

METIER ET FORMATION

Agent Technique de vente

SOMMAIRE

	Page
<i>Résumé de théorie</i>	
<i>INTRODUCTION</i>	8
Fonction 1: Accueillir la clientèle	11
Fonction 2 : Informer la clientèle	13
Fonction 3 : argumenter une vente	15
Fonction 4 : assurer la manutention des marchandises	17
 Fonction 5 : assurer la présentation et la mise en valeur des marchandises	 19
 Fonction 6 : effectuer les opérations liées à l'enregistrement des marchandises et au paiement	 21
 Fonction 7 : Participer aux commandes et aux livraisons	 23
 Fonction 8 : appliquer les techniques de vente à distance	 24
 Fonction 9 : respecter les règles de sécurité et d'hygiène	 25
 Fonction 10 : contribuer au bon fonctionnement du magasin et gérer la qualité	 26
 Fonction 11 : s'intégrer dans la vie professionnelle	 27
 Les professions de la vente	 29

***Module : METIER ET FORMATION
RESUME THEORIQUE***

Introduction

Le vendeur/la vendeuse exerce ses fonctions en magasin de détail, en boutique ou dans une surface spécialisée. Les domaines d'activité sont vastes : Equipement domestique (Electroménager, luminaires, meubles, Tv hi-fi, vaisselle, verrerie, revêtements de sols et murs, etc.) ; produits utilitaires (outillage, bricolage, droguerie, etc.) ; alimentation générale ; Equipement des personnes (confection, hygiène, chaussures, lingerie, maroquinerie, bijoux, etc.) ; produits culturels et ludiques ; articles de luxe ; services divers, etc.

Sa fonction centrale est évidemment de vendre, c'est-à-dire :

- Accueillir la clientèle,
- de l'informer,
- de déceler ses besoins et ses motivations d'achat
- d'argumenter une vente à partir d'une approche produit ou d'une approche client,
- de conclure la vente et d'en assurer le suivi.

Par ailleurs, il/elle doit également :

- recevoir les paiements conformément aux procédures fixées par le magasin,
- approvisionner les zones de présentation des marchandises afin de réaliser la stratégie de vente et les plans promotionnels du magasin,
- réceptionner et entreposer les marchandises,
- assurer la qualité constante du service,
- appliquer, le cas échéant, des techniques de vente à distance,
- respecter les normes légales et les directives spécifiques en matière d'hygiène et de sécurité,
- contribuer au bon fonctionnement du magasin.

Quelques données résumées sur le métier du vendeur :

Synonymes : - employé de commerce - employé de libre-service - vendeur spécialisé

Activités : Des produits différents, mais un seul métier

Le vendeur reçoit les clients dans le magasin ou en rayon. Il aide le client à faire son choix en présentant les produits qui pourraient lui convenir. Il fait essayer des articles (vêtements, chaussures...) ou faire la démonstration de certains appareils (magnétoscopes...). Il participe à la gestion des stocks et à l'inventaire.

Le vendeur donne son avis sur les commandes. Il peut éventuellement faire des commandes de réapprovisionnement. Il met les étiquettes indiquant les prix sur les produits.

Il collabore à la présentation des articles en vitrine ou en rayon.

Conditions de travail : De la boutique à l'hypermarché

Les vendeurs travaillent dans des contextes très variables. Leur rôle de conseil et le contact avec le client sont différents selon qu'ils exercent dans un petit magasin spécialisé ou dans un supermarché ; les clients se renseignent beaucoup plus pour acheter un vélo tout-terrain que pour acheter de l'épicerie !

