

# Directeur de magasin (H/F)

## Vente & Relation client

*Petites et moyennes unités de vente*

*Direction réseau régional*

### Description de l'emploi

Le directeur de magasin organise, gère et développe l'activité commerciale du point de vente dans un objectif de performance économique. Il est le représentant de la structure qu'il gère dans ses différentes dimensions : commerciale, managériale, technique, administrative, juridique et financière. Il définit et pilote la stratégie commerciale de son magasin en application, le cas échéant, de la politique de l'enseigne (si magasin franchisé, enseigne).

Pour mettre en œuvre la stratégie commerciale, il s'appuie sur le chef de rayon et les équipes de vente en magasin qu'il encadre et anime. Il est également responsable de la gestion du personnel du magasin.

Il suit avec précision les résultats et indicateurs commerciaux, identifie les leviers nécessaires pour optimiser la stratégie et la performance commerciale. Il définit et suit les actions correctrices adaptées.



### Autres appellations :

- Gérant de magasin

### Accès à l'emploi

#### Profil recherché :

Niveau bac + 4 dans les secteurs de la vente et du commerce, marketing, gestion financière.

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.

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.

Une pratique de l'anglais peut être recommandée.

#### Formations courantes (liste non exhaustive) :

- BUT – Techniques de commercialisation : marketing et management du point de vente
- Licence professionnelle - Commerce et distribution
- Titre à finalité professionnelle - Responsable de la distribution omnicanale
- Diplôme d'études supérieures en commerce et management opérationnel
- DIPLOVIS - Programme supérieur de gestion et de commerce

### Activités

- Définition de la stratégie commerciale du magasin.
- Définition des orientations, du plan d'actions et des moyens nécessaires.
- Pilotage et supervision de la mise en œuvre de la stratégie commerciale du magasin.
- Mise en place d'une organisation et gestion optimale du magasin, des approvisionnements et des stocks.
- Gestion et supervision de l'entretien de l'infrastructure et des équipements liés à la sécurité des biens et des personnes.
- Gestion administrative, juridique, budgétaire et comptable.
- Suivi et analyse des résultats et des indicateurs de performance commerciale.
- Identification et mise en œuvre d'actions d'amélioration pour optimiser la performance commerciale.
- Management, gestion et accompagnement des collaborateurs du magasin.

# Directeur de magasin (H/F)

## Vente & Relation client

*Petites et moyennes unités de vente*

*Direction réseau régional*

## Compétences techniques

### DÉFINIR ET PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DU MAGASIN

- Appréhender, le cas échéant, la politique commerciale de l'enseigne (si magasin franchisé, enseigne).
- Définir la stratégie commerciale et les objectifs commerciaux du magasin.
- Déterminer un plan d'actions opérationnel de développement commercial, les moyens et les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.
- Déployer et piloter la mise en œuvre de la stratégie et du plan d'actions au sein du magasin.
- Garantir la bonne application de la stratégie commerciale par les équipes.
- Piloter la mise en œuvre des actions commerciales, le déploiement d'animations et de protocoles commerciaux innovants.
- Organiser et piloter une veille sur les évolutions du marché, le positionnement du magasin et de son offre sur le marché, sur la concurrence et les cibles.
- Identifier des opportunités de développement commercial.
- Développer son réseau professionnel : intégrer des réseaux d'entreprises/commerces, entrer en relation avec les acteurs locaux...
- Prospecter de nouvelles sources d'approvisionnement et sélectionner des fournisseurs.
- Analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques).
- Piloter, le cas échéant, l'animation web et des réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité du magasin, les produits, événements et gagner en visibilité.



### ASSURER L'ORGANISATION ET LA GESTION OPÉRATIONNELLE

- Définir une organisation et une gestion optimales du magasin, des approvisionnements et des stocks.
- Déterminer des besoins en approvisionnement.
- Négocier des contrats avec des fournisseurs.
- Passer les commandes d'approvisionnement et assurer leur suivi.
- Gérer des invendus.
- Veiller à la bonne tenue du magasin, des réserves, à l'entretien et la maintenance de l'infrastructure et des équipements de sécurité des biens et des personnes.
- Garantir la mise en œuvre de la politique Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement (QHSE) de l'entreprise.
- Garantir le respect de la réglementation des prix.
- Garantir le respect des règles d'implantation et de merchandising.
- Identifier les anomalies, dysfonctionnements et les axes d'améliorations.
- Assurer le suivi de la mise en œuvre des actions correctives.

