



## EMPLOIS & CERTIFICATIONS

### DANS LES ENTREPRISES DU NEGOCE DE L'AMEUBLEMENT

## LES PRINCIPAUX FACTEURS DE TRANSFORMATION DU SECTEUR ET LEURS IMPACTS STRATEGIQUES

### UNE ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

#### DES EXIGENCES RENFORCÉES

- **Produit** : des attentes élevées sur la qualité, le rapport qualité-prix, la durabilité et la différenciation du produit
- **Expérience d'achat** : une expérience « sans couture » de la recherche d'information jusqu'à la possession du produit
- **Services additionnels** : une exigence dans les services accompagnant l'acte d'achat (de la recherche d'information à l'installation du produit au domicile)
- **Marque** : une attention portée à la marque et son e-réputation, sa marque employeur, ses démarches RSE

- Evolution des stratégies d'implantation et alignement des points de vente
- Valorisation des produits et création des « lieux d'expérience »
- Digitalisation des magasins pour accompagner le client dans sa projection de l'utilisation produit
- Evolution des espaces de vente pour générer une émotion client
- Diversification de l'offre de service produit sur l'ensemble des étapes du parcours client

#### DES CONSOMMATEURS UNIQUES ET AUTONOMES

- **Profils de consommateurs diversifiés** : demandes et usages différents selon les profils
- **Une demande de personnalisation** sur toutes les gammes produits, se prolongeant après l'expérience d'achat

- Transformation des stratégies et canaux d'achats (sourcer de nouveaux fournisseurs et de nouveaux matériaux)
- Innovation produit et élargissement des gammes produits
- Optimisation de la chaîne logistique (réduction des stocks, multiplication des références produits)
- Refonte des stratégies d'agencement des magasins

#### EVOLUTION DES USAGES

- **Consommation et information à la demande** : acheter ou s'informer rapidement, à tout moment, tout endroit, ou via tout dispositif (ordinateur, smartphone, magasin...).
- **Achats responsables** : consommateurs-acteurs en recherche d'achats responsables
- **Influence entre consommateurs** : intérêt et prise en compte des avis et expériences vécues par les autres consommateurs.

- Renforcement du marketing digital
- Développement de gammes de produits écoresponsables et de politiques RSE
- Développement de nouvelles modalités de vente
- Des outils et SI robustes pour répondre à l'exigence de rapidité de traitement des commandes
- Gestion renforcée de l'e-réputation et de la marque employeur

# PRINCIPAUX FACTEURS DE TRANSFORMATION DU SECTEUR ET LEURS IMPACTS STRATEGIQUES

## UNE ÉVOLUTION DE L'ÉCOSYSTÈME ET DE L'ENVIRONNEMENT

### ESSOR DE L'ÉCONOMIE SERVICIELLE

- **Nouveaux services autour de l'acte d'achat** (physiques ou digitaux) : des consommateurs qui ne basent plus l'acte d'achat uniquement sur le produit mais sur un ensemble de critères dont les services associés à la vente font partie.
  - **Développement du marché de l'occasion** : alimenté notamment par la tendance de fond autour de la préoccupation écologique mais aussi par un désir des consommateurs de réaliser des économies.
- Refonte de la stratégie commerciale et marketing et développement de nouvelles activités et de nouveaux services
  - Des services associés à l'essor du marché de l'occasion : des sites dédiés, des espaces dédiés à l'occasion en magasin, des offres de reprise...

### ECOSYSTÈME RENOUEVÉ

- **Concurrence avec des acteurs exclusivement digitaux**
  - **Nouveaux acteurs professionnels et particuliers** : entreprises et/ou start-up proposant des services liés à l'acte d'achat (livraison, personnalisation, montage)
- Des stratégies de différenciation pour faire face aux acteurs exclusivement digitaux
  - Développement des stratégies partenariales et d'acquisition des acteurs prestataires de services complémentaires

### DIGITALISATION

- **De nouveaux usages clients avec une utilisation en continu du smartphone** : consultation des différents sites, réseaux sociaux, applications à tout moment/endroit
  - **Une digitalisation du parcours client global** : de la recherche d'information en passant par la conception jusqu'à la livraison. La nécessité de réinventer l'expérience client s'opère par une digitalisation à deux niveaux : en ligne et en magasin
  - **De nouveaux outils internes et l'évolution d'outils existants** : innovation dans les outils d'aide à la vente, de marketing, de gestion et de conception
- Réactivité et adaptabilité des stratégies commerciales et marketing
  - Développement de nouveaux services digitalisés (en ligne et en magasin)
  - Développement des stratégies partenariales avec des acteurs / influenceurs
  - Acquisition et développement d'outils SI plus robustes, innovants, interconnectés et adaptés aux besoins clients
  - Renouvellement des chaînes logistiques