Différents types de magasins emploient des vendeurs :

- la boutique traditionnelle spécialisée dans un type de produit nécessitant un conseil éclairé : vin, bijouterie, produits de beauté ;
- le grand magasin divisé en plusieurs départements et rayons (habillement, maroquinerie, etc.) ;
- le supermarché et l'hypermarché où le vendeur passe plus de temps à approvisionner et agencer les rayons qu'à conseiller les clients ;
- les magasins et grandes surfaces spécialisés dans un type de produits : jouets, loisirs, bricolage, micro-informatique, parapharmacie... On y trouve habituellement des vendeurs connaissant bien leurs produits et pouvant prodiguer des conseils ;
- l'étal du commerçant sur les marchés, foires, etc.

Des horaires souvent chargés :

Le vendeur travaille les samedis et fait des heures supplémentaires en période de fêtes. Dans un hypermarché, il peut rester le soir jusqu'à 21 heures.

Le vendeur est souvent debout, il passe son temps entre le magasin et la réserve.

Dans un petit supermarché ou une boutique, il peut également encaisser. Il dépend du gérant, du directeur ou du propriétaire du magasin. Dans un supermarché ou un hypermarché, le vendeur est sous la responsabilité du chef de rayon.

Carrière promotion : Devenir chef de rayon

Le vendeur peut devenir démonstrateur ou attaché commercial. Dans la grande distribution les possibilités d'évolution sont importantes pour des jeunes très motivés, même avec un niveau de formation initiale moyen. Après plusieurs années d'expérience, un vendeur peut devenir chef de rayon puis cadre (chef de département, voire gérant).

Qualités requises : Toujours souriant

Présentation soignée et résistance physique sont exigées pour ce métier de contact.

Le vendeur doit avoir aussi : sens de la persuasion, diplomatie, maîtrise nerveuse.

La connaissance d'une langue étrangère constitue un atout, surtout pour des produits susceptibles d'intéresser les touristes.

.

Fonction 1: Accueillir la clientèle

ACTIVITES	COMPETENCES
1.1 Saluer le client (en face à face, au téléphone).	• Connaître et appliquer les formules de politesse, les usages téléphoniques habituels dans les relations commerciales • Repérer les comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation, etc • Adapter sa présentation au style du magasin et à sa clientèle. • Caractériser le style d'un magasin : environnement, aire de chalandise, répartition des rayons et des linéaires, signalisation, mobilier et matériel de présentation, promotions, supports publicitaires, notoriété de l'enseigne, éclairage, sonorisation, style (logo, couleurs, etc.). • Etablir un lien entre les caractéristiques (démographiques, socioculturelles, économiques, psychologiques) des différents groupes de clients et leur comportement en matière d'achat.
1.2 Assurer un service rapide et de qualité au stand d'accueil (cartes de fidélité, retour de marchandises, saisie et modification du fichier clients).	• Identifier les concepts de service après vente, de retour et d'échange de marchandise, de garantie. • Appliquer les procédures fixées par le magasin pour un retour ou un échange de marchandise (non conforme, endommagée, périmée, etc.) • Compléter les documents requis en cas de retour ou d'échange de marchandise. • Identifier les techniques courantes de fidélisation de la clientèle, expliquer les avantages et les limites d'une carte de fidélité ou d'une carte de crédit magasin. • Adopter les attitudes, les comportements et les niveaux de langage adéquats pour répondre à des demandes de renseignements

	• Adopter les attitudes, les comportements et les niveaux de langage adéquats pour traiter des réclamations et composer avec des situations particulières. • Consulter et mettre à jour des fichiers, informatisés ou non, de clients, marchandises et fournisseurs.
--	---

