



Gestionnaire du commerce de détail

CFC

Assistant, assistante du commerce de détail

AFP



Conseiller les clientes et les clients avec professionnalisme, amabilité et de manière personnalisée: les gestionnaires du commerce de détail contribuent ainsi à l'expérience d'achat dans les points de vente grâce à leur talent d'organisation, à leur excellente connaissance des produits et au soin qu'ils apportent à la présentation des marchandises. Ils participent également à la gestion de magasins en ligne en les rendant attrayants et simples d'utilisation.



CSFO Éditions

Qualités requises

J'aime travailler en équipe, j'ai le contact facile et du savoir-vivre

Les gestionnaires du commerce de détail sont en contact avec la clientèle, mais également avec leurs collègues. Dans tous les cas, ils doivent se montrer avenants et serviables.

Je sais être convaincant-e

Savoir s'exprimer de manière claire lorsqu'on travaille au contact de la clientèle est indispensable, que ce soit dans sa langue ou dans une langue étrangère. Ces professionnels doivent être compétents et faire preuve d'assurance lors des échanges.

J'ai le sens de l'organisation

Les produits doivent toujours être disponibles au bon endroit, en quantité suffisante et dans les délais voulus. Grâce à leur vue d'ensemble, les gestionnaires du commerce de détail maîtrisent le réapprovisionnement des rayons et du stock.

Je fais preuve de résistance et de flexibilité

L'ambiance peut vite devenir stressante certains soirs, les samedis ou à l'approche des fêtes de fin d'année. Les gestionnaires du commerce de détail doivent garder leur calme en toute circonstance, aussi lorsqu'ils répondent aux réclamations des clients.

J'assume volontiers des responsabilités

Au contact de la clientèle, les gestionnaires du commerce de détail sont confrontés régulièrement à des demandes particulières ou à des problèmes à résoudre. Pour y faire face, ces professionnels doivent prendre les choses en main en faisant preuve de réactivité et de discernement.

✓ Une très bonne connaissance des produits est nécessaire. Chaque aliment a besoin d'un mode de conservation différent pour rester frais, par exemple.



Les 22 branches en un coup d'œil

Les 22 branches pour les AFP et les CFC: After-Sales Automobile, Sales Automobile, Boulangerie-confiserie, Alimentation, Consumer-Electronics, Do it yourself, Quincaillerie, Électro-ménager, Peinture, Ménage, Landi, Ameublement, Transports publics, Papeterie, Parfumerie, Poste, Bijoux, pierres précieuses et montres, Chaussures, Jouets, Articles de sport, Textile, Magasins spécialisés en biens zoologiques.

Environnement de travail

L'environnement de travail des gestionnaires du commerce de détail varie en fonction du secteur: l'effervescence d'un magasin de bricolage contraste par exemple avec l'atmosphère calme et feutrée d'une bijouterie. Dans tous les cas, il est important de savoir dans quelle branche on souhaite travailler lorsque l'on postule pour une place d'apprentissage.

La taille des entreprises diffère fortement, allant de la petite boutique familiale au grand distributeur comptant plusieurs centaines de succursales. Dans les points de vente classiques, qui misent sur l'expérience d'achat, l'animation règne en permanence dans les rayons et avec les clients, contrairement aux boutiques en ligne dont la gestion se fait depuis un bureau.

Contacts humains permanents

Le point commun entre tous les secteurs? Les contacts humains, que ce soit avec la clientèle ou avec les collègues. Le déroulement d'une journée n'est pas planifiable en détail, mais va dépendre des besoins des clients. Les horaires de travail correspondent aux heures d'ouverture des surfaces commerciales, ce qui implique d'être disponible aussi en soirée et les samedis.

