

Marchandiseur(euse)



© ONISEP / CGI 2006

Les bonbons près des caisses de supermarchés, c'est lui. Les vins du mois en tête de rayon, c'est encore lui. Les présentoirs pour les promos, c'est toujours lui. Le marchandiseur met en scène les produits pour qu'ils soient remarqués... et achetés !

Synonyme(s) :
merchandiser

Domaines professionnels :
[Commerce](#)

Centres d'intérêt :
[faire du commerce](#)

Le métier

- Nature du travail
- Conditions de travail
- Vie professionnelle
- Compétences
- Accès au métier
- Sources et ressources

Nature du travail

Repérer les ventes trop faibles

Le marchandiseur passe au crible les relevés de vente et lit les études permettant de comprendre le comportement des consommateurs. Il identifie les marchandises qui ont du mal à s'écouler et en cherche les causes : prix trop élevé, emballage peu pratique, visibilité en rayon nulle...

Déclencher l'acte d'achat

Maîtrisant l'ensemble des techniques de présentation des produits, il cherche le décor ou l'emplacement idéal... qui déclencheront chez le client l'envie spontanée d'acheter. Il peut aussi organiser des opérations de promotion ou impulser une nouvelle stratégie publicitaire.

Convaincre et mettre en place

Pour que sa stratégie réussisse, le marchandiseur doit absolument y faire adhérer le maximum de personnes (directeur de magasin, chefs de rayon, vendeurs, etc.). C'est la raison pour laquelle il explique en détail son projet afin que chacun soit persuadé qu'il est bien construit et prometteur sur le plan commercial. Une fois le projet validé, il participe à sa mise en place.

Conditions de travail

Derrière un écran

Durant la phase de conception de son plan d'action, le marchandiseur ne quitte pas son bureau. Il travaille essentiellement sur ordinateur pour consulter les résultats commerciaux d'un magasin ou visualiser un nouvel aménagement de l'espace de vente.

Sur le terrain

Très mobile, le marchandiseur visite souvent les fabricants de produits et les points de vente. Les rendez-vous dans les magasins ont lieu en dehors des horaires d'ouverture, car les articles doivent être en place quand les clients arrivent.

Vie professionnelle

Une fonction incontournable

La concurrence acharnée entre les marques a permis au métier de se développer. Aujourd'hui, toute entreprise soucieuse de voir ses ventes progresser a recours à un marchandiseur. Des places sont à prendre du côté des industriels comme des distributeurs.

Tous types de produits

Le merchandiseur est particulièrement recherché pour mettre en valeur les produits alimentaires, d'hygiène et de beauté. Mais sa capacité à faire décoller les ventes dans les secteurs du textile, du sport ou du bricolage est également très appréciée.

Vers un poste de responsable

Avec une première expérience en tant que commercial, un merchandiseur peut évoluer, au bout de quelques années, vers des postes à responsabilités : chef des ventes régional, directeur des ventes... Il peut aussi s'orienter vers le marketing ou les achats.

Rémunération

Salaire du débutant

Environ **2100** euros brut par mois.

Compétences

Le sens de l'analyse

Les capacités d'analyse du merchandiseur permettent d'exploiter au mieux les nombreuses informations qui lui sont transmises : études de marché, panels de consommateurs... Il sait également rédiger des synthèses de toutes ces données et prendre les décisions qui s'imposent.

Créer et s'adapter

Bien sûr, en matière de présentation des produits, il y a des recettes qui portent toujours leurs fruits. Mais il faut, à chaque fois, être capable de s'adapter à un nouveau contexte et faire preuve d'imagination. C'est le point fort du merchandiseur.

Changer de peau pour comprendre

Pour que ses préconisations aient une chance d'être suivies, le merchandiseur doit sans arrêt se mettre à la place de son interlocuteur. Ainsi, il anticipe et comprend mieux ses questionnements, ce qui débouche alors sur un partenariat équilibré, où chacun y trouvera son compte.

Accès au métier

Il existe peu de diplômes spécifiques au merchandising. En revanche, la plupart des formations proposées dans le domaine du commerce et de la distribution abordent cette thématique. À bac + 3, c'est le cas des licences pro et des diplômes d'écoles de commerce. À bac + 5, des masters pro et des diplômes d'écoles supérieures de commerce.