Fonction 2 : Informer la clientèle

ACTIVITES	COMPETENCES
2.1 Orienter le client sur la surface de distribution, le présenter à une personne ressource.	• Reconnaître l'organigramme d'un magasin, d'une surface de distribution. • Identifier le plan d'implantation de la surface de distribution, l'agencement d'un magasin et l'assortiment des rayons (familles de produits) : - divers départements, - géographie des rayons, linéaires, comptoirs, têtes de gondoles, etc. - aires de présentation, - promotions en cours,! etc. • Identifier, par familles, les produits distribués dans la surface de vente. • Interpréter les codes d'étiquetage les plus courants dans la grande distribution • Repérer les actions promotionnelles en cours et informer le client
2.2 s'informer des besoins du client, de ses souhaits, de ses désirs	• Connaître et mettre en œuvre des techniques de communication incitatives, de questionnement et de reformulation de réponses, afin de déterminer le(s) besoin(s) d'un client. • Choisir une approche de vente adaptée : approche client, approche produit ou service. • Déterminer le moment favorable à la prise de contact en fonction de l'attitude du client. • Se référer à une typologie des motivations d'achat pour interpréter les comportements de la clientèle • Repérer les différents besoins des consommateurs et les hiérarchiser en distinguant : - besoins conscients et inconscients - mobiles et motivations d'achat • discerner les idées-forces les plus significatives pour différents profils de clientèle • interpréter, en situation professionnelle réelle, une typologie des

	motivations d'achat • identifier les besoins et exigences du client, dégager ses priorités (sécurité, économie, facilité d'usage, prestige, prix, etc.) • faire une hypothèse quant aux motivations d'achat du client, quant à ses préférences pour une gamme de produits et de prix.
2.3 présenter les produits et services susceptibles de rencontrer les besoins, les préférences et les exigences du client et/ou lui fournir une documentation.	• Evaluer intuitivement les préférences du client pour une gamme de prix et de produits • Reconnaître les produits et services disponibles dans la surface de distribution et dans les produits et les prix de la concurrence • Etablir un lien entre les principales caractéristiques des différents groupes de clients et leur comportement en matière d'achat. • Utiliser les références courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs, etc)
2.4 décrire les produits et services proposés : caractéristiques (performance, technicité, modalités d'utilisation, entretien) ; avantages ; rapport qualité/prix	• Situer un produit ou un service à partir des concepts de base de l'action commerciale : - cycle de vie - classification - différents types de vente - rapport qualité/prix • présenter un produit ou un service sur la base d'une fiche signalétique • s'adapter au niveau d'information du client : - expliquer en termes concrets les caractéristiques et modes d'emploi techniques, faire une représentation technique si le client est un professionnel. • Repérer et justifier les différences objectives entre marques d'un même produit et entre produits d'une même marque • Connaître les modes d'emploi spécifiques à la présentation de certains biens • Appliquer les modes d'emploi lors de la démonstration devant la clientèle.

Fonction 3 : argumenter une vente

ACTIVITES	COMPETENCES
3.1 construire un argumentaire	• Structurer une argumentation à partir d'une trame préétablie et y inclure : - les besoins du client - les caractéristiques et qualités spécifiques des produits proposés - les services disponibles (écolage, garantie, service après-vente) - les termes de livraison ; - le prox - les modalités de paiement - la valeur symbolique du produit (esthétique, luxe, plaisir, modernité, etc) • identifier les services offerts par le magasin (étendue, limites) • identifier les différents stades du processus de décision d'achat • exécuter un scénario de vente • appliquer les techniques de vente complémentaires • faire preuve d'aisance et d'à-propos • identifier les signes verbaux et non verbaux révélant une volonté d'achat • anticiper les objections et y répondre • adopter le comportement adéquat en cas de non conclusion d'une vente
3.2 formuler une offre de prix et la justifier	• identifier les éléments négociables dans une vente • respecter la marge de manœuvre autorisée par la politique commerciale du magasin. • Justifier un prix à partir de la valeur ajoutée incorporée dans la marchandise.