Formation CFC

Conditions d'admission

Scolarité obligatoire achevée

Durée

3 ans

Domaines spécifiques

Dès la 3^e année:

- Conception et réalisation d'expériences d'achat
- Gestion de magasins en ligne

Entreprise formatrice

Points de vente classiques avec ou sans activité dans le e-commerce, dans l'une des 22 branches

École professionnelle

Les cours ont lieu 1,5 jour par semaine en moyenne, toutes branches et domaines spécifiques confondus. Les écoles se situent dans toute la Suisse. Contenus de formation: gestion des relations avec les clients; gestion et présentation des produits et prestations; acquisition, intégration et développement des connaissances sur les produits et prestations; interac-

tions au sein de l'entreprise et dans la branche. À cela s'ajoute l'enseignement d'une deuxième langue nationale ou de l'anglais, de la culture générale et du sport.

Cours interentreprises

Organisés par les associations de branches, les cours se déroulent soit un jour par semaine, soit sous forme de cours-blocs. Deux blocs sont consacrés à l'acquisition, à l'intégration et au développement des connaissances sur les produits et les prestations. Un troisième bloc est lié au domaine spécifique.

Titre délivré

Certificat fédéral de capacité (CFC) de gestionnaire du commerce de détail

Maturité professionnelle

En fonction des résultats scolaires, il est possible d'obtenir une maturité professionnelle pendant ou après la formation initiale. La maturité professionnelle permet d'accéder aux études dans une haute école spécialisée (HES) en principe sans examen, selon la filière choisie.



◀ Elias Ulrich prend le temps de faire des essayages et de tester le matériel avec la cliente.

Anita Hess

17 ans, gestionnaire du commerce de détail CFC en 2^e année de formation, et
Elias Ulrich

16 ans, gestionnaire du commerce de détail CFC en 1^{re} année de formation, travaillent dans un magasin spécialisé dans les équipements sportifs et les vêtements de loisirs

Des conseils au plus proche de la réalité

Les gestionnaires du commerce de détail doivent posséder de nombreux talents. Anita Hess et Elias Ulrich savent proposer aux clients des expériences d'achat très réalistes comme celle d'emprunter un sentier de randonnée spécialement conçu dans le magasin. Ils pourraient même dépanner Roger Federer!

Anita Hess invite une cliente à poser le pied sur une plateforme. Celle-ci s'active sur commande et permet de mesurer les caractéristiques du pied qui s'affichent alors sur un écran. Sur cette base, l'apprentie peut sélectionner les chaussures de sport les mieux adaptées. «C'est un bel exemple d'expérience d'achat. Sans cela, les points de vente classiques n'auraient aucune chance face aux boutiques en ligne», relève Anita Hess.

▼ Grâce à l'analyse du pied, Anita Hess peut recommander des chaussures parfaitement adaptées.



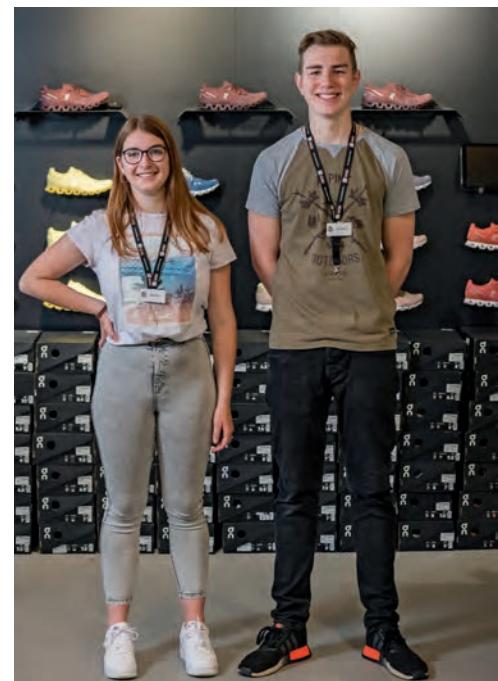
Le client passe avant tout

«Nous commençons la journée en préparant et nettoyant le magasin. Lorsqu'il n'y a pas de clients, nous déballons les nouveaux produits, les contrôlons et les étiquetons», explique l'apprentie. «Dès qu'une personne entre dans le magasin, elle devient notre priorité absolue et nous interrompons ce que nous faisons.

