

Vendeur(se) solutions multimédia



- ◆ Vendeur(se) conseil en magasin / multimédia
- ◆ Vendeur(se) système multimédia
- ◆ Vendeur régional
- ◆ Vendeur(se) réseaux domestiques / multimédia / communication

Spécialités :

Dans les entreprises qui sous-traiteront complètement leur SAV, le premier niveau de SAV sera assuré par le vendeur.

Définition du métier :

Accueillir le client, faire exprimer le besoin, construire une réponse (produit, service, solution, assistance), argumenter et vendre une solution adaptée correspondant à des configurations de produits organisés en systèmes réseaux domestiques / multimédias

Activités :

Nature des activités	Domaines d'activité
◆ Accueil, prise en charge des clients en point d'accueil ou à distance.	Comportement / Relation
◆ Prise d'informations concernant le besoin, la demande, les attentes du client	Comportement / Relation
◆ Réponses aux différentes demandes de renseignement, et / ou orientation vers les personnes / services concernés	Services
◆ Information, présentation des produits et services	Services
◆ Présentation du produit au client	Ventes
◆ Vente de produits / prise de commande(s)	Ventes
◆ Établissement d'un devis estimatif, tenant compte de la demande et de la nature des informations fournies	Technique
◆ Ventes de services (financement, garanties, formation, installation,...)	Ventes
◆ Établissement des documents de vente pour accord du client	Gestion / administration
◆ Conseils sur l'utilisation des produits	Services
◆ Suivi de commandes particulières	Gestion commerciale
◆ Recherche des informations et mise à jour du fichier clients	Gestion commerciale
◆ Relevé et saisie de prix ou de gamme dans les magasins concurrents	Gestion commerciale
◆ Branchement des appareils en démonstration et sécurisation des produits	Services
◆ Mise en exposition des produits (alignement, netteté, propreté), sélection et installation des produits phares en vitrine, en rayon	Logistique
◆ Agencement des rayons, mise en place des produits (merchandising)	Ventes
◆ Étiquetage des produits	Logistique
◆ Mise à jour des prix des produits du rayon, du magasin	Gestion commerciale
◆ Réalisation des inventaires produits	Logistique
◆ Gestion de la relation client	Comportement / Relation
◆ Établissement de factures	Gestion / administration

Autres activités éventuelles :

Conseils et formation des stagiaires sur le terrain
 Réponses aux différentes demandes de renseignements

Savoir-faire du métier :

Nature des savoir-faire	Domaines des savoir-faire
◆ Accueillir, renseigner, orienter un client, un fournisseur, un prestataire, un visiteur	Communication
◆ Identifier et caractériser la demande d'un client / d'un prospect	Communication
◆ Identifier la typologie client, son positionnement	Commerciale
◆ Traduire les attentes et besoins du client en solutions commerciales	Commerciale
◆ Adapter son comportement, son langage au client, en conformité avec les valeurs et l'image de l'entreprise	Communication
◆ Argumenter commercialement sur les caractéristiques, performances, avantages concurrentiels des produits, des systèmes, des services	Communication
◆ Construire une solution / une offre globale personnalisée, « sur mesure » de produits et services	Commerciale
◆ Expliquer et convaincre le client des travaux à réaliser (nature, délais, contraintes, coûts, risques éventuels...), argumenter le devis, la facture	Communication
◆ Élaborer et rédiger une proposition commerciale personnalisée	Commerciale
◆ Négocier et conclure une vente (conditions de vente, délai de livraison, vente modèle d'exposition, financement, transport, etc.)	Communication
◆ Conseiller le client sur le produit et/ou le système, ses fonctionnalités, son utilisation, les précautions d'usage, les normes et la réglementation en vigueur, etc.	Communication
◆ Imaginer, argumenter et mettre en oeuvre des solutions aux problèmes liés aux commandes, aux livraisons	Logistique
◆ Paramétrer différents appareils	Technique
◆ Concevoir et argumenter des solutions, des compromis liés à une réclamation, un litige client	Communication
◆ Valoriser et promouvoir l'entreprise (image de l'entreprise, produits et services...)	Communication
◆ Mettre en valeur les produits à exposer, à promouvoir, optimiser l'attractivité du rayon	Commerciale
◆ Planifier et prioriser ses tâches en fonction de diverses contraintes (file d'attente, délais, etc.)	Gestion
◆ Établir une facture, un bon de commande	Gestion
◆ S'exprimer de façon claire et concise auprès de publics différents	Communication
◆ Utiliser le(s) logiciel(s) métier relatif(s) à son domaine de compétence	Informatique - bureautique