# CARTOGRAPHIE DES EMPLOIS

## VENTE

Directeur / Responsable commercial

Directeur / Responsable de magasin

Directeur adjoint

Chef de rayon

Chef des ventes  
Cuisine

Vendeur  
conseil

Visual  
Merchandiser

Vendeur  
concepteur

Responsable de caisse

Caissier / hôte d'accueil

Assistant  
administratif  
et  
commercial

## Relation client / SAV

Responsable SAV

Hôte / Chargé de  
SAV

Technicien SAV  
électroménager  
/ meuble /  
cuisine

Directeur /  
Responsable  
Service Client

Chargé de  
relation client

## RECONDITIONNEMENT

Vendeur  
reconditionnement

## MARKETING / DIGITAL

Responsable e-  
commerce

Chef de projet  
SI/Digital

Community manager  
/ Content manager

Traffic manager

Designer UX/UI

Directeur Marketing

Chef de produit

Assistant marketing

Responsable  
Communication

Chargé de  
communication

Graphiste

## SUPPORT

Développeur /  
Programmeur

Technicien  
support  
informatique

Directeur financier

Contrôleur de gestion

Comptable

Juriste

Directeur des Ressources  
Humaines

Responsable  
RH

Responsable  
Expérience  
collaborateur

Chargé de RSE / Développement  
RH / Recrutement

## COMMERCIALISATION

Directeur opérationnel  
/ de réseau

Responsable de secteur

Animateur réseau

Responsable  
Merchandising

Assistant Merchandising

## TECHNIQUE

Architecte  
d'intérieur

Décorateur

Dessinateur

Couturier /  
Tapissier

Solier –  
moquettiste

Menuisier /  
Ebéniste

Monteur

Poseur cuisines  
/ salles de bain

## SUPPLY CHAIN / ACHATS

### MAGASIN

Responsable de dépôt

Préparateur de  
commande / Magasinier

Chauffeur - livreur

### PLATEFORME

Responsable de service  
logistique

Responsable de  
plateforme

Opérateur logistique /  
Magasinier

Chauffeur - livreur

### SIÈGE

Responsable des flux

Gestionnaire  
d'approvisionnement

### ACHATS

Directeur des achats

Acheteur

Assistant achats

# LA BRANCHE DU NÉGOCE DE L'AMEUBLEMENT

## La branche en chiffres



**58 230**  
salariés



**5 740**  
entreprises



**13,38 Mds d'Euros**  
de chiffre d'affaires

Source : Rapport de branche 2020 – Données 2019

## Se former

**Changez de décor**  
avec les qualifications du Négoce de l'ameublement  
**Devenez concepteur vendeur de cuisines et aménagement intérieur**

MÉTIER DU **NÉGOCE AMEUBLEMENT**  
Le sens du service, ça fait la différence !

**Changez de décor**  
avec les qualifications du Négoce de l'ameublement  
**Devenez Chef des ventes en magasin de cuisines et aménagement intérieur**

MÉTIER DU **NÉGOCE AMEUBLEMENT**  
Le sens du service, ça fait la différence !

**Changez de décor**  
avec les qualifications du Négoce de l'ameublement  
**Devenez installateur de cuisines et aménagement intérieur**

MÉTIER DU **NÉGOCE AMEUBLEMENT**  
Le sens du service, ça fait la différence !

**Changez de décor**  
avec les qualifications du Négoce de l'ameublement  
**Devenez Décorateur de cuisines et agencement intérieur**

MÉTIER DU **NÉGOCE AMEUBLEMENT**  
Le sens du service, ça fait la différence !

<https://www.formations-metiers-ameublement.fr/>

## LES MISSIONS DE L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE :



**Anticiper et analyser**  
l'évolution des métiers et des compétences



**Produire et capitaliser**  
des données statistiques  
sectorielles, territoriales,  
thématiques



**Accompagner et outiller**  
les politiques emploi-  
formation des branches  
professionnelles



**Valoriser et promouvoir**  
les travaux auprès des acteurs  
de l'emploi et de la formation

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur

[www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/](http://www.loppcommerce.com/l-observatoire-prospectif-du-commerce/presentation/)

Direction de rédaction : Observatoire prospectif du commerce  
Rédaction : OBEA