Cela tombe d'ailleurs très bien: ce que je préfère, c'est le conseil à la clientèle!» La cliente dont Anita Hess a analysé le pied aimeraient acheter des chaussures de randonnée. Elias Ulrich prend le relais en la conduisant vers un petit circuit aménagé dans le magasin. Celui-ci reproduit différents types de terrains à l'aide de pierres, de branches et de dalles. La cliente peut l'emprunter et se rendre compte des sensations qu'elle aura durant ses excursions. Elias Ulrich lui explique les points auxquels elle doit faire particulièrement attention et lui trouve même le sac à dos idéal pour compléter son équipement. L'apprenti leste le sac pour simuler le poids d'un paquetage bien rempli.

Théorie et pratique

«Je dois bien connaître les produits pour pouvoir conseiller au mieux la clientèle», souligne Elias Ulrich.



«Des formations sont dispensées par les fabricants ou par mon patron. Mais au final, rien de tel que l'observation et le toucher: lorsque je déballe de nouveaux produits, je les examine en détail afin de me faire une idée de leurs caractéristiques et des sensations qu'ils procurent. Plus je les manipule, plus j'en sais sur leurs spécificités. En faisant preuve d'attention et de curiosité, on devient vite expert en la matière.»

Les deux apprentis mettent constamment en pratique leurs connaissances théoriques. Anita Hess est ainsi tout autant à l'aise pour préparer des skis que pour confectionner des emballages cadeaux. Quant à Elias Ulrich, il est capable de corder une raquette de tennis en tenant compte du style du joueur: «Une certaine tension sur les côtés permet de gagner en précision, alors qu'un cordage plus souple va entraîner un effet catapulte.»

Connaître les produits sur le bout des doigts

Le magasin en ligne dans lequel exerce Diana Mulaj propose un large éventail de produits. Les tâches y sont très variées. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le contact direct avec les clients est courant.

En tant que gestionnaire de produits, Diana Mulaj fait partie de l'équipe responsable des offres spéciales mises en ligne quotidiennement par la boutique. «Ces propositions émanent des fabricants, de la direction ou de l'équipe elle-même et sont soigneusement examinées par les membres de l'équipe. Les produits mis à l'assortiment résultent d'une décision commune», explique-t-elle.

Un contact différent avec la clientèle

Diana Mulaj négocie les rabais et les conditions de livraison avec les fabricants, tout en assurant le conseil à la clientèle. «Dès que nos offres sont en ligne, les demandes des clients s'enchaînent, tant par e-mail que par téléphone», précise-t-elle. «Je dois être bien informée sur les nouveaux produits. Il m'arrive de conseiller des clients au sujet d'appareils que je n'ai jamais eus en main. Je dois donc trouver une parade.»

La satisfaction est d'autant plus grande lorsque les conseils font mouche. «Lorsque je parviens à répondre aux besoins, j'éprouve le sentiment du devoir accompli. L'absence de contact

personnel avec les clients est parfois un inconvénient. Dans tous les cas, je reçois des retours de leur part, que ce soit par le biais d'une évaluation en ligne ou d'une réponse à un conseil prodigué par e-mail», précise Diana Mulaj.

Résoudre les problèmes, soumettre des idées

Auparavant, Diana Mulaj travaillait comme conseillère à la clientèle pour des logiciels informatiques dans la même entreprise. «Les relations avec les clients étaient encore plus étroites.» La jeune femme entretenait de nombreux contacts avec le département achats de son entreprise. «Je devais par exemple clarifier la disponibilité et les délais de livraison d'un produit. Il arrivait aussi que les clients soumettent eux-mêmes des idées pour compléter notre assortiment.



▲ La gestionnaire quitte parfois son écran pour se rendre au showroom et y conseiller des clients.

Cohésion d'équipe

Dans son travail, Diana Mulaj ne reste toutefois pas coupée du monde: «Nous disposons d'un showroom, où la clientèle peut venir faire des achats ou retirer des commandes. Il m'arrive d'y conseiller les clients.» La gestionnaire apprécie la cohésion qui règne au sein de l'équipe. «Nous nous entraisons car nous avons un objectif commun: faire en sorte que toutes les demandes aient été traitées



▲ Diana Mulaj met quotidiennement à jour les données des différents articles.

