

Directeur / Directrice de magasin

Directeur de magasin de détail | Responsable de boutique | Responsable de magasin de détail
Responsable de point de vente

Description de l'emploi

Le **directeur de magasin organise, gère et développe l'activité commerciale** d'un point de vente dans un objectif de **rentabilité économique**. Il contribue à la définition et au pilotage de la **stratégie commerciale** de son magasin en application de la politique de son entreprise/enseigne.

Il est en charge de la **gestion administrative et budgétaire** du point de vente, et le cas échéant rend compte de l'activité du magasin aux fonctions régionales et centralisées.

Il assure également l'animation, la gestion quotidienne et le **management de son équipe**.

Il représente l'**image de marque** de l'entreprise auprès des clients, des fournisseurs et des institutions locales.

Il doit faire preuve d'**adaptation** face à des situations et des interlocuteurs variés, posséder un **sens de la communication** et être **disponible** à l'interne (employés) et à l'externe (clients, fournisseurs...).



Activités

- Veille concurrentielle et veille sur le marché sur la zone de chalandise.
- Définition de la stratégie commerciale locale, déclinaison des orientations et du plan d'action sur le point de vente.
- Suivi du déploiement de la stratégie commerciale.
- Suivi et analyse des résultats et des indicateurs commerciaux, identification des axes d'évolution.
- Communication et transmission à l'équipe des objectifs, des consignes et des résultats de l'activité.
- Communication à l'externe (fonctions régionales et centralisées...) sur les données d'activité du magasin, ses résultats...
- Supervision de l'aménagement physique du magasin et de la tenue de l'espace commercial ; le cas échéant, vérification de l'application du plan de merchandising.
- Contrôle du fonctionnement du magasin (bâtiments, matériels, sécurité).
- Organisation des opérations commerciales, des événements, des animations.
- Supervision de l'organisation de la logistique interne au magasin.
- Organisation des inventaires.
- Gestion administrative, budgétaire, comptable et reporting.
- Management et gestion des collaborateurs de son équipe.
- Le cas échéant, pilotage en interne et/ou en faisant appel à un prestataire externe de la présence et des interactions du magasin sur le web et sur les réseaux sociaux.



Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Niveau de formation équivalent à un Bac+3 ou un Bac+4* : formation commerciale, marketing, gestion financière.
- Le métier est accessible par promotion interne ou recrutement externe. La promotion interne est souvent importante, et ce poste nécessite de l'expérience dans des fonctions intermédiaires pour appréhender le métier.
- Les compétences managériales acquises par la formation et/ou l'expérience sont indispensables.
- La pratique de l'anglais peut être recommandée.

Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- Licence professionnelle** - Management et gestion des organisations (niv. 6)
- BUT** - Techniques de commercialisation : marketing et management du point de vente (niv. 6)
- BUT** - Techniques de commercialisation : marketing digital, e-business et entrepreneuriat (niv. 6)
- MASTER** - Commerce et distribution (niv. 7)

*Selon la taille du magasin, et à fortiori s'il s'agit d'une grande surface de vente, un niveau Bac+5 peut être requis.

