obtient un diplôme d'école supérieure de commerce, pour travailler comme category manager.

LÉGENDE

* Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

** À la rentrée 2021, le DUT (diplôme universitaire de technologie) est devenu une certification intermédiaire du BUT (bachelor universitaire de technologie) de niveau bac + 3.

ANNÉE D'EXAMEN

FORMATION CONTINUE



Dernier diplôme obtenu ou en cours d'acquisition

LES DIPLÔMES DU SECTEUR

CAP*, bac pro, BTS*, BUT*, LP*, diplômes d'écoles de commerce ou d'ingénieurs... toutes les formations du secteur sont présentées ici. La plupart peuvent être suivies par la voie scolaire ou en apprentissage. Un focus nous renseigne également sur la formation continue.

CAP

Après la 3^e En 2 ans

En lycée professionnel ou en CFA*

Le CAP (certificat de qualification professionnelle) est le premier diplôme d'entrée dans le secteur. Apprentissage possible.

- CAP boucher
- CAP équipier polyvalent du commerce
- CAP poissonnier-écailler

BAC PROFESSIONNEL

Après la 3^e En 3 ans

En lycée professionnel ou en CFA*

Le bac professionnel débouche sur l'emploi ou sur une poursuite d'études. Apprentissage possible.

- Bac pro boucher-charcutier-traiteur
- Bac pro métiers du commerce et de la vente
- Bac pro poissonnier-écailler-traiteur

BP

Après un CAP* En 2 ans

En lycée professionnel ou en CFA*

De niveau bac, le BP (brevet professionnel) permet l'accès à l'emploi. Axé sur la maîtrise d'un métier, il se prépare, le plus souvent, en apprentissage.

- BP boucher

BM

Après un bac pro ou un BP* En 2 ans

En CFA*

Délivré par les chambres de métiers et de l'artisanat, le BM (brevet de maîtrise) permet de se perfectionner dans un métier ou de préparer à la reprise/création d'entreprise.

- BM boucher-charcutier-traiteur

BTS

Après un bac En 2 ans

En lycée, en école ou en CFA*

Le BTS (brevet de technicien supérieur) débouche sur l'emploi ou sur une poursuite d'études, en LP* ou en BUT*. Apprentissage possible.

- BTS GTLA (gestion des transports et logistique associée)
- BTS MCO (management commercial opérationnel)
- BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client)
- BTS opticien-lunetier

BUT

Après un bac En 3 ans

En IUT*

Le BUT (bachelor universitaire de technologie), dont le DUT* est une certification intermédiaire, débouche sur l'emploi ou sur une poursuite d'études. Apprentissage possible.

- BUT GLT (gestion logistique et transport)
- BUT informatique
- BUT STID (statistique et informatique décisionnelle)
- BUT TC (techniques de commercialisation)

DN MADE

Après un bac En 3 ans

En lycée, en école ou en CFA*

Le DN MADE (diplôme national des métiers d'art et du design) est un diplôme qui permet une spécialisation progressive. Il est assorti de 14 mentions et mène aux métiers du secteur de la mode et du *merchandising*.

- DN MADE mention espace
- DN MADE mention mode

LICENCE

Après un bac En 3 ans

À l'université

La licence appelle une poursuite d'études, en master ou en école.

- Licence économie
- Licence gestion
- Licence mathématiques

LP

Après un bac, un bac+1

ou un bac+2 En 1, 2 ou 3 ans

À l'université, en école, en lycée ou en CFA*

La LP (licence professionnelle) permet de se spécialiser. Elle débouche sur l'emploi ou sur une poursuite d'études. Apprentissage possible.

- LP commerce et distribution
- LP e-commerce et marketing numérique
- LP métiers de la mode
- LP métiers du décisionnel et de la statistique
- LP matériaux et structures: gestion, conception et industrialisation parcours conception et industrialisation de textiles innovants
- LP optique professionnelle

MASTER

Après un bac+3 En 2 ans

À l'université

Plusieurs masters permettent de travailler dans le secteur du commerce et de la vente.

- Master économie
- Master informatique
- Master management
- Master marketing, vente
- Master mathématiques appliquées, statistique

DIPLÔME D'ÉCOLE DE MODE, D'ART OU D'ART ET DE DESIGN

Après un bac En 2, 3 ou 5 ans

Après un bac+3 En 2 ans

En école

Des diplômes d'école peuvent être des tremplins pour exercer comme styliste ou visual merchandiser.