Diana Mulaj

23 ans, gestionnaire du commerce de détail CFC, travaille dans une grande société de vente en ligne



à la fin de la journée, et que tous les clients soient satisfaits. C'est particulièrement important durant la période des fêtes de fin d'année, qui est très chargée chez nous!»

Frais et sympa



Assistant-e du commerce de détail AFP:
la formation professionnelle initiale en deux ans

«J'aime quand les clients repartent avec le sourire»

Muhamet Kurti

18 ans, assistant
du commerce de
détail AFP, employé
dans un magasin
d'alimentation

Pourquoi avez-vous choisi un métier de la vente?

J'adore le contact avec les clients et j'aime rendre service! Au début de mon apprentissage, j'étais très timide et j'osais à peine dire bonjour. Mes collègues, mais aussi les clients, m'ont fait des remarques que j'ai pris de manière positive. Cela m'a aidé à évoluer. Désormais, je me sens épanoui et en confiance.

Que propose votre magasin?

Il s'agit d'un petit supermarché de village. Il propose un vaste assortiment de produits d'usage quotidien et de boulangerie, des fruits et des légumes frais ainsi que des boissons. Nous vendons aussi différentes spécialités locales. La marchandise doit toujours être bien présentée. Je contrôle régulièrement l'état des produits et les dates de péremption.

Quels services offrez-vous?

Il m'arrive de préparer des commandes pour des personnes âgées, qui ne peuvent pas se déplacer. Notre activité étant axée sur le service aux clients, nous devons anticiper leurs besoins et y répondre. Par exemple lorsqu'un beau week-end se présente, nous savons que les gens vont venir acheter de la viande pour des grillades. Il faut prévoir suffisamment de marchandise!

Où en êtes-vous dans votre formation?

J'ai terminé mon AFP avec une très bonne moyenne. Mes supérieurs m'ont encouragé à continuer ma formation et j'ai pu entrer en 2^e année de CFC. Je suis très motivé! Petit à petit, je deviens plus autonome dans les tâches que je ne faisais pas en AFP, comme les commandes de marchandises. Mes collègues me soutiennent beaucoup et je souhaite donner le meilleur de moi-même. Quand j'aurai mon CFC, j'aimerais continuer à progresser dans ce métier!



▲ L'attrait d'un magasin passe par des étagères bien garnies et des marchandises joliment disposées.

L'AFP, c'est quoi?

La formation professionnelle initiale en deux ans d'assistant ou d'assistante du commerce de détail s'adresse à des personnes qui ont des difficultés d'apprentissage ou dont les connaissances scolaires ne leur permettent pas de commencer un CFC. Les exigences au niveau de la pratique sont à peu près les mêmes que pour le CFC, mais les cours professionnels sont plus simples. L'attestation fédérale de formation professionnelle (AFP) permet d'entrer dans le monde du travail ou de poursuivre sa formation pour obtenir le CFC de gestionnaire du commerce de détail, moyennant en principe deux années de formation supplémentaires.

Assistant-e du commerce de détail AFP

Durée 2 ans

Entreprise formatrice

Dans la vente au quotidien, les activités sont les mêmes que celles effectuées au niveau CFC.

École professionnelle

- 1 jour par semaine
- Langue étrangère niveau A2
- Compétences professionnelles de base
- Lieux: dans toute la Suisse

Cours interentreprises

- 10 jours organisés par les associations de branches
- Pas de domaine spécifique

Gestionnaire du commerce de détail CFC

Durée 3 ans

Entreprise formatrice

Gestion des réclamations et des demandes qui nécessitent une connaissance approfondie des produits et des solutions adaptées.

