



Description de l'emploi

Le vendeur principal presse-jeux intervient en magasin spécialisé dans la vente de journaux, magazines et de tickets de jeux de hasard ou de pronostics auprès d'une clientèle de particuliers. Le magasin peut proposer à la vente des livres et d'autres produits divers (jouets, cadeaux, confiserie, multimédia, papeterie...). Le magasin peut également proposer des services spécifiques (point de dépôt ou de retrait de colis...).

Il effectue toutes les activités liées au processus de vente : accueil, conseils adaptés en fonction des profils de clientèle, en faisant appel à des connaissances techniques sur les produits et les services du magasin, présentation aux clients des produits correspondant à leur besoin, délivrance des bulletins de jeux (grattage, pronostic...), vente, encaissement, paiement des gains selon la réglementation en vigueur et opérations de fidélisation.

Il traite les réclamations courantes et complexes, ainsi que les retours dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise.

Avec l'équipe de vente, il réceptionne et vérifie les livraisons quotidiennes de la presse. Il traite les retours des journaux, magazines et livres non vendus dans les délais impartis.

Il s'assure également de la disponibilité et de la qualité des autres produits. Il peut être chargé de passer les commandes auprès des fournisseurs et des éditeurs selon les consignes du responsable du magasin. Il a en charge la tenue du point de vente, approvisionne les rayons et met en valeur les produits.

Il accompagne, en lien avec le responsable du point de vente, l'équipe dans la vente et la relation client, dans les changements, dans le déploiement commercial, dans la formation et la mise en œuvre de procédures internes.

Il veille au bon fonctionnement du magasin en l'absence du responsable et devient, dans ce cas, le principal interlocuteur interne et externe.

Activités

- Préparation, réception et contrôle des livraisons, étiquetage si besoin, mise en rayon et/ou mise en réserve, traitement des invendus.
- Ouverture de la caisse et des machines de jeux le cas échéant.
- Installation des promotions et des opérations commerciales.
- Accueil de la clientèle en magasin et gestion des flux clients.
- Renseignement de la clientèle sur le magasin, les articles de presse, les produits, les jeux et les services proposés.
- Réalisation de la vente et proposition de produits ou de services complémentaires, encaissement et, le cas échéant, opérations de fidélisation (mise à jour du fichier clientèle...).
- Vérification des tickets (perdants/gagnants) et paiement des gains au client selon la procédure.
- Traitement des réclamations courantes et complexes de la clientèle.
- Mise à jour du fichier produits.
- Rangement, entretien et mise en valeur de l'espace de vente.
- Transmission ascendante (responsable/gérant) des informations, des réclamations et des indicateurs sur l'activité du point de vente.
- Transmission descendante des informations, consignes et procédures à l'équipe de vente.
- Prise en charge de l'ouverture et/ou de la fermeture du magasin.

Selon les points de vente :

- Participation à l'organisation d'événements promotionnels et de communication (présentation de livres dédicace auteur...).
- Participation à l'animation (publications, photos, actualités...) d'un ou plusieurs réseaux sociaux associés au point de vente et/ou à la boutique en ligne.
- Comptabilisation des recettes en fin de journée.
- Prise en charge d'une partie des activités administratives du magasin.
- Participation à la recherche de fournisseurs.
- Prise en charge des appels téléphoniques.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Une formation initiale de niveau Bac+2 ou Bac+3 dans les secteurs de la vente et du commerce constitue un atout et peut favoriser une évolution de carrière plus rapide. Une première expérience dans la vente est requise.
- L'accès au métier est également possible avec un diplôme de niveau inférieur ou sans formation spécifique, mais avec une forte expérience professionnelle dans les mêmes secteurs.
- Le métier est accessible par promotion interne ou recrutement externe. La promotion interne est souvent importante, et ce poste nécessite de l'expérience dans des fonctions intermédiaires pour appréhender le métier.
- L'expérience de vendeur, la motivation pour la vente et les qualités relationnelles sont véritablement déterminantes.
- Une pratique de l'anglais est recommandée.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- BTS – Management commercial opérationnel
- Titre professionnel – Manager d'unité marchande
- Titre à finalité professionnelle – Gestionnaire d'unité commerciale
- Titre à finalité professionnelle – Manager de rayon

Autres appellations

- Vendeur référent
- Vendeur principal



Domaines de compétences

Compétences

GÉRER LA RELATION CLIENT

1. Accueillir le client en créant une relation de confiance et personnalisée, découvrir ses attentes, le renseigner, l'orienter, l'accompagner dans l'espace de vente.
2. Promouvoir les offres commerciales, les événements commerciaux, les services et le programme de fidélisation client selon les consignes de son responsable.
3. Mettre à disposition les commandes clients ou les réservations (vente à distance) en magasin.
4. Veiller et gérer les comportements atypiques des joueurs (tentative de fraude).
5. Veiller à mettre en pratique les règles de déontologie liées à la vente de jeux de hasard.
6. Traiter les réclamations des clients et proposer des solutions adaptées ou alerter le responsable selon les consignes.
7. Prévenir et gérer les situations conflictuelles, faciliter le dialogue avec le client.
8. Prendre congé du client en lui donnant des conseils supplémentaires, pour l'inciter à revenir.
9. Adopter une tenue et une posture professionnelles conformément aux standards de l'entreprise.

