



Autres familles :

Commerciale
Réception Marchandise
en magasin
Instruments de musique
Galeries d'art / Estampes
Antiquités / brocante

CDNA



Acheteur

Chef de produit

Environnement métier

Intitulé du métier : Acheteur

Définition ou description synthétique du métier

L'acheteur assure la responsabilité des achats sur un panel de produits définis. Il définit avec sa hiérarchie la stratégie d'achat et gère son parc de fournisseurs. Il prospecte les fournisseurs potentiels et négocie les prix puis selon la politique commerciale de la structure, il sélectionne la meilleure offre produit en optimisant ses conditions d'achat et en contrôlant les stocks.

Accès au métier

En recrutement externe, l'accès à ce métier se fait par des formations de niveau I ou II (école de commerce, marketing,...) en étant passé par un poste d'acheteur junior. En promotion interne, une expérience professionnelle dans un métier commercial peut permettre l'accès à celui d'acheteur. Ce passage est facilité par l'acquisition d'une expertise sur certaines familles de produits.

Conditions de travail

Ce métier peut requérir des déplacements plus ou moins nombreux selon les familles de produits en charge afin de rencontrer les fournisseurs, aller dans les magasins ou se rendre à des salons nationaux ou internationaux.

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

En interne, les relations sont fréquentes avec la direction commerciale, le marketing, les responsables régionaux et parfois avec les directeurs de magasins.
En externe, les échanges se font principalement avec les fournisseurs.

Environnement de travail

L'étendue des familles de produits gérées est plus ou moins large selon la taille de la structure.

Activités communes regroupées par domaine d'activités

Analyse et sélection des produits

- > Analyser le marché
- > Assurer une veille de la concurrence
- > Se coordonner avec les directions commerciale et marketing

Gestion des fournisseurs

- > Prospecter les fournisseurs
- > Évaluer les fournisseurs selon leur rapport qualité/prix, leurs capacités de production et leur fiabilité
- > Négocier les conditions avec les fournisseurs (prix, quantité, packaging, délais de paiement, livraison)

Gestion des contrats

- > Conclure les marchés et établir les contrats
- > Suivre l'exécution des contrats
- > Optimiser la gestion des stocks

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtrise des outils de gestion
- > Maîtrise des techniques commerciales et de merchandising
- > Maîtriser les techniques de négociation

Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Savoir analyser les résultats des ventes
- > Savoir évaluer les risques dans le choix des fournisseurs
- > Gérer son portefeuille de fournisseurs à long terme et actualiser sa base de données
- > Savoir innover dans l'élaboration de son offre et anticiper les besoins de la clientèle
- > Savoir proposer des garanties techniques, économiques et juridiques dans l'établissement des contrats avec les fournisseurs

Compétences relationnelles et comportementales

- > Travailler en concertation avec les directions commerciale, marketing et les directeurs de points de vente
- > Organiser son suivi de l'exécution des contrats de manière rigoureuse
- > Savoir convaincre ses interlocuteurs dans le développement de son argumentation
- > Avoir une curiosité, un goût pour la veille, l'analyse et l'évolution de la demande et du marché, les nouveaux produits
- > Disposer d'une capacité à sentir les tendances

Autres familles :

Commerciale
Réception Marchandise
en magasin
Instruments de musique
Galeries d'art / Estampes
Antiquités / brocante