École professionnelle

- 1,5 jour par semaine
- Langue étrangère niveau B1
- Compétences professionnelles approfondies
- Lieux: dans toute la Suisse

Cours interentreprises

- 14 jours organisés par les associations de branches
- Domaine spécifique en 3^e année



▲ Conseiller la clientèle

Les assistant-e-s et les gestionnaires du commerce de détail sont toujours disponibles pour conseiller les clientes et les clients avec amabilité et professionnalisme.

▼ Connaître les produits Certains produits évoluent très rapidement. Les professionnels de la vente se tiennent au courant des dernières nouveautés et partagent leurs connaissances avec leurs collègues et la clientèle.



► Concevoir des expériences d'achat

Grâce aux gestionnaires du commerce de détail, chaque achat devient une expérience à part entière, comme lors de la prise de mesures pour des chaussures de randonnée.



► Mettre en valeur les produits

Les produits doivent être bien présentés pour assurer le succès des ventes. Ils sont mis en valeur en utilisant, par exemple, un éclairage adéquat.



◀ Faire des commandes

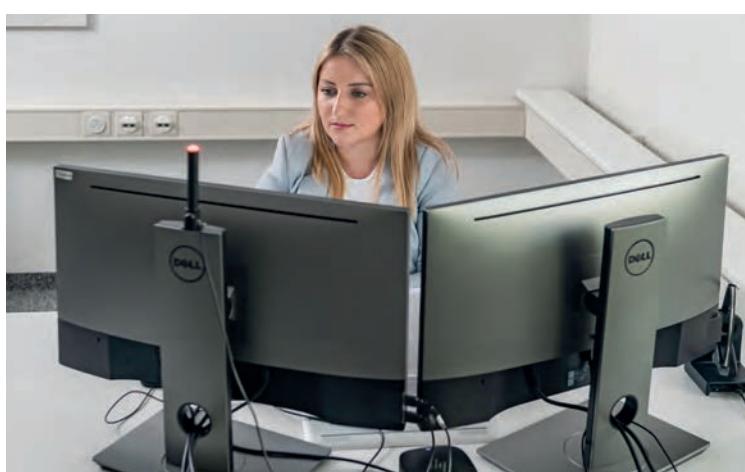
Lorsqu'il manque des articles, les professionnels de la vente passent de nouvelles commandes. Ils contrôlent les livraisons et stockent correctement la marchandise.



◀ Encaisser À la caisse, les assistant-e-s et les gestionnaires du commerce de détail scannent les marchandises et encaissent les paiements en espèces, par carte, ou par le biais d'applications.



▼ Gérer les données des articles en ligne Les gestionnaires du commerce de détail qui travaillent pour des magasins en ligne veillent à ce que les offres soient toujours à jour.



▼ Évaluer les ventes Quels articles se vendent particulièrement bien? Quels restent invendus? Les gestionnaires du commerce de détail évaluent la pertinence de l'assortiment en consultant les données de vente, l'état des stocks et la fréquence des clics sur les produits.



Marché du travail

Quelque 4000 jeunes terminent chaque année leur apprentissage de gestionnaire du commerce de détail; 1500 obtiennent l'AFP d'assistant-e du commerce de détail. La concurrence pour décrocher une place d'apprentissage est plus forte dans certaines branches (articles de sport ou électronique) que dans d'autres.

De nombreuses perspectives d'évolution

Les gestionnaires du commerce de détail diplômés sont des professionnels recherchés sur le marché du travail. Celles et ceux qui le souhaitent peuvent changer de branche, à condition d'être prêt à acquérir de nouvelles connaissances. Ils ont aussi la possibilité d'évoluer dans leur entreprise, en devenant par exemple responsables de rayon ou gérants. Le brevet fédéral de spécialiste du commerce de détail est le perfectionnement le plus suivi par les professionnels de la vente. Ce titre permet de diriger un département ou une succursale. Un nouveau brevet fédéral de spécialiste du E-commerce vient en outre d'être lancé. Dans le futur, la vente en ligne va gagner en importance. Les points de vente classiques devront s'adapter en conséquence: l'expérience d'achat et le conseil à la clientèle constitueront une réelle plus-value par rapport aux achats en ligne.