Connaissances requises pour l'exercice du métier :

Nature des connaissances	Connaissances	Formacode
◆ Vente / commercialisation	Approfondies	34566
◆ Produits relatifs à son domaine de compétence	Opérationnelles	350
◆ Services de l'entreprise	Opérationnelles	13292
◆ Relations interpersonnelles (clientèle, fournisseurs, collaborateurs...)	Opérationnelles	150
◆ Marché (concurrence, veille.)	Opérationnelles	345
◆ Offre des constructeurs (produits) et des opérateurs (services)	De base	0
◆ Connectique	De base	243
◆ Bureautique	De base	35066
◆ Réseaux et systèmes domestiques du marché	De base	310
◆ Matériaux, nouveaux matériaux (écrans, plasma, etc.)	De base	228
◆ Traitement du signal numérique	De base	24356
◆ Marketing : zone de chalandise, exploitation études de marché	De base	350
◆ Droit de la consommation (vices cachés...) / des consommateurs	De base	13292
◆ Son et image / audio et vidéo	De base	46236
◆ Qualité de service	De base	463
◆ Logiciel métier	De base	310

Facteurs-clés d'évolution du métier :

- Les forts changements dans les métiers de la commercialisation / ventes datent du début des années 2000. Arrivent alors le téléphone mobile, l'informatique / bureautique, la photo numérique, le scanner, et pour 2011, le tout numérique. Il y aura encore des évolutions mais ce n'est que la suite de ce qui est déjà en cours, la vraie rupture est déjà faite.

- Les produits bruns / nomades consommables ont moins de valeur. Ils changent très rapidement, d'où le développement de la vente de produits avec plus de services associés, liés aussi à une attente plus forte des clients

- De nouveaux produits qui sortent du périmètre classique (exemple : systèmes biométriques domestiques mais aussi de systèmes / solutions complexes)

- Croissance de la e-vente à distance au détriment de la vente physique spécialisée (productivité accrue, réduction des coûts de distribution)- Internet

- La convergence des technologies facilitera le passage entre les différents «univers»

Conséquences sur les activités et compétences du métier :

- Le métier de vendeur deviendra plus technique (produits, systèmes, solutions), plus logistique et plus cartésien. Négociation de façon plus stricte, plus rationnelle par rapport à une concurrence accrue (Ventes par Internet à moindre prix par exemple)
- La pression des coûts entraînera une plus grande flexibilité du personnel, la polyvalence au niveau des « univers média » en sera la contrepartie, avec un décloisonnement des spécialités correspondant aux différents médias pour constituer un seul métier, permettant une interchangeabilité relativement rapide des vendeurs.
- Vente des solutions globales : pour cela, il faut de l'écoute, et un discours cohérent (il faut vendre Internet, le système.)
- Élargissement des prestations de vente : vente de services associés comme la mise à jour des fonctionnalités, le remplacement du produit, la formation à l'utilisation, abonnements, locations, contrats énergie, etc.
- « Etre à l'affût de l'information, des nouvelles technologies, des nouveaux produits » sinon le vendeur risque d'être dépassé par son client, de plus en plus informé et exigeant quant à la solution qu'il souhaite « je viens chercher le service, le conseil »
- S'auto-former aux produits : le vendeur aura à aller lui-même à la recherche l'information.

Profil requis pour exercer le métier au regard de son évolution :

Niveau BAC pro COMMERCE ou expérience professionnelle
Et/ou titre à finalité professionnelle pour la branche

Orientations en matière de gestion de l'emploi et des compétences :

- Formation modulaire et apprentissage terrain, aux produits et services pour évoluer dans le métier
- Formation à la micro-informatique (logiciels dédiés) et micro-environnement (solutions micro : ce que l'on branche et ce que l'on peut faire avec ces différents outils de l'environnement immédiat)

Positionnement du métier au regard de la typologie des entreprises :

- Spécialisation en fonction de la taille et de la spécialisation de l'entreprise.
- Pour les enseignes spécialisées et / ou pour une clientèle spécifique : le métier de vendeur solutions multimédia correspond à la vente de solutions lourdes de produits / systèmes hors libre service
- Dans les grandes surfaces non spécialisées : caisses rapides pour les produits libre-service, sans vendeur spécialisé multimédia (modèle de la grande distribution)