Fonction 4 : assurer la manutention des marchandises

ACTIVITES	COMPETENCES
4.1 participer à la réception des marchandises	• Identifier les intermédiaires et leur rôle dans le circuit de distribution • Différencier et compléter les documents liés à la réception de marchandises • Vérifier l'adéquation entre le bon de commande, le bon de livraison, la marchandise effectivement reçue et, éventuellement, la facture • Appliquer une procédure de vérification des marchandises reçues. • Identifier les raisons justifiant le retour de marchandises aux fournisseurs et en repérer les conditions • Encoder les entrées et retours de marchandises à l'aide d'un logiciel de gestion des stocks
4.2 stoker les marchandises	• Identifier les priorités : articles manquants en rayons, promotions, etc • Identifier les précautions à prendre en matière de manipulation des marchandises (déballage, vérification de l'état de la marchandise, manipulation particulière du matériel fragile) • Repérer la procédure de stockage (plan d'implantation, codes, produits périssables et fragiles, emballages, etc.) et les méthodes de rotation • Effectuer les entreposages adéquats et appliquer des techniques particulières 'par exemple : chaîne du froid)
4.3 utiliser le matériel de manutention	• Maîtriser les gestes professionnels spécifiques à la manutention • Interpréter le mode d'emploi et respecter les instructions d'utilisation des appareils de manutention ; décoder les sigles et symboles courants • Appliquer les normes de sécurité et déceler les dysfonctionnement et défauts du matériel

	• Appliquer les directives du règlement de travail en matière de protection (individuelle, collective)
4.4 assurer le conditionnement et la transformation des marchandises périssables et contrôler leur fraîcheur	• Appliquer les techniques et les gestes professionnels liés au conditionnement des fruits et légumes, salaisons, fromages, etc. (mise en bottes, caissettes, découpes, etc.) • Identifier les produits relevant d'une vente rapide, en accord avec le (la) responsable • Utiliser correctement et de manière sécuritaire les outils de pèse, de découpe et d'emballage.
4.5 préparer les marchandises	• Appliquer la réglementation en matière d'affichage, de codification et d'étiquetage. • Appliquer les règles d'étiquetage en usage dans la surface de distribution ou dans le magasin • Appliquer les règles de codification en usage dans l'entreprise • Appliquer les règles d'affichage
4.6 approvisionner les rayons	• Appliquer les méthodes d'assortiment et les techniques de mise en évidence des produits en usage dans l'entreprise • Vérifier l'adéquation de l'assortiment par rapport aux achats suggérés à la clientèle et aux ventes complémentaires envisagées • Identifier les situations où une intervention rapide s'impose (mise en ordre, nettoyage, réassortiment) • Appliquer les techniques particulières de mise en rayons et en gondoles des marchandises.

Fonction 5 : assurer la présentation et la mise en valeur des marchandises

ACTIVITES	COMPETENCES
5.1 Réaliser des lettrages	• Maîtriser l'écriture normalisée à main levée et utiliser les fonctions de base d'un logiciel spécifique à la réalisation de lettrages • Appliquer les techniques de réalisation de lettrages : par transfert de lettres, à main levée, à l'aide de gabarits)
5.2 utiliser les mannequins	• Reconnaître les principales catégories de mannequins et leurs usages spécifiques • Sélectionner le matériel (mannequins, présentoirs, accessoires) et déterminer : - l'emplacement du (des) mannequins(s) en fonction de l'espace disponible, de l'environnement, de l'éclairage, de la silhouette du mannequin - le style de présentation • choisir les vêtements correspondant à la taille du mannequin, au style du magasin et aux promotions en cours.
5.3 utiliser les présentoirs	• reconnaître différents types de présentoirs et leurs usages spécifiques. • Appliquer les techniques d'exposition de la marchandise • Maîtriser les gestes professionnels pour réaliser un emballage courant, un emballage de sécurité, un emballage cadeau, etc.
5.4 Concevoir et réaliser un projet de vitrine et d'étalage intérieur	• Identifier les différents types d'étalages et leur impact commercial • Reconnaître les pensées structurant l'organisation d'étalages commerciaux à partir de critères tels que : - simplicité, sobriété ; - représentativité de l'assortiment - choix des produits associés et complémentaires - mise en situation d'utilisation ; exploitation d'un thème, d'une histoire.

