

Gérant / Gérante de magasin

Chef d'entreprise | Dirigeant de commerce de détail | Gérant de commerce de détail

Description de l'emploi

Le gérant de magasin organise, gère et développe l'**activité commerciale** d'un point de vente dans un objectif de **rentabilité économique**. Il est le **représentant de la structure** qu'il gère dans ses **différentes dimensions** : commerciale, technique, administrative, juridique et financière. Il définit et pilote les **stratégies de fonctionnement** du magasin.

Il réalise également un **travail de veille** afin de s'informer sur le marché, les produits, les innovations et de mesurer la concurrence dans le domaine d'activité concerné.

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

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

Les **qualités humaines** sont également essentielles. 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

- Organisation du fonctionnement du magasin.
- Supervision de l'aménagement physique du magasin et de la tenue de l'espace commercial, vérification de l'application du plan de merchandising.
- Management et gestion des collaborateurs de son équipe.
- Contrôle du fonctionnement du magasin (bâtiment, matériels, sécurité).
- Organisation des opérations commerciales.
- Identification des besoins en approvisionnement.
- Sélection des fournisseurs et déploiement du processus d'achat.
- Supervision et contrôle des livraisons, de la mise en stock.
- Organisation des inventaires.
- Communication et transmission à l'équipe des objectifs, des consignes et des résultats de l'activité.
- Gestion administrative, budgétaire, comptable.
- Veille concurrentielle, sur le marché, les produits, les nouveautés.
- Définition de la stratégie commerciale, 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.
- Relations avec le personnel et les instances représentatives du personnel quand elles existent.
- Communication à l'externe (partenaire, fournisseurs, comptable...) sur les données d'activité du magasin, ses résultats...
- Représentation auprès des institutions, des réseaux locaux.
- Pilotage en interne et/ou en faisant appel à un prestataire externe de la présence et des interactions du magasin sur le web (site Internet, e-commerce) et sur les réseaux sociaux.

A noter :

Le gérant de magasin peut également intervenir sur la surface commerciale : accueil de la clientèle, identification des besoins, présentation/démonstration des produits, vente, encaissement...



Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Aucun diplôme spécifique n'est requis pour pouvoir légalement créer son entreprise. Le gérant doit respecter la réglementation en vigueur dans son secteur et disposer de compétences de base (gestion, comptabilité...) pour pouvoir prendre des décisions et des connaissances dans son cœur de métier pour offrir des produits/services de qualité et comprendre les enjeux du secteur.
- Un niveau de formation équivalent à un Bac+3 est généralement souhaité : formation commerciale, marketing, gestion financière, école de commerce.
- Le métier peut être accessible par l'expérience professionnelle et, le cas échéant, par la promotion interne.
- 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)
- Licence professionnelle** – Commerce et distribution (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 : Business et entrepreneuriat (niv. 7)


Compétences

Domaines de compétences	Compétences
Organiser et piloter la gestion du magasin	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veiller à la gestion optimale des stocks et des invendus. 2. Veiller à et mettre en œuvre les actions nécessaires à la bonne tenue des réserves. 3. Veiller à et mettre en œuvre les actions nécessaires à la bonne tenue marchande du magasin et à l'identité visuelle (merchandising) définie pour le magasin. 4. Garantir le respect de la réglementation commerciale (affichage, étiquetage, mise en place des opérations commerciales...). 5. Piloter la mise en œuvre des actions commerciales, le déploiement d'animations. 6. Garantir la mise en œuvre des règles qualité, hygiène, sécurité et environnement (QHSE) de l'entreprise.
Piloter et gérer la relation client	<ol style="list-style-type: none"> 1. Veiller à la qualité de l'accueil et du service à la clientèle, à la satisfaction client. 2. Assurer, le cas échéant, le conseil et la vente d'articles du magasin en appliquant les techniques commerciales (identification du besoin, argumentaire, démonstration éventuelle, vente d'articles additionnels...). 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. 7. Piloter l'animation des réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité du magasin, les produits, les événements, et gagner en visibilité.
Manager l'équipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et appliquer une posture managériale adaptée. 2. Encadrer, animer, motiver et encourager les initiatives de l'équipe. 3. Élaborer les consignes et procédures, le règlement intérieur, et garantir leur application. 4. Anticiper et gérer les difficultés, les conflits. 5. Définir et communiquer les objectifs de l'équipe, les procédures internes et la planification du travail. 6. Collecter et suivre les éléments d'activité de l'équipe. 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...).
Garantir le développement des compétences de l'équipe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser les entretiens et les évaluations de l'équipe. 2. Identifier les potentiels et les besoins en compétences de l'équipe. 3. Mettre en place 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.
Acheter des articles présentant un intérêt pour la clientèle	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prospecter de nouvelles sources d'approvisionnement et sélectionner des fournisseurs. 2. Définir ou développer son offre produit (gamme, assortiment) pour rester compétitif. 3. Analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques). 4. Déterminer les besoins en approvisionnement et les quantités pour chaque produit. 5. Négocier un contrat. 6. Passer les commandes et assurer le suivi.
Piloter la gestion administrative, juridique et financière	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et construire les budgets prévisionnels. 2. Assurer le pilotage et le suivi financier ; analyser les indicateurs financiers sur un tableau de bord : chiffre d'affaires, marges, budget de trésorerie... 3. Assurer la bonne gestion financière et comptable du magasin. 4. Respecter et être à jour des obligations fiscales et salariales.



Compétences (suite)

Domaines de compétences	Compétences
Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale du magasin	<ol style="list-style-type: none"> 1. Effectuer une veille concurrentielle sur la zone de chalandise. 2. Effectuer une veille sur le marché, les tendances, les produits, les innovations, les marques, les fabricants, les fournisseurs. 3. Développer son réseau professionnel : intégrer des réseaux d'entreprises/commerces, entrer en relation avec les acteurs locaux... 4. Définir la stratégie commerciale et les objectifs commerciaux du magasin. 5. Déterminer un plan d'action de développement commercial, des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés. 6. Gérer le plan d'action et mesurer l'atteinte des objectifs. 7. Définir et fixer les prix de vente en tenant compte de la marge commerciale.
Piloter la performance économique du magasin	<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 la rentabilité du magasin ; piloter leur mise en œuvre.



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 de petite ou moyenne taille

En interne : Le gérant est en relation avec l'ensemble du personnel du magasin.

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



Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- C'est un emploi en évolution avec le développement du digital et des consommateurs de plus en plus informés. Le gérant se doit d'être novateur, visionnaire et anticipateur de tendances. Il 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 dans le magasin.



Mobilité professionnelle

Le métier évolue en fonction de l'évolution de la taille du magasin ou du nombre de magasins qu'il gère.

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