À bac+2

■ Diplôme de décorateur merchandiser

À bac+3

■ Bachelor design de mode

■ Bachelor design-merchandising

■ Bachelor stylisme-modélisme

■ Bachelor visual merchandiser

■ DNA* option design

À bac+5

■ Diplôme d'école de mode ou d'art et de design

■ DNSEP* option design

■ DSAA* design mention mode

DIPLÔME D'ÉCOLE DE COMMERCE

Après un bac En 3 ou 5 ans

Après un bac+2 En 3 ans

En école

■ ■ ■ ■ ■ À bac+3, les bachelors des écoles de commerce mènent à des postes de vendeur en magasin. Les diplômes d'école supérieure de commerce (à bac+5) permettent de devenir directeur de magasin, responsable commercial, responsable e-merchandising, responsable de rayon ou chef d'entreprise. Une spécialisation en marketing peut être utile pour exercer en tant que category manager.

DIPLÔME D'INGÉNIEUR

Après un bac En 5 ans

Après un bac+2 En 3 ans

En école

■ Plusieurs écoles d'ingénieurs proposent des spécialisations en statistique ou *big data*, parfaitement indiquées pour devenir data analyst.

EN FORMATION CONTINUE

CQP

Créés et délivrés par les branches professionnelles, les CQP (certificats de qualification professionnelle) répondent aux besoins des entreprises en formations qualifiantes alliant théorie et pratique sur le terrain. D'une durée de quelques jours à quelques mois, ils sont de différents niveaux et intègrent les évolutions du métier et les tendances du secteur. Ces formations peuvent porter sur le perfectionnement des gestes techniques, la connaissance d'un produit, etc.

Sans niveau

■ CQP boucher

■ CQP conseiller commercial en formation

■ CQP employé de commerce

■ CQP installateur de cuisine et aménagement intérieur

■ CQP poissonnier

■ CQP préparateur-vendeur en produits de la mer

Niveau bac

■ CQP concepteur-vendeur de cuisines et aménagement intérieur

MC

Les MC (mentions complémentaires) permettent d'ajouter à la qualification de départ une spécialisation supplémentaire. Il en existe de différents niveaux. Elles sont souvent dispensées en apprentissage en 1 an.

■ MC employé traiteur (niveau CAP*)

■ MC vendeur-conseil en produits techniques pour l'habitat (niveau bac)

TP

De niveau CAP* à bac+2, les TP (titres professionnels), accessibles aux femmes et aux hommes du secteur, sanctionnent l'acquisition de compétences et de connaissances dans des activités professionnelles qualifiées et sont délivrés par le ministère du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion.

■ TP manager d'unité marchande (niveau bac+2)

■ TP technicien en logistique d'entreposage (niveau bac)

■ TP technicien supérieur en méthodes et exploitation logistique (bac+2)

Familles de métiers

- DÉVELOPPEMENT PRODUITS ET ACHATS
- ORGANISATION DES VENTES
- COMMERCIALISATION DU PRODUIT
- E-COMMERCE
- LOGISTIQUE

* Sigles

BM: brevet de maîtrise
BP: brevet professionnel
BTS: brevet de technicien supérieur
BUT: bachelor universitaire de technologie
CAP: certificat d'aptitude professionnelle
CCI: chambre de commerce et d'industrie
CFA: centre de formation d'apprentis
CQP: certificat de qualification professionnelle
DN MADE: diplôme national des métiers d'art et du design
DNSEP: diplôme national supérieur d'expression plastique
DSAA: diplôme supérieur d'arts appliqués
DUT: diplôme universitaire de technologie
IUT: institut universitaire de technologie
LP: licence professionnelle
MC: mention complémentaire
TP: titre professionnel

7 QUESTIONS/RÉPONSES

Si le BTS* est le diplôme le plus préparé pour accéder aux métiers du commerce et de la vente, certains professionnels ont commencé à travailler après un CAP* ou un bac pro, tandis que d'autres ont poursuivi leurs études et obtenu un bac+3, voire un bac+5 ! Comment s'y retrouver et construire son parcours de formation ? Des experts et expertes répondent à vos questions.