	- Mise en évidence de symboles - Respect du trajet visuel • Organiser l'espace d'un étalage, d'une vitrine ou d'une gondole en fonction d'intentions structurantes et de rapports cohérents. • Analyser les données du projet : - objectives : produits à mettre en vitrine, disposition des lieux, état des surfaces, thématique retenue, contraintes temporelles, budget) ; - subjectives : souhaits du commerçant, idées et valeurs à promouvoir) • explorer les possibilités offertes par la thématique retenue. • Chiffrer les coûts de réalisation • Réaliser des étalages et des vitrines dans les limites d'un budget alloué et d'un temps limité.
Utiliser les éléments d'éclairage	• Evaluer l'intensité lumineuse nécessaire à l'éclairage de diverses zones et éléments d'une vitrine ou d'un étalage. • Appliquer les techniques de : - création d'ambiances par la lumière - mise en valeur d'un objet par lumière
Promouvoir un produit et un service sur le point de vente	• appliquer les techniques de marketing ciblé • appliquer la législation relative aux opérations commerciales et promotionnelles • déterminer le contenu et le style d'un message publicitaire • réaliser un scénario de vente promotionnelle d'un produit courant.

Fonction 6 : effectuer les opérations liées à l'enregistrement des marchandises et au paiement

ACTIVITES	COMPETENCES
6.1 établir les documents commerciaux, effectuer des opérations de caisse	- reconnaître les documents commerciaux courants et leur usage - connaître les transactions liées aux opérations de caisse : paiements (comptant, chèques, cartes de crédit, cartes de débit, bons de réduction...) - utiliser les commandes de base d'un logiciel de facturation - utiliser le matériel et l'équipement relatif aux opérations de caisse. - Calculer : - un prix de vente (y compris en devises) en tenant compte des taxes, réductions commerciales, escomptes, frais de transport, acomptes reçus, consignation d'emballages, reprise éventuelle, etc ; - le pourcentage d'un nombre ; - une commission.
6.2 préparer le poste de travail	- assurer le fonctionnement de la caisse : - nettoyer la vitre du scanner - remplacer les rubans et les rouleaux - tester le fonctionnement du système - Préparer la caisse : - vérifier le fonds de caisse, - encoder les références, - échantillonner l'argent - compléter les documents de contrôle
6.3 pointer, scanner les marchandises	- maîtriser l'usage du clavier, la procédure d'ouverture et de fermeture de la caisse - interpréter les messages affichés à l'écran et réagir adéquatement - appliquer les transactions liées aux opérations de caisse : vente

	échange, remboursement, bons d'achat.... • Etablir un rapport de caisse • Estimer le coût d'achat • S'assurer que le client présente toutes les marchandises à la caisse
6.4 emballer la marchandise	• Maîtriser les gestes professionnels spécifiques aux opérations matérielles nécessaires compte tenu de la nature du produit
6.5 S'occuper des marchandises retournées et des réclamations	• Appliquer les consignes fixées par l'entreprise ou le fabricant pour un retour de marchandise non-conforme
6.6 Tenir à jour les fiches de stocks	• Connaître les techniques de valorisation des stocks (lifo, fifo, prix moyen...) • Utiliser les commandes de base d'un logiciel de gestion des stocks
6.7 gérer l'après vente	• Compléter les documents administratifs : fiche de crédit, contrat de service après-vente, garantie, contrat de location,...etc.
6.8 traiter des plaintes	• Mettre en œuvre une technique de reformulation de la plainte • Choisir un traitement approprié ou orienter le client vers un responsable du magasin • Evaluer la satisfaction du client

