

LES MÉTIERS DU **COMMERCE** ET DE LA **VENTE** EN PAYS DE LA LOIRE



LE POIDS CROISSANT DU E-COMMERCE

180 000 sites internet marchands actifs

92,6 milliards d'€ de chiffre d'affaires
+ 13,4 % par rapport à 2017

57 % des e-commerçants TPE/PME
vendent à l'international

38,8 millions de Français achètent sur internet
Soit 87,5 % des internautes

Effectifs : **180 000** personnes
(emplois directs)

(chiffres clés 2019, fédération e-commerce et vente à distance)

EN PAYS DE LA LOIRE

8 400 entreprises et **83 700** salariés

20 300 embauches/trimestre

22 % en CDI et **59 %** en CDD court

(chiffres URSSAF 2019)

Un secteur très diversifié avec de vastes débouchés, dans lequel le relationnel est incontournable.



EN MAGASIN

Au contact direct de la clientèle, pour renseigner, conseiller et faire découvrir les produits. Du vendeur au responsable, un seul objectif : satisfaire et répondre aux besoins et attentes des clients.



EN ENTREPRISE

Basées sur les résultats d'activité et le chiffre d'affaires, les fonctions commerciales recouvrent la majorité des postes. Trouver de nouveaux clients, les convaincre et les fidéliser, être l'ambassadeur de la marque, telles sont les missions de ces professionnels.



E-COMMERCE

Un clic pour valider la commande ! Les internautes sont les clients d'aujourd'hui. Pour les accompagner, les rassurer et les fidéliser, les professionnels s'appuient sur des supports numériques adaptés et sur différents moyens de communication : réseaux sociaux, sites ou bases de données.

LE COMMERCE CONVERSATIONNEL :

Cette tendance consiste à proposer au client d'une marque, une expérience optimisée en matière de conseil et d'achat via chatbot* ou messagerie conversationnelle. Avec ce service personnalisé, le client passe directement sa commande et effectue le paiement par le biais de cette conversation orale ou écrite, sans être redirigé vers une autre page du site.

* assistant conversationnel



Mathilde, business analyst

Une école de commerce en trois ans, un stage d'un an en marketing puis un travail de consultant.
« Mon métier, c'est vraiment de faire en sorte que le site soit plus performant afin d'atteindre les objectifs de vente. J'utilise un outil pour récupérer les données des visiteurs de notre site Internet. Mon objectif est de connaître le parcours du client sur le site, les produits qu'il a regardés et finalement achetés ».

DES MÉTIERS



EN MAGASIN

■ Chef de rayon

Responsable d'un secteur délimité dans le magasin, il dirige sa propre équipe. Il pilote : le choix des produits, la gestion des stocks, les commandes aux fournisseurs mais aussi le lancement de promotions et d'animations.

■ Responsable de magasin

Ses missions sont nombreuses et variées : décider des produits à valoriser et des démarques, organiser le temps de travail des vendeurs, suivre le chiffre d'affaires du magasin. La polyvalence des activités exige des connaissances aussi bien en management qu'en gestion.

■ Vendeur

Ecouter, informer, conseiller le client pour le satisfaire et aussi pour le fidéliser ! Le vendeur assure également l'approvisionnement des rayons, l'étiquetage des articles et le rangement du magasin.



EN ENTREPRISE

■ Commercial

Ses rencontres régulières avec les clients de l'entreprise lui permettent d'identifier leurs besoins et de leur proposer les nouveaux produits. Il prospecte, conseille et fidélise les clients pour son entreprise. Souvent sur le terrain, le commercial dispose d'un excellent relationnel.

■ Acheteur

La négociation est un aspect important du métier pour la distribution, l'industrie, l'objectif est d'obtenir les meilleurs prix auprès des fournisseurs. Le packaging, les qualités du produit et sa technologie font aussi partie des critères d'achat !

■ Télévendeur

Il travaille par téléphone, souvent dans un centre d'appel dédié. Il peut faire des réservations, de la prise de rendez-vous, du conseil ou vendre des produits. Le démarchage auprès de nouveaux clients permet aussi d'effectuer des enquêtes marketing et d'élaborer des profils.



EN LIGNE

■ Community manager

Un métier au cœur des réseaux sociaux ! La réactivité est un moteur pour créer et animer les communautés d'internautes autour de l'entreprise. Soigner l'e-réputation de la marque, conquérir et fidéliser les visiteurs par le biais de sites, blogs, pages Facebook et twitter.

■ Responsable e-commerce

Ce spécialiste gère l'espace de vente virtuel de l'entreprise. Stratège et créatif, son objectif est d'accroître le trafic et la notoriété du site. Son travail est au carrefour des métiers techniques du web, du marketing et de la vente.

■ Traffic manager

Il doit imaginer, mettre en place et suivre les résultats d'une campagne publicitaire sur internet. Scruter les usages des utilisateurs, les mots tapés dans les moteurs de recherche ou le nombre de clics lui permettent de conseiller les emplacements les meilleurs et les plus rentables.

TOUS LES MÉTIERS SONT MIXTES !

DES PARCOURS



Maxence,
**Responsable
achat**

Master marketing vente
Licence économie-
gestion



Audrey,
**Conseillère en
assurance**

BTS négociation et
digitalisation de la
relation client
Bac techno sciences
et technologies du
management et de
la gestion spécialité
mercatique (STMG)



Rachel,
**Commerciale
export**

licence pro métier
du commerce
international
BTS commerce
international



Patrick,
**Vendeur en
magasin de jouets**

Bac pro métiers du
commerce et de la vente
option A animation et
gestion de l'espace
commercial

DES QUESTIONS ?