1 QUELS SONT LES ATOUTS DE L'APPRENTISSAGE ?

Du CAP* au bac+5, les entreprises du secteur emploient de nombreux alternants chaque année, dans plus de 200 métiers. « C'est une formation très appréciée, car très concrète, explique Delphine Liurette, responsable du pôle alternance de L'Opcommerce. En cours, les élèves apprennent les bases de la vente (informer les clients, gérer les stocks, etc.), puis, tous les jours sur le terrain, ils découvrent la réalité du métier. Capacité d'écoute, conseil, relation client... ils deviennent vite opérationnels. » Résultat : l'alternance fonctionne comme une pré-embauche, les employeurs proposant souvent, à l'issue du cursus, un contrat de travail à leurs apprentis. « C'est une excellente voie d'insertion pour près de 80 % d'entre eux, qui sont embauchés dans les 3 mois suivant leur alternance, dont les deux tiers en CDI (contrat à durée déterminée) », conclut-elle.

100 000
alternants
dans le secteur
en 2021.

Source : L'Opcommerce, 2022.

2 DÉBUTER SANS DIPLÔME : EST-CE POSSIBLE ?

Oui, c'est le cas d'un quart des salariés travaillant dans ce secteur, qui occupent essentiellement des postes de vendeur, dans lesquels la polyvalence est de mise, et la motivation l'atout principal. Les métiers du secteur étant surtout centrés sur le client, un bon sens du contact intéressera les employeurs avant tout. Au bout de quelques années d'expérience et avec de la motivation, il est possible de saisir les opportunités qui se présentent et de prendre de plus en plus de responsabilités. Et les entreprises savent détecter les talents et le potentiel de leurs salariés pour les faire évoluer par le biais de la formation continue.

3 QUELLE FORMATION COURTE POUR TRAVAILLER RAPIDEMENT ?

Si vous ne voulez pas vous éterniser sur les bancs de l'école et que vous souhaitez travailler rapidement, il est possible de s'orienter après la classe de 3^e vers un CAP* en 2 ans ou un bac professionnel en 3 ans. Ces deux diplômes font une large place à l'enseignement pratique, sur le terrain, et sont dispensés par des professionnels en activité. Parmi les diplômes les plus recherchés, citons les CAP des métiers de bouche (CAP boucher ; poissonnier-écailler ; équipier polyvalent du commerce...), ainsi que le bac professionnel métiers du commerce et de la vente...

* Sigles

BTS : brevet de technicien supérieur
BUT : bachelor universitaire de technologie
CAP : certificat d'aptitude professionnelle
CCI : chambre de commerce et d'industrie
CFA : centre de formation d'apprentis
CQP : certificat de qualification professionnelle
IUT : institut universitaire de technologie
LP : licence professionnelle
MC : mention complémentaire
TP : titre professionnel

4 À BAC+2: QUEL BTS CHOISIR?

« Parmi les différents BTS* du secteur du commerce et de la vente, le BTS management commercial opérationnel est le plus adapté, explique Amèle Codo, responsable alternance et relations écoles chez Monoprix. Marketing, commerce, négociation... les cours correspondent précisément aux attentes des employeurs. Ce BTS permet de débiter immédiatement comme chargé de rayon, mais aussi de continuer à bac+3, pour devenir chef de département, par exemple. » Par ailleurs, le BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client) ouvre les portes de l'e-commerce. Enfin, les métiers de la logistique ont également leurs formations bien spécifiques, comme le BTS gestion des transports et logistique associée.

6 QUELS DÉBOUCHÉS AVEC UN BAC+5?

Pour se développer, les entreprises, notamment celles de l'e-commerce, ont besoin de cadres, formés en école supérieure de commerce ou à l'université. « On n'est plus simplement dans la mise en rayon. Qu'il s'agisse du front office (gestion du point de vente, relation clientèle...) ou du back office (gestion de la supply chain, de la relation avec les producteurs...), les métiers se sont beaucoup professionnalisés, assure Olivier Badot, professeur à l'université de Caen et à l'ESCP Business School. Chaînes, magasins indépendants, grandes surfaces... tous recourent aujourd'hui à l'e-merchandising, au marketing digital sur les réseaux sociaux ou bien à l'intelligence artificielle pour les assortiments. Sans oublier le respect des procédures RSE (responsabilité sociétale des entreprises) pour organiser le recyclage. Le secteur se complexifie, et ces thématiques nécessitent des compétences de niveau bac+5. »

