

Fiche métier : responsable de magasin, directeur·trice de magasin

Famille : réseau commercial — **Autre libellés :** Responsable de boutique ; Gérant.e de magasin ; Responsable de succursale ; Responsable de point de vente — **Code ROMÉ et PCS :** D1301 – Management de magasin de détail ; 374a – Cadres de l'exploitation des magasins de vente du commerce de détail

→ Garant·e des résultats économiques de son magasin et de leur progression, le·la responsable ou directeur·trice de magasin organise, gère et développe l'activité d'un point de vente, dans le respect de la politique commerciale et de l'image de l'enseigne, et en coordination avec sa hiérarchie. Il·elle assure la gestion quotidienne et le management de son équipe, et reste décisionnaire final pour toute initiative ou arbitrage. Il·elle est en charge de la gestion administrative du point de vente, et rend compte de l'activité du magasin aux fonctions régionales et centralisées de l'enseigne.

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

- Ce métier s'exerce au sein de boutiques de chaussures ou de Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) succursalistes dirigées en propre par une entreprise tête de réseau (un groupe) et implantées en centre-ville, dans des centres commerciaux ou en périphérie des centres urbains.
- En interne, le·la responsable de magasin est en relation avec l'ensemble du personnel du magasin qu'il·elle gère au quotidien, le·la responsable régional·e, avec les services administratifs ou de gestion (siège) et selon les cas avec la direction des ventes.
- À l'externe, il·elle est en relation avec la clientèle, les livreur·euse·s.

ACTIVITÉS

Activités principales

Gestion, organisation et animation commerciale

- Définition de la stratégie commerciale, déclinaison des orientations et du plan d'actions sur le point de vente, en collaboration avec la direction régionale.
- Mise en œuvre des préconisations de merchandising et adaptation de l'agencement selon l'espace disponible, les caractéristiques de sa clientèle, les promotions, etc.
- Contrôle du magasin : aménagement, présentation, propreté et entretien (maintenance générale du point de vente), mise en valeur des produits, balisage et affichage.
- Gestion du flux de la clientèle : organisation et optimisation des temps de forte affluence.
- Organisation des opérations commerciales dans le respect de la réglementation.
- Participation à l'accueil de la clientèle, au conseil, à la vente, aux opérations d'encaissement et de fidélisation.
- Gestion et contrôle des mouvements de caisse.
- Supervision des activités de réception des livraisons, rangement en réserve mise en rayon, traitement des retours...
- Organisation des approvisionnements et des réassorts en fonction des ventes, du niveau des stocks et des livraisons.

Gestion administrative et reporting

- Suivi et analyse des résultats et des indicateurs commerciaux et reporting auprès de sa hiérarchie.
- Gestion administrative du magasin.
- Transmission des demandes de l'équipe à la direction régionale.

Management et encadrement de l'équipe

- Élaboration des plannings.
- Organisation et conduite des réunions de l'équipe.
- Encadrement et motivation des équipes.
- Transmissions des actions commerciales définies par la direction régionale au niveau de l'équipe de vente.
- Communication des résultats obtenus et des objectifs à atteindre en termes de vente et de chiffre d'affaires.

Activités complémentaires

Gestion, organisation et animation commerciale

- Prise en charge de l'ouverture ou de la fermeture du magasin.
- Traitement des litiges avec la clientèle.
- Organisation et préparation des inventaires.
- Participation à des réunions / groupes de travail dans son secteur d'activité.

Gestion administrative et reporting

- Remises de recettes en banque.

Management et encadrement de l'équipe

- Recrutement du personnel en lien avec le·la responsable régional·e (validation du besoin) et organisation de son intégration.
- Préparation et conduite des entretiens individuels.
- Évaluation des besoins en formation et développement des compétences des équipes.
- Formation du personnel et appui technique.
- Préparation des éléments pour la paie de son personnel.
- Mise en place des actions de communication en interne au magasin.

VARIABILITÉ DU MÉTIER

- Les activités des responsables de magasin peuvent varier selon la taille, la localisation du magasin et les périodes de forte affluence.
- Les responsables de magasin peuvent également être plus ou moins directement impliqué·e·s dans la vente.
- Dans les points de vente moins importants, le·la responsable de magasin n'a généralement pas d'assistant·e ou d'adjoint·e.

.../...

COMPÉTENCES

●●● Degré d'expertise (de 1 à 3)

↪ Compétences transférables vers d'autres métiers

Compétences techniques sur les produits

- S'informer sur l'univers de la mode, l'évolution des tendances et les attentes de la clientèle en fonction de la typologie du magasin.
- Situer le point de vente sur le marché et par rapport à la concurrence.
- Apporter une expertise technique aux client·e·s ou à l'équipe de vente sur les caractéristiques des articles du magasin.
- Identifier et expliquer les différents produits d'entretien adaptés aux articles.
- Identifier et expliquer les différents services proposés par le magasin.
- Mettre à jour ses connaissances sur les produits et services du magasin.

