

**RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS
PROFESSIONNELLES**

1 - CHAMP D'ACTIVITÉ

1.1 Définition

Le vendeur multimédia est un employé de vente possédant les principales connaissances technologiques du matériel qu'il est chargé de vendre. Vendeur-prescripteur, il sert et renseigne les clients sur son rayon et sur les produits (matériel et logiciels) et services (service après-vente, renseignement technique téléphonique...). Il est capable de construire une réponse (produit, solution, assistance) adaptée aux besoins évolutifs d'une clientèle hétérogène. Il doit pratiquer la veille technologique et s'adapter aux évolutions des technologies de l'information et de la communication. Il est capable d'assurer la gestion équilibrée de son stock.

1.2 Contexte professionnel

1.2.1 Emploi visé :

Vendeur multimédia / vendeur technique (appellation différente selon les enseignes).

1.2.2 Types d'entreprises :

- . secteurs non alimentaires des entreprises de distribution à prédominance alimentaire,
- . entreprises de distribution spécialisées.

1.2.3 Place dans l'organisation :

Le vendeur multimédia est placé sous la responsabilité directe du chef de rayon ou du responsable de magasin. Il peut appartenir à une équipe de vendeurs.

1.2.4 Environnement technique de l'emploi :

Le vendeur multimédia travaille au rayon multimédia/micro informatique/nouveaux systèmes de communication. Il travaille en station debout, avec un éclairage artificiel. Il porte une tenue spécifique (tenue fournie par l'entreprise, badge). Il est en contact permanent avec la clientèle. Il utilise l'outil informatique et la documentation (fiches-produits) mise à sa disposition. Il peut être amené à travailler en langues étrangères (anglais technique obligatoire).

1.2.5 Milieu de travail :

Le vendeur multimédia est amené à travailler sur des horaires variables adaptés à la vie du magasin. Il peut être soumis, selon l'organisation du magasin, à travailler, samedi, dimanche et jours fériés, dans le respect de la réglementation.

1.2.6 Rémunération :

Selon les modalités définies par l'entreprise, la rémunération peut se composer d'une partie fixe et/ou d'une partie variable, celle-ci étant liée à divers paramètres (résultats du vendeur, du rayon...).

1.3 Délimitation et pondération des activités

Le vendeur multimédia intervient dans le cadre des fonctions suivantes :

- ACCUEIL, CONSEIL ET VENTE
- PRÉSENTATION ET ANIMATION DU RAYON.

Dans le cadre de ces deux fonctions, le vendeur assure également les activités de gestion qui y sont liées.

2 - DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

FONCTION ACCUEIL, CONSEIL ET VENTE

C'est la fonction principale du vendeur multimédia . Elle requiert des qualités d'écoute et des capacités relationnelles. Elle implique l'analyse, la prise en compte des besoins des clients et la mise à jour des informations pertinentes.

● ACTIVITÉS :

- préparation de l'acte de vente (construction d'une documentation professionnelle à jour, médiatisée ou non, fournie ou collectée.
- accueil du client.
- qualification du client, par le questionnement (professionnel, amateur ...).
- identification des besoins du client.
- proposition de la solution multimédia (argumentation sur les points forts du produit).
- démonstration pédagogique adaptée à chaque typologie de client, du matériel et des logiciels multimédias.
- vente additionnelle : services associés (service après-vente, renseignement technique téléphonique, réseaux, formation ...), consommables.
- proposition des solutions de financement adéquates.
- rédaction des documents/bons de vente.
- préparation, mise à disposition et contrôle du fonctionnement du produit.
- suivi de la relation avec les clients, participation à la tenue et la mise à jour du "portefeuille clients".
- participation à la gestion des litiges éventuels avec les clients.

● CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources :

- documentation professionnelle à jour , médiatisée ou non, fournie ou collectée
- fiches produits fournisseurs, catalogues
- argumentaires de vente
- visite de la concurrence (relevé de prix et de niveau de service), de salons professionnels ...
- documents de gestion du rayon
- outil informatique à disposition pour la gestion

Autonomie, responsabilités :

- autonomie pour les recherches d'informations courantes, les mises à jour et classements sur les spécificités techniques de base des produits ainsi que leurs caractéristiques d'usage, sur les environnements micro-informatiques ainsi que les principaux logiciels et périphériques attachés à ces environnements, sur les nouveaux produits et nouvelles technologies.
- autonomie dans la relation-client, dans l'acte de vente (variable selon l'entreprise).
- responsabilité des renseignements inscrits sur le bon de vente.
- traduction des demandes clés en options commerciales.

- repérage des produits qui dégagent de la marge.
- développement d'argumentaires de qualité.
- mise en oeuvre des pôles de démonstration dans le rayon.

Résultats attendus :

- atteinte des objectifs quantitatifs et financiers fixés avec le responsable
- rentabilité des ventes
- satisfaction du client
- fidélisation du client
- fiabilité des documents de vente
- mise en avant des produits/services annexes de l'entreprise.

FONCTION PRÉSENTATION ET ANIMATION DU RAYON

Le vendeur multimédia contribue activement à la présentation, la tenue et l'animation du rayon :

● ACTIVITÉS :

Le vendeur multimédia exerce les activités permanentes liées à la présentation et à l'animation du rayon (respect de la segmentation des produits définie par l'entreprise, remplissage du rayon, gestion des ruptures, tenue et propreté du rayon).

De manière spécifique, il assure également :

- présentation du matériel d'exposition : disposition, état de fonctionnement, propreté, branchements permanents.
- démonstrations automatiques sur tous les matériels multimédias.
- sécurité des équipements, protection de tous les disques durs par mot de passe, des lecteurs de disquettes par clé, des matériels par alarme.
- participation à la signalétique client (lisibilité, fiabilité...).
- mise en oeuvre des règles de sécurité pour le client, le produit et le magasin.
- mise en oeuvre des règles définies de lutte contre la démarque inconnue et des actions préventives.
- tenue des lieux de stockage (sur l'aire de vente, dans les armoires ou dans le local prévu à cet effet), rotation des produits, mise en oeuvre des procédures de réassort, vérification des arrivées et traitement des reliquats.
- préparation et participation aux inventaires.

● CONDITIONS D'EXERCICE.

Moyens et ressources :

- plans d'implantation
- fiches produits fournisseurs
- planning de balisage
- consignes de sécurité.

Autonomie, responsabilités :

- autonomie sous contrôle du responsable.

Résultats attendus :

- balisage propre et à jour en permanence, étiquettes prix sur tous les produits,
- respect rigoureux et permanent du plan d'implantation
- mise à jour des affiches promotionnelles
- présence de la PLV
- rayon rempli avec des produits en bon état de fonctionnement (distinction à faire entre le remplissage des produits libre-service-logiciels, accessoires- qui représente une lourde tâche et les produits d'exposition à garder en état de fonctionnement)
- réaction rapide et efficace aux ruptures
- faisabilité des démonstrations des produits et logiciels à tout moment pour l'acte de vente
- respect permanent et exhaustif des règles de sécurité.
- gestion équilibrée du stock.