Domaines spécifiques

Les deux premières années d'apprentissage se déroulent dans des points de vente classiques. En 3^e année, les apprenti-e-s se spécialisent dans un domaine spécifique: **Conception et réalisation d'expériences d'achat:** l'activité se déroule dans les magasins où ils sont en contact direct avec la clientèle. Ils prodiguent des conseils aux clients, mettent en valeur les produits et participent à l'organisation de ventes promotionnelles ou d'événements pour les clients. **Gestion de magasins en ligne:** depuis leurs bureaux, ils gèrent les données et les stocks de marchandises pour les boutiques en ligne. Ils présentent les articles de manière attrayante, évaluent les données de vente et le comportement des clients, et améliorent les processus de commande et de paiement.



Adresses utiles

www.orientation.ch, pour toutes les questions concernant les places d'apprentissage, les professions et les formations
www.bds-fcs.ch/fr/vente2022, Formation du Commerce de Détail Suisse, informations sur les apprentissages dans les différentes branches et sur les possibilités de formation continue

www.orientation.ch/salaire, informations sur les salaires



Formation continue

Quelques possibilités après le CFC:

Cours: offres proposées par les associations professionnelles, les institutions de formation et les fournisseurs, par ex. connaissance des nouveaux produits, techniques de vente, etc.

Brevet fédéral (BF): spécialiste du commerce de détail, spécialiste du E-commerce, spécialiste d'achat/approvisionnement, spécialiste de la conduite d'équipe, spécialiste en marketing, spécialiste de vente

Diplôme fédéral (DF): manager du commerce de détail, responsable achats, expert-e en conduite organisationnelle, chef-fe de marketing, chef-fe de vente

École supérieure (ES): économiste d'entreprise, marketing manager

Haute école spécialisée (HES): bachelor en économie d'entreprise



Spécialiste du commerce de détail BF

Ces spécialistes assument des fonctions exigeantes et des tâches de direction dans le commerce de détail. Ils sont par exemple responsables de l'assortiment et de la tenue des stocks. Ils peuvent être amenés à réaliser des études de marché – notamment au moyen d'enquêtes auprès de la clientèle – à partir desquelles ils définiront des mesures marketing. Ils calculent les coûts et établissent les budgets. Ils assurent la gestion du personnel et dispensent des formations en matière de techniques de vente.



Spécialiste du E-commerce BF

Ces spécialistes mettent sur pied, exploitent et développent des boutiques en ligne et des plateformes numériques de vente de services et de produits. Ils dirigent et accompagnent des projets dans le domaine du commerce en ligne. Au sein d'une équipe, ils assument des tâches destinées à augmenter la visibilité des produits et à améliorer les processus d'achat, en tenant compte des remarques de la clientèle. Ils mettent également en œuvre des mesures marketing.

Impressum

1^{re} édition 2021

© 2021 CSFO, Berne. Tous droits réservés.

Édition:

Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière CSFO
 CSFO Éditions, www.csfo.ch, editions@csfo.ch
 Le CSFO est une institution de la CDIP.

Enquête et rédaction: Peter Kraft, Corinne Vuitel, Fabio Ballinari, CSFO **Traduction:** Service linguistique de la Fondation ch **Relecture:** Sven Sievi, Formation du Commerce de Détail Suisse; Marianne Gattiker, Saint-Aubin-Sauges **Photos:** Maurice Grüning, Zurich; Thierry Porchet, Yvonand **Graphisme:** Eclipse Studios, Schaffhouse **Mise en page et impression:** Haller + Jenzer; Berthoud

Diffusion, service client:

CSFO Distribution, Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen
 Tél. 0848 999 002, distribution@csfo.ch, www.shop.csfo.ch

N° d'article:

FE2-3168 (1 exemplaire), FB2-3168 (paquet de 50 exemplaires). Ce dépliant est également disponible en allemand et en italien.

Nous remercions toutes les personnes et les entreprises qui ont participé à l'élaboration de ce document. Produit avec le soutien du SEFRI.