Compétences en gestion et animation commerciale

- ↪ Appréhender la politique commerciale et merchandising de l'enseigne.
- ↪ Définir et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales dans le respect de la politique commerciale et des directives du responsable régional.
- ↪ Maîtriser les techniques de merchandising et proposer des adaptations en fonction de la configuration du magasin, des opérations commerciales, des objectifs de vente.
- Organiser et valoriser l'espace commercial.
- ↪ Calculer des indicateurs commerciaux, identifier et analyser les écarts.
- ↪ Rendre compte de l'activité et des résultats commerciaux du magasin.
- ↪ Proposer des actions correctives ou d'évolution à sa hiérarchie pour réaliser les objectifs commerciaux, développer le chiffre d'affaires et la qualité de service.
- ↪ Veiller au respect de la législation commerciale (affichage, étiquetage, mise en place des opérations commerciales ou promotionnelles...).
- Identifier les différents canaux d'achats possibles proposés par l'enseigne.
- Maîtriser les techniques de vente (accueil, conseil, argumentation, vente...) et les outils d'aide à la vente mis en place en magasin.
- Maîtriser les techniques de gestion des flux de stocks
- Maîtriser les procédures internes et les outils informatiques spécifiques (encaissement, ouverture et fermeture de caisse, gestion d'un article défectueux, gestion des réclamations, administration des ventes, approvisionnement, suivi des stocks...).

Compétences managériales

- Élaborer des plannings et organiser le travail de son équipe en gérant les aléas d'activité.
- Transmettre à l'équipe les consignes et directives et veiller à leurs applications.
- Veiller à l'application par l'équipe des actions liées aux objectifs commerciaux et au plan de merchandising.
- Veiller à l'application par l'équipe des procédures en matière de réception et traitement des livraisons.
- Veiller à l'application par l'équipe des consignes de sécurité et des standards fixés en matière d'entretien du magasin et de présentation (tenue et postures du personnel).
- Veiller au respect de la législation sociale (durée du travail, congé...).
- ↪ Transmettre ses connaissances et pratiques à l'équipe, selon les besoins.
- ↪ Appliquer les méthodes de management et déléguer des responsabilités en fonction des compétences.
- ↪ Encadrer, motiver et responsabiliser le personnel pour améliorer les résultats commerciaux.

- ↪ Maîtriser les techniques de recrutement et d'entretien d'évaluation.
- ↪ Identifier des axes de développement pour chaque personne, détecter les besoins et définir les actions de formation.
- Assurer la communication interne (réunions, notes, directives).

Compétences organisationnelles et relationnelles

- Échanger de manière régulière avec la direction régionale pour décliner les orientations et les plans d'action sur le terrain.
- Organiser son activité et celle de l'équipe, gérer les priorités.
- Réagir rapidement en cas d'aléas ou en cas de fluctuations de l'activité et prendre les décisions adaptées.
- Donner l'exemple par sa pratique : sens du service client, qualité de l'accueil, disponibilité, écoute, service et conseil.
- Veiller à une bonne entente au sein de l'équipes.
- Rendre compte de son activité, communiquer et partager les informations utiles à sa hiérarchie et à l'équipe.
- Concevoir et renseigner les tableaux de bord de gestion et de suivi liés à l'activité du magasin et du personnel.
- S'exprimer à l'oral avec une prise de parole audible et efficace.

FORMATION & ÉVOLUTION

Prérequis et conditions d'accès

- Les conditions d'accès au métier peuvent varier d'une entreprise à l'autre. En externe, certaines succursales recrutent des débutants ayant une formation commerciale de niveau BAC+2 ou des personnes ayant déjà eu une expérience confirmée de quelques années dans un poste similaire.
- En promotion interne, il peut s'agir d'un·e vendeur·euse avec une forte expérience professionnelle, n'ayant pas nécessairement ce niveau de formation, mais suivant un cursus interne comme stagiaire responsable de magasin ou d'une personne ayant tenu la fonction d'adjoint.

Principales formations et certifications

- BTS Management des unités commerciales (niv. 5)
- BTS Négociation et Relation client·e·s (niv. 5)
- DUT Techniques de commercialisation (niv. 5)
- Titre professionnel Manager d'univers marchand (niv. 5)
- Licence professionnelle Commerce (niv. 6)

Les niveaux sont exprimés selon le cadre national des certifications professionnelles, conformément au décret n° 2019-14 du 8 janvier 2019.

Évolutions professionnelles / Passerelles

- Les responsables de magasin peuvent évoluer vers le management d'une structure plus importante ou accéder aux fonctions de responsable régional·e ou à des fonctions commerciales, merchandising et achat.

Tendance d'évolution du métier

- En matière de compétences, les principales évolutions du métier sont liées 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.
- La montée du e-commerce amène les responsables de magasin à prendre en charge de nouvelles activités liées développement de ventes en ligne.
- Pour s'adapter en permanence aux évolutions de la clientèle et à la concurrence, le·la responsable de magasin participe davantage à la stratégie commerciale avec la direction régionale pour décliner et adapter régulièrement les actions commerciales et de merchandising de son point de vente.