

LES MÉTIERS DE LA CONSO

CHEF DE SECTEUR



LES MÉTIERS DE LA CONSO CHEF DE SECTEUR

Kevin Bonhomme, 27 ans

Chef de secteur Yoplait
(Charente-Maritime, Deux-Sèvres, Vienne)

NIORT



A 27 ans, Kevin Bonhomme a déjà presque une dizaine d'années d'expérience "sur le carrelage".

D'abord employé LS au Leclerc de Lagord (17) aussitôt le bac en poche, puis adjoint de rayon en pâtisserie, il "franchit le Rubicon" en 2022 et rejoint la force de vente Yoplait. Toujours "sur le carrelage" mais dans 36 magasins et 8 drives différents. De La Rochelle à Niort, il parcourt... 60 000 km par an.

CHEF DE SECTEUR, C'EST QUOI ?

Dans l'esprit, **c'est être l'ambassadeur local des marques de l'entreprise en magasins**. Et, concrètement, il s'agit de mettre en place des opérations commerciales de mises en avant et de maximiser la présence de la marque. C'est la "bataille du linéaire" ! Chaque fois que l'on expose mieux nos produits, on a plus de chance d'en vendre. Le chef de secteur doit aussi convaincre ses interlocuteurs en magasins de suivre la marque dans sa vision du rayon. C'est le volet merchandising de la fonction.

UNE SEMAINE DE CHEF SECTEUR ?

Lorsqu'il n'y a pas de rendez-vous internes à l'entreprise (réunions régionales, conventions, formations, etc.), c'est... sur le terrain, en magasins. **La journée démarre vers 5h pour les actions "avant ouverture" : recadrage rayon, mise en place d'OP, etc. De 5h à 9h, je visite donc mes deux premiers magasins.** **Après ouverture, c'est le moment des "rendez-vous assis" avec mes interlocuteurs commerciaux : on fait le point sur le marché, la marque et ses produits.** Je suis à la fois à l'écoute des chefs de rayons et dans une logique de proposition et de négociation sur la présence de mes produits. Sur une journée, j'aurais visité de 5 à 7 magasins. En parallèle, le chef de secteur a un volet administratif à assurer : reporting vers la direction commerciale, élaboration du plan d'affaires pour les principaux magasins de sa zone, organisation des tournées, prise de rendez-vous et, selon l'équipe, planification du travail du/des promoteur(s), qui est/sont le relais du chef de secteur dans les magasins.

LA MOBILITÉ PERMANENTE, UNE CONTRAINTE OU UNE CHANCE ?

Personnellement, une chance ! **Aucune routine dans le métier. Ni routine géographique, ni routine relationnelle.** Tous les jours, je suis dans des magasins différents (je rayonne sur 2h30 autour de mon



Kevin Bonhomme
à Leclerc Niort, le 10 février.

domicile) et dans des situations différentes. Le tout avec une liberté appréciable ! Un chef de secteur est très autonome dans son organisation. C'est même une qualité indispensable.

JUSTEMENT, LES QUALITÉS D'UN BON CHEF DE SECTEUR ?

Outre l'autonomie, le relationnel. Le commerce c'est avant tout de la relation. Au-delà des produits et des activations qui sont imaginées par les marques, **un chef de secteur peut faire la différence par la qualité de sa relation avec son interlocuteur**. Ça dépasse le strict cadre formel de la présentation des produits, des OP, des tableaux, etc. C'est une part de la magie du métier.

L'UTILITÉ DES FORCES DE VENTE À L'HEURE DE LA CENTRALISATION DU COMMERCE EST PARFOIS QUESTIONNÉE. ALORS, Utile ou pas utile ?

Évidemment utile. **Il faut ne jamais "avoir fait de terrain" pour ne pas mesurer l'utilité d'un chef de secteur** ! Une marque se défend. Parfois centimètre par centimètre. C'est le rôle du chef de secteur.

INDÉPENDANTS OU INTÉGRÉS, QUELLE DIFFÉRENCE ?

Différence sur les marges de manœuvre des magasins. C'est indéniable. Par exemple, organiser une OP complémentaire est possible chez un indépendant, c'est plus difficile dans une enseigne intégrée. Mais sur les facings et les implantations on a toujours un effet. Une visite magasin n'est jamais inutile.

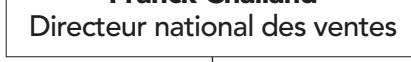
DU CHEF DE SECTEUR
AU PATRON...



Kevin Bonhomme



Franck Challand



Pierre-Nicolas Barthel
Directeur commercial



Gaël Durand
DGA Yoplait Europe

INTERDIT DE MAGASIN, ÇA ARRIVE ?

Honnêtement, c'est rare. Mais, c'est vrai, en période de "négos", ça peut arriver. Reste que **l'on n'est jamais totalement "interdit de magasin"**. On peut y venir en client et suivre le business ! En revanche, on est... "interdit de relation", ça oui !

LES OBJECTIFS D'UN CHEF DE SECTEUR : QUELS CRITÈRES ?

Des critères qui se mesurent. Il y a la détention des produits, en clair la présence dans le rayon comparée à ce qui a été négocié, la part de linéaire et la part de marché locale qui sont des objectifs structurants. Ensuite il peut y avoir des objectifs tournants (des focus sur des produits) ou saisonniers (l'implantation de vitrines par exemple).

AVEC UNE BAGUETTE MAGIQUE, LE POSTE SUIVANT ?

Deux ambitions... Me diriger vers la formation ou le category management. Mais c'est rarement le chef de secteur qui décide (rires).

EN MOINS D'UNE LIGNE, LES BONS CÔTÉS DU MÉTIER ?

L'autonomie et la diversité. Et aussi disposer de ces week-ends (que je n'avais pas côté distrib') !

LES MAUVAIS ?

Pas encore vus !