



EMPLOIS & CERTIFICATIONS

DANS LES ENTREPRISES DU COMMERCE ET SERVICES DE L'AUDIOVISUEL, DE L'ÉLECTRONIQUE ET DE L'ÉQUIPEMENT MÉNAGER

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 et une obtention rapide 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, voire à la maintenance/SAV)
- **Marque** : une attention portée à la marque et son e-réputation, sa marque employeur, ses démarches RSE (Pour certains profils de consommateurs)
- **Une attente particulière sur la relation client**

- Une tendance marquée à maintenir le nombre de points de vente physique
- Digitalisation des magasins
- Evolution des espaces de vente pensés pour faire vivre une expérience client
- Diversification de l'offre de service produits sur l'ensemble des étapes du parcours client

Des consommateurs uniques et autonomes

- **Profils de consommateurs diversifiés** : demandes et usages différents selon les profils (âge, CSP et territoire)
- **Une demande de personnalisation** sur la relation client durant l'achat, se prolongeant après l'expérience d'achat

- Innovation produit et élargissement des gammes de produit
- Optimisation de la chaîne logistique
- Stratégie d'interconnexion entre les différents points de contacts
- Stratégie de réagencement des magasins

Evolution des usages

- **Consommation et information à la demande** : acheter ou s'informer rapidement, à tout moment, tout endroit, ou via tous dispositifs (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
- Stratégies de vente et de reprise : développement de politiques RSE et de ventes diversifiées
- 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 la 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

- De nouvelles prestations additionnelles à l'acte d'achat
- De nouveaux services, en présentiel ou distanciel
- Développement du marché de l'occasion/reconditionné

- Développement de nouvelles activités et de nouveaux services (ateliers de démonstration, d'installation, ...)
- Des services associés à l'essor du marché de l'occasion et du reconditionné

Développement de nouvelles technologies

- **Une évolution rapide des produits et des gammes de produits :**
 - Plus de produits associés à plus d'usages (domotique pour personnes âgées, gadgets...)
 - De multiples générations d'un même produit
 - Un cycle de vie produit plus court et plus fréquent
- **Des produits de plus en plus pointus en termes de nouvelles technologies :**
 - Les produits auparavant électromécaniques tendent à incorporer de manière quasi systématique des composants logiciels. Ainsi, on note une croissance des dysfonctionnements liées au « soft » dans la connexion ou l'interconnectivité entre les produits.
 - De plus, les produits connectés sont associés à des applications et un environnement de connexion, qui sont évolutifs dans le temps. Les sources de dysfonctionnements dans l'usage des produits connectés sont multiples ou nouveaux.
- **Arrivée de la 5G : un changement majeur dans le secteur au cœur de l'actualité**
 - Une technologie qui fait débat actuellement
 - Des entreprises au positionnement contrasté sur le sujet : à traiter à court terme (cette année) à moyen terme ?
 - La 5G, au cœur des enjeux de nouvelles technologies et des préoccupations environnementales

Digitalisation

- De nouveaux usages clients avec une utilisation en continu du smartphone
- Une digitalisation du parcours client global : de la recherche d'information en passant par la conception jusqu'à la livraison
- 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)
- Acquisition et développement d'outils SI plus robustes, innovants, interconnectés et adaptés aux besoins clients
- Renouvellement des chaînes logistiques (livraison des magasins, à domicile, en point relais dans des temps plus contraints avec des disparités territoriales)

CARTOGRAPHIE DES EMPLOIS

COMMERCIALISATION

Directeur commercial

Responsable de zone territoriale/ chef des ventes

Coach des ventes itinérant/ coordinateur produits

Directeur /Responsable e-commerce

Content, community manager

Traffic manager

Data scientist/analyst

Designer UI/UX

Directeur/Responsable marketing

Chargé d'études marketing

Chargé de marketing digital

Assistant marketing

Directeur/Responsable merchandising

Merchandiser

Assistant merchandiser

SUPPLY CHAIN

Directeur/Responsable achats

Acheteur / chef de produit

Gestionnaire des achats

Administrateur/assistant achat

Directeur/Responsable d'exploitation/logistique

Responsable de flux

Chef d'équipe d'exploitation/logistique

Préparateur de commandes

Opérateur logistique

Chauffeur- livreur - installateur

Responsable qualité/QHSE

Analyste transport

VENTE

Directeur/Responsable de magasin

Responsable de rayon / univers

Vendeur animateur

Vendeur expert

Concepteur vendeur cuisine

Vendeur conseil électro ménager/ multimédia/ téléphonie

Employé administratif & commercial

ACCUEIL / SAV / INSTALLATION

Directeur/Responsable de service client

Adjoint service client

Conseiller service client

Hôte de caisse / d'accueil

Magasinier

Directeur/Responsable SAV

Coordinateur service cuisine

Chargé de SAV

Technicien multiproduits

Technicien réseaux

Également Installateur en TPE/PME

SUPPORT

Directeur/Responsable administratif et financier

Directeur/Responsable SI / Sécurité

Contrôleur de gestion

Chef de projet SI/digital

Comptable

Développeur

Directeur/Responsable RH

Assistant RH

Chargé de communication

Chargé de RSE

Responsable de formation

Formateur

LA BRANCHE DES COMMERCE ET SERVICES DE L'AUDIOVISUEL, DE L'ÉLECTRONIQUE ET DE L'ÉQUIPEMENT MÉNAGER

La branche en chiffres



66 000
salariés



20 000
entreprises



9 Mds d'Euros
de chiffre d'affaires

Source : Rapport de branche 2020 – Données 2019

Se former

<https://www.formations-electromenager-multimedia.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/

Direction de rédaction : Observatoire prospectif du commerce
Rédaction : OBEA