 **Compétences**

Domaines de compétences	Compétences
<p>Garantir la déclinaison et la mise en œuvre de la stratégie commerciale de l'entreprise</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Appréhender la politique commerciale de l'entreprise/enseigne et les objectifs fixés. 2. Assurer une veille concurrentielle sur la zone de chalandise. 3. Définir la stratégie commerciale et les objectifs commerciaux du magasin. 4. Déterminer un plan d'action de développement commercial, des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.
<p>Piloter et garantir la performance économique du magasin</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suivre et analyser les tableaux de bord, les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance économique. 2. Évaluer la performance économique. 3. Identifier les leviers et les actions d'amélioration pour développer le chiffre d'affaires du magasin ; piloter leur mise en œuvre. 4. Assurer des reportings réguliers au directeur de réseau (ou autre).
<p>Organiser et piloter la gestion du magasin</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantir l'approvisionnement du magasin. 2. Garantir la bonne tenue marchande du magasin, l'identité visuelle définie par le magasin/l'enseigne. Le cas échéant, garantir le respect des règles de merchandising. 3. Garantir le respect de la réglementation commerciale (affichage, étiquetage, mise en place des opérations commerciales...). 4. Piloter la mise en œuvre des actions commerciales, le déploiement d'animations et de protocoles commerciaux innovants. 5. Garantir la mise en œuvre des règles qualité, hygiène, sécurité et environnement (QHSE) de l'entreprise. 6. Garantir la bonne tenue des réserves. 7. Garantir la gestion optimale des stocks et des marchandises.
<p>Piloter la gestion financière et budgétaire</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et construire les budgets prévisionnels. 2. Assurer le pilotage et le suivi budgétaire ; analyser les indicateurs budgétaires. 3. Garantir la bonne gestion budgétaire du magasin.
<p>Piloter la relation client</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piloter la mise en œuvre de la politique « Relation client » définie par l'entreprise/enseigne. 2. Garantir la qualité de l'accueil et du service à la clientèle, la satisfaction client. 3. Prendre en charge, le cas échéant, et régler les litiges et les situations complexes. 4. Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction client au regard des objectifs fixés. 5. Identifier les leviers pour améliorer la relation client. 6. Définir des plans d'action pour accroître la satisfaction client.
<p>Manager et gérer les équipes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et appliquer une posture managériale adaptée. 2. Encadrer, animer, motiver et encourager les initiatives des équipes. 3. Garantir l'application des consignes et procédures, le respect du règlement intérieur ; le cas échéant, participer à ou superviser leur élaboration. 4. Anticiper et gérer les difficultés, les conflits. 5. Définir et communiquer les objectifs des équipes, les procédures internes et la planification du travail. 6. Collecter et suivre les éléments d'activité des équipes. 7. Veiller à l'atteinte des objectifs collectifs et individuels. 8. Assurer la gestion du personnel (application de la réglementation du droit du travail, mouvement du personnel, rémunération, promotion...). 9. Animer, le cas échéant, les instances représentatives du personnel.
<p>Garantir le développement des compétences de l'équipe</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser les entretiens et les évaluations des équipes. 2. Identifier les potentiels et les besoins en compétences de l'équipe. 3. Mettre en place, avec les services RH, un plan de développement des compétences de l'équipe. 4. Recruter et intégrer de nouveaux collaborateurs. 5. Accompagner l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.



Compétences comportementales

- Savoir faire face à l'incertitude et s'adapter (contexte, changements)
- Savoir anticiper pour agir, être proactif
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir gérer plusieurs tâches simultanément, gérer sa charge cognitive
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership



Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Commerces indépendants
- Magasins franchisés, enseignes
- Succursales

En interne : Le directeur de magasin est en relation avec l'ensemble du personnel du point de vente et, selon les typologies d'organisation, avec sa direction et avec les services support centralisés.

En externe : Il est en relation avec la clientèle du magasin (particuliers et/ou professionnels), avec les fournisseurs, les sous-traitants éventuels et les services externalisés.



Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- C'est un métier en évolution avec le développement du digital et des consommateurs de plus en plus informés. Le directeur doit savoir en permanence adapter la stratégie et les actions commerciales aux évolutions de la clientèle et de la concurrence pour séduire et attirer les clients en magasin.
- Il doit également s'adapter au développement des systèmes d'information et des outils de reporting des indicateurs commerciaux, et parfois de la fréquentation de la clientèle et des ventes réalisées au jour le jour.



Mobilité professionnelle

Les directeurs de magasin peuvent évoluer vers le management d'une structure plus importante ou accéder aux fonctions de responsable régional ou à des fonctions commerciales, merchandising et achats.

Code ROME **D1301** – Management de magasin de détail