CONSEILLER ET VENDRE DES ARTICLES DE PRESSE ET JEUX

1. Appréhender le marché de la presse, les pratiques de vente, le droit et les conditions de retour des invendus, en vue d'exercer son activité dans le respect des procédures.
2. Effectuer une veille sur la presse et l'activité de librairie pour repérer les nouveautés et les tendances, sur l'actualité.
3. Se familiariser avec les divers jeux et respecter la réglementation, notamment celle des opérateurs de jeux de hasard et de pronostics : règles de sécurité et de contrôle, règles du Jeu Responsable, interdiction de vente de jeux aux mineurs...
4. Identifier les besoins, conseiller sur les produits, livres en fonction des attentes et usages recherchés par le client.
5. Développer un argumentaire produit adapté au profil client, aux hésitations et aux objections du client.
6. Conclure la vente.
7. Proposer et vendre des articles de presse et jeux et, le cas échéant, des services complémentaires adaptés.
8. Le cas échéant, participer à ou effectuer l'encaissement, les opérations de facturation et de fidélisation (caisse et/ou outils numériques nomades).

GÉRER LA SURFACE DE VENTE

1. Préparer et mettre en rayon les articles de presse et jeux.
2. Participer à la présentation et à la mise en valeur des articles et autres produits (merchandising), en concertation avec le responsable.
3. Assurer le bon état marchand de la surface de vente : espaces approvisionnés, maintien de l'attractivité de l'espace de vente, affichage des prix et éléments de signalétique conformes aux normes en vigueur, propreté de l'espace de vente, réordonner la marchandise...
4. Participer à la mise en place des animations et des opérations commerciales.
5. Appliquer les règles de sécurisation des articles et de prévention du vol, de la casse non signalée... (démarque inconnue).
6. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité.

PARTICIPER À LA GESTION DES STOCKS

1. Consulter le stock à partir du système d'information du magasin afin d'identifier les disponibilités, les risques de ruptures, les commandes ou les livraisons en cours, les invendus, et alerter le responsable en cas d'anomalie.
2. Identifier et assurer la traçabilité des invendus à retourner et appliquer les procédures de traitement correspondantes dans les délais impartis.
3. Participer, le cas échéant, à la passation de commandes et au réapprovisionnement en lien avec son responsable.
4. Participer, le cas échéant, à la mise en ligne des produits, des livres (e-boutique).
5. Effectuer la réception des articles de presse et autres produits, leur mise en réserve et l'étiquetage.
6. Participer à la réalisation et au suivi des inventaires.
7. Être force de proposition pour l'évolution du stock et l'intégration des nouveautés.

ACCOMPAGNER L'ÉQUIPE DU MAGASIN

1. Communiquer et informer, en lien avec le responsable, le ou les vendeurs sur les nouveautés, l'organisation du travail, la mise en place des offres commerciales, les événements commerciaux...
2. Veiller à l'application des consignes, règles de sécurité et procédures, en cas d'absence du responsable.
3. Participer, avec le responsable, au recrutement et intégrer un nouveau vendeur.
4. Assister l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.
5. Participer, en lien avec le responsable, à des tâches courantes de gestion commerciale et



Domaines de compétences

Compétences

PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

1. Publier, en concertation avec le responsable, sur les réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité du magasin, les produits, services et gagner en visibilité.
2. Consolider des informations clients (e-mails) et les solliciter dans le cadre de campagnes de fidélisation
3. Participer au suivi des indicateurs de performance commerciale du point de vente et des objectifs fixés.
4. Autoévaluer ses pratiques pour améliorer sa performance commerciale.
5. Participer à l'intégration de nouveaux vendeurs.
6. Participer à la veille concurrentielle sur la zone de chalandise avec le responsable.

RENDRE COMPTE DE SES ACTIVITÉS

1. Renseigner et transmettre les supports de suivi des activités.
2. Transmettre les informations appropriées, signaler, alerter ou interroger le responsable en cas de besoin.
3. Proposer des actions d'améliorations en termes d'organisation, de gestion, d'achats...

Compétences comportementales

- Savoir travailler en équipe, avoir l'esprit d'équipe
- Être réactif et savoir chercher des solutions
- Être rigoureux/organisé
- Savoir montrer de l'intérêt pour l'autre, l'écouter
- Savoir bien s'exprimer, être à l'aise dans le relationnel
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership



Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Commerces indépendants
- Magasins franchisés de petite ou moyenne taille

En interne : Le vendeur principal intervient sous la responsabilité du gérant/responsable du magasin. Il est en relation avec les autres vendeurs du point de vente.

En externe : Il est en relation avec la clientèle du magasin, et de manière ponctuelle avec les fournisseurs, les éditeurs et les services externalisés (informatique, réparation...) en cas de besoin.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le vendeur principal peut progressivement évoluer vers de nouvelles responsabilités liées au suivi et à la gestion du magasin. Il peut être référent d'un ensemble de magasins.

Il peut ainsi accéder à des fonctions d'encadrement (directeur adjoint, gérant/directeur de magasin) ou, dans les points de vente de plus grande taille, à un poste de chef d'équipe ou de rayon, voire directeur adjoint de magasin.

Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

La presse traditionnelle (quotidiens, magazines) est aujourd'hui concurrencée par Internet (journaux en ligne, sites spécialisés...) et par la presse gratuite. Dans ce contexte, la plupart des points de vente d'articles de presse et jeux ont diversifié leur activité (téléphone, jouet, papeterie, carterie, clés minute...) pour répondre aux besoins « instantanés » des clients. Les principales évolutions des compétences du vendeur principal presse-jeux s'inscrivent donc dans le renforcement de ses missions de conseil et de relation client.

L'omnicanalité est également un fort enjeu. Le vendeur principal doit être capable non seulement de traiter les commandes en ligne et les e-réservations, mais aussi de contribuer au désir d'achat en boutique par rapport au e-commerce en faisant de « l'événementiel en magasin ».

Les blogs et les réseaux sociaux sont des outils pour attirer de nouveaux clients et communiquer avec la clientèle. Le vendeur principal doit être en mesure de participer à la visibilité du point de vente sur Internet et sur les réseaux sociaux pour attirer la clientèle en boutique.