Fonction 7 : Participer aux commandes et aux livraisons

ACTIVITES	COMPETENCES
7.1 Etablir les commandes sous la responsabilité de commerçant	• Différencier et compléter les documents liés à l'approvisionnement • Commander par téléphone, par fax, par e-mail, etc.
7.2 participer aux inventaires	• Connaître les différentes formes d'inventaire et l'utilité de chacune • Appliquer une méthode appropriée • Compléter des fiches d'inventaire
7.3 participer aux décisions relatives aux choix commerciaux	• Participer aux actions commerciales de l'entreprise : - repérer les articles vedettes - faire une hypothèse sur les raisons d'une mévente - suggérer des actions concrètes à l'intérieur du magasin

Fonction 8 : appliquer les techniques de vente à distance

ACTIVITES	COMPETENCES
8.1 pratiquer la vente par téléphone	• identifier les principes et contextes d'application de la vente par téléphone • établir la trame de l'entretien - prise de contact - message de vente (besoins du client, avantages et bénéfices du produit ou du service) - anticipation et réponse aux objections - conditions de vente - conclusion • poser sa voix • argumenter la vente • conclure l'entretien et prendre congé du client
8.2 pratiquer la vente informatisée	• identifier les différentes utilisations d'Internet : - web - courrier électronique - téléchargement - adresses - forums....etc. • utiliser les outils Internet et le courrier électronique • appliquer les méthodes de navigation dans Internet pour rechercher des informations commerciales
8.3 pratiquer la vente par correspondance	• identifier les principes et contextes d'application de la vente par correspondance • appliquer les méthodes de vente par correspondance

Fonction 9 : respecter les règles de sécurité et d'hygiène

ACTIVITES	COMPETENCES
9.1 suivre les procédure prévues en cas d'urgence	- repérer les situations potentielles d'urgence sur un point de vente - appliquer les procédures prévues en cas d'urgence
9.2 manipuler correctement les matières dangereuses et les marchandises délicates	- interpréter les logos qui désignent des matières dangereuses - appliquer les précautions prescrites dans la manipulation des marchandises dangereuses ou délicates - appliquer les procédures prescrites en cas d'accident et de risque de contamination - interpréter les réglementations relatives aux matières dangereuses et établir la responsabilité des personnes dans leur fonction - appliquer les principes de base de l'ergonomie dans la manipulation des charges pondéreuses
9.3 contribuer à la prévention contre le vol	- identifier les principaux moyens antivol liés à l'étiquetage - détecter les comportements suspects des clients, les zones et les articles à risque - appliquer les procédures définies par l'entreprise en cas de vol (à l'étalage, dans le stock, lors de la manipulation ou de réapprovisionnement) par les clients ou le personnel - appliquer les mesures de sécurité de l'entreprise en matière de manipulation des fonds - mettre en œuvre les moyens de prévention des vols
9.4 appliquer les normes d'hygiène	- avoir une hygiène personnelles irréprochable pendant toute la durée du travail - reconnaître les éléments qui doivent être contrôlés lors de la manipulation de produits alimentaires - respecter les obligations légales des personnes manipulant des

	produits alimentaires • identifier les contrôles et les procédures utilisées dans l'entreposage et la mise en vente des différents produits
--	---

Fonction 10 : contribuer au bon fonctionnement du magasin et gérer la qualité

ACTIVITES	COMPETENCES
10.1 contribuer à l'image de marque du magasin	• réagir aux appels du personnel et des responsables du magasin • veiller au rangement du magasin, des rayons, des caddies et des paniers. • Veiller à l'accessibilité des rayons et au dégagement des allées • Veiller à son hygiène personnelle et au soin de sa tenue vestimentaire durant toute la journée
10.2 veiller à la qualité des produits et des services	• Evaluer son travail au regard des exigences de l'approche qualité • Déterminer les moyens individuels et collectifs susceptibles d'améliorer le fonctionnement du magasin dans le sens des objectifs de qualité • Contrôler la mise en rayons des produits et leur conformité par rapport aux normes de qualité définies par le magasin ; détecter les produits impropres à la vente. • Respecter la réglementation en matière de prix, d'hygiène et d'information sur les produits • Informer le (s) responsable(s) des achats des déficiences constatées dans la qualité des produits • Prendre des mesures immédiates pour maintenir l'achalandage de l'espace de vente et assurer la protection des produits • Proposer des améliorations dans la présentation marchande des produits, l'information sur les produits, le choix des équipements et accessoires.