5 POURQUOI VISER UN DIPLÔME À BAC+3?

« Décrocher un bac+3 permet d'accéder au premier niveau d'études du schéma européen LMD (licence-master-doctorat) », conseille Caroline Costa-Savelli, directrice du CFA* Codis (groupe IGS). En 1 an, la LP*, par exemple, consolide les acquis du bac+2 (BTS* ou 2^e année de licence) en apportant des compétences de terrain très appréciées des employeurs. Résultat : une embauche souvent à la clé, ou la possibilité de continuer vers un bac+5. Par ailleurs, depuis la rentrée 2021, les IUT* délivrent en 3 ans après le bac des BUT*. Ces formations courtes offrent un cursus plus théorique et une professionnalisation progressive, avec 22 à 26 semaines de stage et 600 heures de projets tutorés. De quoi offrir également une autre entrée sur le marché du travail à bac+3.

7 PEUT-ON SE FORMER UNE FOIS EN POSTE?

CQP*, MC*, diplômes des CCI* ou autres formations internes aux entreprises, il existe plusieurs manières de faire évoluer son parcours professionnel. « Une fois en poste, tout salarié peut décrocher un CQP*, qui valide ses nouvelles compétences et augmente son employabilité », explique Sébastien Lecat, directeur des projets ressources humaines de Kingfisher France (Castorama, Brico Dépôt...). Ces formations courtes (de quelques jours à quelques mois) sont souvent dispensées en alternance, entre l'entreprise et un CFA*. Bénédicte Boulanger, directrice de l'Ifogeco, l'organisme de formation continue de Monsieur Bricolage, précise que son entreprise offre différents parcours certifiants, allant du bac professionnel à bac+2 : « Nous avons, par exemple, le TP* manager d'unité marchande à bac+2. Constitué de plusieurs modules, on y apprend à maîtriser ses chiffres, à gérer une équipe... Cette formation permet de faire évoluer sa carrière et de prendre plus de responsabilités. Il existe même une formation destinée aux candidats et candidates souhaitant ouvrir leur propre magasin ! »

MON TOP 3 DES MÉTIERS

1 MON PROFIL

J'établis mon profil professionnel en cochant les cases qui me correspondent.

MES PRÉFÉRENCES : J'AIMERAIS...

Travailler: seul/e en équipe

Avoir des horaires: fixes variables

Passer mes journées: en magasin en bureau en déplacement

Exercer une pratique plutôt: technique manuelle intellectuelle

Créer ma propre entreprise être salarié/e

Travailler dans: une petite ou moyenne entreprise un grand groupe

MES QUALITÉS: LES 3 QUI ME CARACTÉRISENT...

- | | | | |
|---|--|--|--|
| <input type="radio"/> Adaptabilité | <input type="radio"/> Curiosité | <input type="radio"/> Goût de la négociation | <input type="radio"/> Pédagogie |
| <input type="radio"/> Aisance relationnelle | <input type="radio"/> Dynamisme | <input type="radio"/> Goût du challenge | <input type="radio"/> Polyvalence |
| <input type="radio"/> Anticipation | <input type="radio"/> Écoute | <input type="radio"/> Leadership | <input type="radio"/> Réactivité |
| <input type="radio"/> Autonomie | <input type="radio"/> Esprit d'analyse | <input type="radio"/> Minutie | <input type="radio"/> Rigueur |
| <input type="radio"/> Créativité | <input type="radio"/> Esprit d'équipe | <input type="radio"/> Organisation | <input type="radio"/> Sens des responsabilités |

MON PROJET DE FORMATION : JE ME PROJETTE DANS...

Des études: courtes (CAP, bac pro) longues (bac+2, bac+3, bac+5)

Une formation: par la voie scolaire en apprentissage indifférent

2 MA SÉLECTION DE MÉTIERS

J'inscris dans le tableau ci-dessous les 5 métiers qui ont le plus attiré mon attention au fil de ma lecture. En consultant les fiches métiers en bas des portraits, j'évalue à quel degré ces spécialités correspondent à mon profil (♥ un peu, ♥♥ beaucoup, ♥♥♥ complètement). Nous avons rempli un exemple!

| Métier qui m'a plu | Il correspond à mes préférences | Il correspond à mes qualités | Il correspond à mon projet de formation | Total de ♥ |
|------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---|------------|
| Responsable commercial/commerciale | ♥♥♥ | ♥♥ | ♥♥♥ | 8 |
| ... | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

