



• Acheteur/Chef de produit

- Styliste/Tendanceur
- Responsable de style/Directeur de style

Intitulé du métier

Acheteur/Chef de produit

Autres appellations du métier

Acheteur senior, chef de produit, acheteur/chef de produit, acheteur marques nationales, acheteur marques propres

Définition ou description synthétique du métier

L'acheteur assure la responsabilité des achats sur un panel de produits définis. Il définit (pour les marques propres) ou sélectionne 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 des magasins. Il analyse également les besoins de la clientèle et contribue au développement des ventes sur les familles de produits dont il a la responsabilité. Il est chargé de la définition ou de la sélection et de la gestion d'une gamme de produits (suivi des collections, mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise pour cette gamme de produit, sous la responsabilité du directeur du marketing), du suivi des opérations de marketing et du développement du merchandising.

Accès au métier

L'accès se fait régulièrement par recrutement externe soit directement après une formation de niveau I ou II (école de commerce, marketing,...) soit après une expérience confirmée d'acheteur.

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 à l'intérieur des achats, avec la direction commerciale, le marketing et parfois avec les directeurs de magasin.

En externe, les échanges se font principalement avec les fournisseurs.

Activités communes (cœur de métier), regroupées en domaines d'activités

Collectionning et sélection des produits

- Mener des analyses sur le marché, la concurrence, les marques, les produits, les gammes de prix
- Effectuer des visites chez les fournisseurs
- Aller aux collections (et aux défilés)
- Se coordonner avec les départements marketing et commercial

Négociation/gestion des fournisseurs

- Gérer un parc de marques
- Évaluer les fournisseurs selon leur rapport qualité/prix, leurs capacités de production et leur fiabilité
- Négocier les conditions avec les marques (prix, quantité, packaging, délais de paiement, livraison)
- Préparer les éléments du contrat en lien avec le service juridique

Commercial

- Analyser les résultats des ventes et des marges
- Assurer le reporting avec les fournisseurs
- Apporter des mesures correctives
- Participer à la définition d'une politique de dynamisation des ventes
- Gérer les réassorts, les commandes et les référencement avec un gestionnaire

Prospection

- Prospecter les fournisseurs
- Assurer une veille de la concurrence

Activités spécifiques

Un acheteur senior encadre souvent une petite équipe d'acheteurs : il est garant de l'atteinte des objectifs. Il organise, suit et évalue leur travail. Il peut être amené à se déplacer avec eux pour suivre leur négociation.

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- Maîtriser les outils de gestion
- Maîtriser les techniques commerciales et de merchandising
- Maîtriser les techniques de négociation
- Avoir des connaissances dans le domaine juridique

Savoirs de l'action (savoir-faire)

- Savoir analyser les résultats des ventes
- Savoir évaluer les risques dans le choix des fournisseurs
- Avoir une vision globale de son secteur
- 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
- Savoir évaluer sa marge de manœuvre selon le statut du fournisseur (ferme, condition, commission à la vente)



• Acheteur/Chef de produit

- Styliste/Tendancier
- Responsable de style/Directeur de style

Compétences relationnelles et comportementales

- Travailler en concertation avec les directions commerciale, marketing et les directeurs de magasin
- Organiser le suivi de l'exécution des contrats de manière rigoureuse
- Savoir convaincre ses interlocuteurs en développant 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
- Savoir analyser des données nombreuses et réaliser une synthèse rapide
- Disposer d'un équilibre entre ses capacités créatives et de gestionnaire

Environnement de travail

L'activité varie selon que l'acheteur gère des produits de marques propres ou non. Dans le cas des marques propres, les missions du chef de produit et de l'acheteur sont souvent associées dans le même métier.