

# DIRECTEUR / DIRECTRICE DE MAGASIN

## DESCRIPTION DU MÉTIER

Garant des résultats économiques de son magasin et de leur progression, le directeur de magasin organise, gère et développe l'activité commerciale d'un point de vente. Il contribue à la définition et au pilotage de la stratégie de son magasin.

Il définit, le cas échéant, et agit pour garantir l'application de la politique commerciale.

Il intervient en tant que franchisé, enseigne ou indépendant.

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

## ACTIVITÉS ASSOCIÉES

- Définition de la stratégie commerciale, déclinaison des orientations et du plan d'actions sur le point de vente
- Suivi du déploiement de la stratégie commerciale
- Suivi et analyse des résultats et des indicateurs commerciaux et le cas échéant de reporting
- 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)
- Organisation des opérations commerciales
- Supervision et contrôle de la chaîne logistique
- Organisation des inventaires
- Gestion administrative, budgétaire, comptable et le cas échéant de reporting
- Management et gestion des collaborateurs de son équipe

A noter : L'activité du métier est soumise à des variations saisonnières et notamment aux opérations commerciales.

## AUTRES APPELLATIONS DU MÉTIER

- Responsable de point de vente
- Directeur de magasin de détail
- Gérant de commerce de détail
- Responsable de boutique
- Responsable de magasin de détail

## ACCÈS AU MÉTIER, FORMATIONS

### Profil recherché :

- 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.
- En recrutement externe : niveau bac+2 (BTS, DUT...) à bac+ 4/5, formation commerciale, école de commerce.
- La durée de l'expérience requise varie en fonction du niveau de formation du candidat au poste.
- Les compétences managériales acquises par la formation et/ou l'expérience sont indispensables.
- Une pratique de l'anglais peut être recommandée.

### Formations (liste non exhaustive) :

- BTS Management commercial opérationnel
- DUT Techniques de commercialisation
- Titre professionnel Manager d'unité marchande
- Licence professionnelle Commerce et distribution
- Titre : Gestionnaire d'unité commerciale
- Ecoles de commerce et de gestion

## RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES / EXTERNES

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

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

## MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

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

# DIRECTEUR / DIRECTRICE DE MAGASIN

## COMPÉTENCES

### GARANTIR LA DÉCLINAISON ET LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

- Appréhender, le cas échéant, la politique commerciale de l'entreprise/enseigne et les objectifs fixés.
- Effectuer une veille concurrentielle sur la zone de chalandise.
- Définir la stratégie commerciale et les objectifs commerciaux du magasin.
- Déterminer un plan d'action de développement commercial, des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.

### PILOTER ET GARANTIR LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DU MAGASIN

- Suivre et analyser les tableaux de bord, les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance économique.
- Évaluer la performance économique
- Identifier les leviers et les actions d'amélioration pour développer le chiffre d'affaires du magasin ; piloter leur mise en œuvre.
- Assurer, le cas échéant, des reporting réguliers au directeur de réseau (ou autre).

### ORGANISER ET PILOTER LA GESTION DU MAGASIN

- Garantir l'approvisionnement du magasin.
- 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.
- Garantir le respect des réglementations de prix.
- Piloter la mise en œuvre des actions commerciales, le déploiement d'animations et de protocoles commerciaux innovants.
- Garantir la mise en œuvre de la politique Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement (QHSE) de l'entreprise.
- Garantir la bonne tenue des réserves.
- Garantir la gestion optimale des stocks et des marchandises.

### PILOTER LA GESTION FINANCIÈRE ET BUDGÉTAIRE

- Définir et construire les budgets prévisionnels.
- Assurer le pilotage et le suivi budgétaire ; analyser les indicateurs budgétaires.
- Garantir la bonne gestion budgétaire du magasin.

### PILOTER LA RELATION CLIENT

- Piloter la mise en œuvre de la politique « Relation client » définie par l'entreprise/enseigne.
- Garantir la qualité de l'accueil et du service à la clientèle, la satisfaction client.
- Prendre en charge, le cas échéant, et régler les litiges et les situations complexes.
- Suivre et analyser les indicateurs de satisfaction client au regard des objectifs fixés.
- Identifier les leviers pour améliorer la relation client.
- Définir des plans d'actions pour accroître la satisfaction client.

## MANAGER ET GÉRER LES ÉQUIPES

- Communiquer et informer sur les orientations et les objectifs commerciaux du magasin.
- Définir et transmettre les objectifs des équipes, des managers.
- Piloter et accompagner les managers dans la mise en œuvre de la politique et de la stratégie commerciale.
- Fédérer les équipes autour des valeurs et projets d'entreprise, encourager les initiatives.
- Veiller au bon climat social au sein de l'établissement.
- Veiller au respect du règlement intérieur et des règles de sécurité des biens et des personnes en vigueur dans l'entreprise.
- Mettre en œuvre la politique de GPEC pour anticiper les besoins en personnel et en compétences.
- Définir, le cas échéant en lien avec le siège, le plan de gestion des ressources humaines (recrutements, formations, évolutions des personnes).
- Recruter et mettre en place l'intégration d'un nouveau collaborateur.
- Effectuer les entretiens d'évaluation et professionnels.
- Animer son équipe, anticiper et gérer les difficultés, les conflits.
- Participer à l'organisation du plan de développement des compétences des équipes.
- Appliquer la réglementation du droit du travail (contrats, rythmes et durées de travail).
- Animer, le cas échéant, les instances représentatives du personnel.

## FACTEURS D'ÉVOLUTION DU MÉTIER

Métier en évolution par 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 outils de reporting des indicateurs commerciaux et parfois de la fréquentation de la clientèle et des ventes réalisées au jour le jour.

## CODE ROME

D1301 – Management de magasin de détail