« QUAND SE SPÉCIALISER ? »

Il est possible de se former directement après la classe de 3^e en choisissant un CAP ou un bac pro spécifique au domaine. Après le bac, de nombreuses filières d'études mènent aux métiers du commerce aussi bien à l'université qu'en école. Mais débiter par une formation dans une spécialité industrielle et se spécialiser dans un deuxième temps, peut également être un choix judicieux, car cette double compétence est très recherchée. Une offre très riche pour des parcours à construire.

« ÉCOLES, COMMENT CHOISIR ? »

De nombreuses écoles publiques ou privées proposent des formations à différents niveaux d'études. Le contrat d'alternance est aussi une voie professionnalisante adaptée pour se former à ces métiers. Ces établissements proposent régulièrement des portes ouvertes, utiles pour faire son choix.

« L'ANGLAIS INDISPENSABLE ? »

Pour de nombreux métiers du commerce et de la vente, parler au minimum l'anglais est un passeport indispensable. Pour certains postes dans les achats ou l'import-export, la maîtrise de 2 voire 3 langues étrangères sera obligatoire.

Lexique : **Bac techno** baccalauréat technologique – **Bac pro** baccalauréat professionnel – **BTS** brevet de technicien supérieur – **CAP** certificat d'aptitude professionnelle – **BP** brevet professionnel – **DUT** diplôme universitaire de technologie – **Licence pro** Licence professionnelle – **MC** mention complémentaire

DES FORMATIONS EN PAYS DE LA LOIRE

■ Acheteur

NIVEAU BAC +3

Licence pro gestion des achats et des approvisionnements

NIVEAU BAC +5

Diplôme d'ingénieur de l'École centrale de Nantes (filière ingénieur d'affaires à l'international)
Master marketing vente

■ Chef de rayon

NIVEAU BAC +2

BTS management commercial opérationnel

NIVEAU BAC +3

Licence pro commerce et distribution parcours distribution, management et gestion de rayon grandes surfaces

■ Commercial

NIVEAU BAC

Bac pro métiers du commerce et de la vente option B prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

NIVEAU BAC +2

BTS commerce international

NIVEAU BAC +3

Diplôme de l'École de gestion et de commerce (EGC) ⁽²⁾

Licence pro assurance, banque, finance : chargé de clientèle

NIVEAU BAC +5

Diplôme d'ingénieur de l'École supérieure du bois (option distribution et commerce)

■ Community manager

NIVEAU BAC +2

BTS communication
DUT information-communication option communication des organisations

NIVEAU BAC +3

Licence pro métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation web

■ Marchandiseur

NIVEAU BAC

Bac pro artisanat et métier d'art option marchandisage visuel

NIVEAU BAC +2

DUT techniques de commercialisation
Étalagiste décorateur marchandiseur ⁽¹⁾

NIVEAU BAC +3

DN MADE mention événement spécialité espace de communication

■ Référencéur

NIVEAU BAC +2

DUT métier du multimédia et de l'internet

NIVEAU BAC +3

Licence pro e-commerce et marketing numérique
Licence pro métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation web

■ Responsable de magasin

NIVEAU BAC +2

BTS management commercial opérationnel
DUT techniques de commercialisation

NIVEAU BAC +3

Licence pro management des activités commerciales

■ Responsable e-commerce

NIVEAU BAC +2

BTS négociation et digitalisation de la relation client

NIVEAU BAC +3

Licence pro e-commerce et marketing numérique

NIVEAU BAC +5

Diplôme de l'École supérieure des sciences commerciales d'Angers ⁽²⁾

■ Télévendeur

NIVEAU BAC

Bac pro métiers du commerce et de la vente option B prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

NIVEAU BAC +1

MC assistance, conseil, vente à distance

NIVEAU BAC +2

BTS négociation et digitalisation de la relation client
BTS technico-commercial

■ Trade marketer

NIVEAU BAC +5

Diplôme d'Audencia programme grande école ⁽²⁾
Master marketing vente

■ Vendeur

NIVEAU CAP

CAP Équipier polyvalent du commerce

NIVEAU BAC

Bac pro technicien conseil vente en alimentation option produits alimentaires ou option vins et spiritueux
Bac pro technicien conseil vente univers jardinerie
Bac pro technicien conseil vente en animalerie

⁽¹⁾ Titre d'école inscrit au répertoire national de la certification professionnelle (RNCP)

⁽²⁾ Formation visée par l'État.

POUR ALLER + LOIN

■ Découvrez le nouveau site de l'orientation
en région des Pays de la Loire
sur choisirmonmetier-paysdelaloire.fr

■ Retrouvez toutes les publications de l'Onisep
(collection Parcours, collection Dossier...)
sur onisep.fr

■ Visualisez votre futur métier en 3D dans
l'Orientibus, qui sillonne les routes des Pays
de la Loire



PEFC
10-31-1821



Agences pour
le recyclage des
papiers avec
la Région des
Pays de la Loire
et Esabato.

Production éditoriale élaborée dans le cadre d'un partenariat
entre la délégation régionale de l'ONISEP et la Région des
Pays de la Loire - Juin 2020 - © Photo de couverture :
GettyImage, Ridofranz