# Directeur de magasin (H/F)

## Vente & Relation client

*Petites et moyennes unités de vente*

*Direction réseau régional*

## Compétences techniques

### PILOTER LA GESTION ADMINISTRATIVE, JURIDIQUE ET FINANCIÈRE DU MAGASIN

- Élaborer et piloter les budgets alloués.
- Suivre et analyser les indicateurs budgétaires.
- Optimiser et effectuer des arbitrages budgétaires.
- Assurer la bonne gestion financière et comptable du magasin.
- Appréhender les problématiques fiscales et juridiques.
- Respecter et être à jour des obligations fiscales et salariales.

### PILOTER LA PERFORMANCE DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE DU MAGASIN

- Suivre les tableaux de bord, les indicateurs commerciaux et de performance.
- Analyser les indicateurs, les résultats commerciaux au regard des objectifs commerciaux fixés.
- Identifier les écarts entre les objectifs fixés et les résultats atteints ; en déterminer les causes.
- Identifier les leviers et les actions d'amélioration pour développer les ventes et la performance commerciale du magasin et piloter leur mise en œuvre.
- Assurer, le cas échéant, des reporting réguliers au responsable du secteur régional de l'enseigne (si magasin franchisé, enseigne).

### PILOTER LA RELATION CLIENT

- Garantir la qualité de l'accueil et du service à la clientèle, la satisfaction client.
- Prendre en charge 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'action pour accroître la satisfaction client.

### MANAGER LES ÉQUIPES

- Définir et appliquer une posture managériale adaptée selon les différentes situations.
- Définir les objectifs individuels et collectifs des équipes.
- Veiller à l'atteinte des objectifs collectifs et individuels.
- Animer, motiver et encourager les initiatives.
- Anticiper et gérer les difficultés, les conflits.
- Anticiper et gérer les mouvements du personnel.
- Contrôler le respect des obligations administratives et réglementaires relatives à la gestion du personnel.
- Définir et mettre en place des plans de rémunération (variable) des équipes et de leurs managers.
- Accompagner les équipes dans la gestion du changement et les évolutions d'organisation.
- Réaliser des bilans réguliers avec chaque membre de son équipe en analysant les chiffres des ventes, par rapport aux objectifs fixés, afin d'élaborer un plan d'action individualisé pour optimiser les performances commerciales.

### GARANTIR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES ÉQUIPES

- Définir un plan de développement des compétences des équipes.
- Recueillir auprès des managers les potentiels et les besoins en compétences des équipes.
- Définir un plan d'action adapté pour assurer le développement des compétences des équipes.
- Procéder aux entretiens et aux évaluations des équipes.
- Procéder aux recrutements.
- Organiser les parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs.

# Directeur de magasin (H/F)

## Vente & Relation client

*Petites et moyennes unités de vente*

*Direction réseau régional*

## Compétences comportementales

### Indispensables pour tous les emplois dans le secteur du Bricolage :

- Esprit d'équipe
- Sens du relationnel
- Sens de la performance et du résultat

### Fondamentales pour cet emploi :

- Rigueur, organisation
- Agilité dans le changement, anticipation
- Réactivité et prise de décision
- Gestion des émotions et prise de recul

**Vous souhaitez en savoir plus sur les compétences comportementales ?  
Scannez-moi !**



## Relations fonctionnelles externes et internes

En interne : Le directeur de magasin est en relation avec l'ensemble du personnel du point de vente et selon les typologies d'organisation (franchise, enseigne) avec la direction régionale et les services supports centralisés.

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

## Mobilité professionnelle

Le directeur de magasin peut évoluer vers le management et la gestion de magasin de plus grande taille et accéder aux fonctions de responsable régional, puis directeur réseau.