3 MON TOP 3

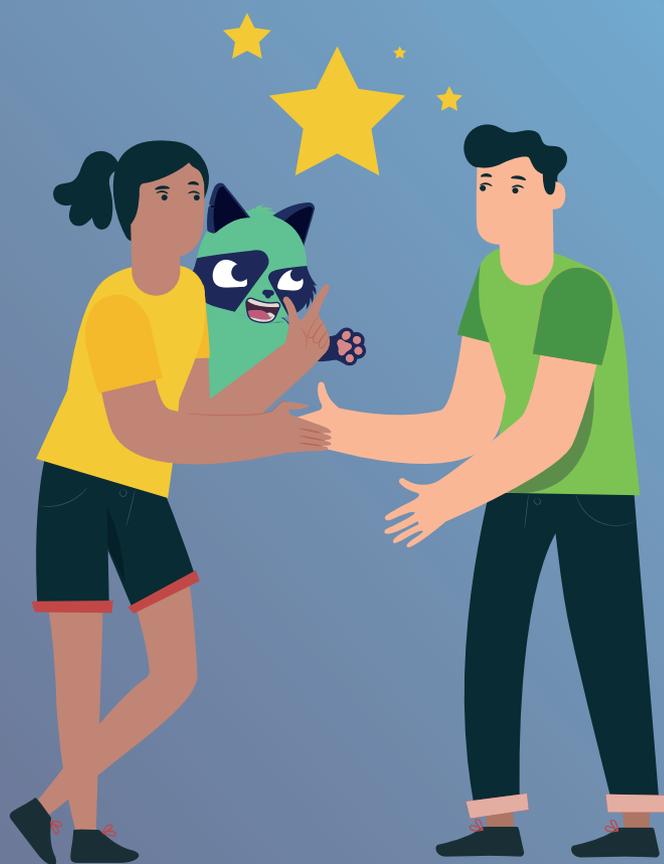
Je sélectionne les 3 métiers qui ont obtenu le plus de ♥ dans le tableau ci-dessus. En face de chacun d'eux, j'inscris le projet de formation correspondant. À moi maintenant de me renseigner davantage sur ces métiers!

| | Métier envisagé | Diplômes requis |
|---|-----------------|-----------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |



Activez votre
expérience alternance
sur walt-commerce.fr

Walt Commerce **informe**, **oriente**
et **recrute** le bon profil au bon moment



+1 000
Jobs en alternance



15 000
Formations



**Fiches métiers
& témoignages**



**Chatbot et tests
pour s'orienter**



**Conseils
& articles**



walt-commerce.fr



l'opcommerce
Opérateur de compétences

Au service des compétences
du commerce de demain !

ZOOM MÉTIER

LES MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Jeune et dynamique, le secteur du commerce et de la vente offre une étonnante palette de métiers. Leur spécificité ? Répondre aux attentes de la clientèle et allier sens du service et compétences techniques.

Quels métiers y exerce-t-on ? Quel est le quotidien des quelque 1,7 million de personnes qui y travaillent sur tout le territoire ? Y a-t-il des opportunités pour les jeunes ? Peut-on facilement évoluer ? Quelles formations sont les mieux adaptées pour s'insérer ?

Largement illustré, ce « Zoom » propose une information synthétique sur un secteur qui recrute aujourd'hui et recrutera demain. Au-delà des clichés, il fait découvrir les métiers via les témoignages concrets de celles et ceux qui les exercent. Au travers de leurs parcours parfois atypiques, il livre les clés de stratégies d'orientation possibles.

Ce guide aidera les jeunes à se projeter dans leur vie professionnelle et à trouver leur voie. Pour les équipes éducatives, c'est une ressource utile au parcours Avenir des élèves et à l'orientation des étudiants et étudiantes.

Cette publication a été réalisée
en collaboration avec :



DANS CE NUMÉRO

EMPLOI

Questions/Réponses

De quoi parle-t-on ?
Quels débouchés
pour les jeunes ?
Comment faire carrière ?
Et les métiers demain ?

PORTRAITS DE PROS

Développement
produits et achats
Organisation
des ventes
Commercialisation
du produit
E-commerce
Logistique

FORMATIONS

À chacun et chacune
son parcours
Les diplômes du secteur
Questions/Réponses

QUIZ

Mon top 3 des métiers

Code de diffusion 901623
ISSN 1772-2063
Avril 2022

onisep.fr/lalibrairie



4,90 €