Fonction 11 : s'intégrer dans la vie professionnelle

ACTIVITES	COMPETENCES
11.1 cadrer de vendeur sur le marché du travail	• S'informer des caractéristiques du marché du travail dans le domaine de la vente : types d'entreprises, perspectives d'emploi, rémunérations, possibilités d'avancement. • S'informer sur la nature et les exigences de l'emploi • Situer son travail dans l'ensemble de l'activité économique
11.2 développer les attitudes professionnelles	• S'affirmer avec courtoisie : - faire répéter - prendre la parole en public - exprimer son avis • s'imposer de la rigueur dans le travail : - planifier ses activités - accroître sa capacité d'apprendre - auto-évaluer son travail - être vigilant, ponctuel - être réceptif aux évolutions du métier - développer son autonomie, son sens des responsabilités, sa motivation • faire preuve de diplomatie, d'empathie : - garder son calme - saisir la logique et les émotions d'un interlocuteur - faire preuve de courtoisie • identifier ses droits, ses devoirs et ses responsabilités comme travailleur
11.3 développer des attitudes déontologiques	• respecter les normes déontologiques courantes : - confidentialité des données - convention de politesse dans les relations interpersonnelles - recherche constante de la satisfaction du client

	- loyauté - honnêteté • participer à la valorisation de l'entreprise : - percevoir l'esprit et la culture d'entreprise - s'impliquer dans les plans d'action en vue d'une gestion de qualité totale
Développer des attitudes relationnelles	• délimiter son travail au sein d'une équipe • s'insérer dans un travail d'équipe • reconnaître les limites de sa compétence, de ses droits, de ses responsabilités • reconnaître les modes habituels de régulation des conflits dans l'organisation du travail

LES PROFESSIONS DE LA VENTE

Les métiers de la distribution

-Marchandiseur :

Le marchandiseur a un rôle de c

Conseil et d'animation auprès des points de vente. Véritable promoteur des ventes de l'entreprise, le marchandiseur visite les points de vente pour conseiller les **chefs de rayons**, s'assurer de la bonne implantation des produits sur les linéaires et pour maintenir un **climat de partenariat**.

- Vendeur et vendeurs spécialisés :

L'**activité de vendeur** peut s'effectuer soit au sein d'un **magasin traditionnel** (franchise, ...) soit dans une plus grande structure (**G.S.S., G.S.B., ...**) mais elle a toujours pour principe l'accueil du client, le conseil et souvent l'encaissement des achats.

- Vendeur-démonstrateur :

Si le vendeur, a des horaires fixes en magasin et qu'il se contente de présenter les produits aux clients, le démonstrateur, lui, exerce son activité dans les foires expositions ou salons.

- **Les métiers relatifs à la vente de produits**

Le V.R.P. (**voyageur, représentant, placier**), exclusif ou multicarte est le fer de lance de la force de vente. Le **représentant** doit être organisé afin de gérer au mieux ses déplacements. Il prend les commandes des clients actuels et prospecte des clients potentiels. Il a aussi un rôle de **conseil et d'animation** auprès des points de vente. **Le contrat de travail du représentant V.R.P. est spécifique et il accorde des droits supplémentaires au salarié.**

L'agent mandataire n'est pas un salarié mais un mandataire indépendant inscrit au R.C.S., rémunéré par un salaire et des indemnités, tenu d'exécuter un contrat écrit de prestation

de services (négociation commerciale) pour le compte d'une ou plusieurs entreprises