

Commerce des enseignes de la chaussure

Fiche métier : responsable régional·e, directeur·trice régional·e

Famille : réseau commercial – Autre libellés : Animateur·trice régional·e ; Coordinateur·trice régional·e ; Directeur·trice de région ; Responsable régional·e des ventes – Code ROME et PCS : D1406 – Management en force de vente ; 374a – Cadres de l'exploitation des magasins de vente du commerce de détail

→ Le·la responsable régional·e pilote et coordonne la politique commerciale de l'enseigne, en supervisant les équipes de direction des magasins de son secteur géographique. Il·elle est également garant·e du respect du concept de l'enseigne. Il·elle a la responsabilité du développement des ventes et des résultats économiques de son secteur ou de sa région. Il·elle suit les indicateurs commerciaux et applique les ajustements nécessaires, décidés par le·la responsable ou directeur·trice de réseau ou des ventes pour veiller au développement de l'activité commerciale et du chiffre d'affaires sur sa zone géographique.

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

→ Ce métier s'exerce sur le terrain avec des déplacements fréquents dans les boutiques de chaussures ou les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) succursalistes et implantées en centre-ville, dans des centres commerciaux ou en périphérie des centres urbains.
→ En interne, le·la responsable régional·e est en relation avec les responsables ou directeur·trice·s de magasin et le personnel de vente. Il·elle est rattaché·e hiérarchiquement au / à la responsable ou directeur·trice de réseau ou des ventes. Il·elle est également en lien étroit avec les différents services du siège (direction marketing et merchandising, direction des achats, direction administrative et financière...).
→ À l'externe, il·elle est en relation avec des fournisseurs et des prestataires.

ACTIVITÉS

Activités principales

Mise en œuvre de la stratégie commerciale au niveau régional et des points de vente
→ Mise en œuvre des plans d'actions au niveau régional, en lien avec la direction commerciale et le merchandising.
→ Mise en place des actions nécessaires dans les points de vente : aménagement des magasins, déploiement de concepts commerciaux et du merchandising...
→ Définition des actions commerciales à développer dans la région en collaboration avec les directeur·trices de magasin.
→ Définition des projets et des objectifs de développement régional à court et à moyen terme en cohérence avec la politique commerciale de l'enseigne.
→ Préparation, suivi et mise en œuvre d'actions spécifiques sur des projets d'ouverture de nouveaux points de vente, d'extension ou de relocalisation.

Suivi de l'activité et de l'exploitation commerciale des magasins

→ Organisation de l'activité et de l'exploitation commerciale des points de vente : approvisionnements, stocks, références et quantités, personnel, équipements...

→ Préparation et suivi du budget de fonctionnement par magasin.
→ Accompagnement au développement des points de vente.
→ Suivi de la mise en œuvre des plans d'actions commerciaux dans les magasins et de la conformité des orientations définies par l'enseigne.
Analyse économique et développement de la performance au niveau régional et des points de vente
→ Analyse des indicateurs commerciaux et de rentabilité par magasin.
→ Présentation des résultats au niveau régional.
→ Mise en œuvre de plans d'actions adaptés au niveau régional ou par magasin.

Management des équipes de direction des magasins

→ Diffusion des informations sur les orientations stratégiques de l'entreprise et les plans d'actions commerciaux auprès des directeur·trices de magasin.
→ Participation aux recrutements et à l'intégration des nouveau·elle·x·s directeur·trices de magasin.
→ Évaluation des besoins en formation des équipes.
→ Encadrement, mobilisation et motivation des directeur·trices de magasins.
→ Appui aux directeur·trices de magasins dans leur management (animation motivation des équipes de vente).

Activités complémentaires

Management des équipes de direction des magasins

→ Participation à la formation des nouveau·elle·x·s directeur·trices de magasin.
→ Participation et validation des recrutements du personnel de vente en magasin.
→ Veille à l'application de la législation sociale.

Mise en œuvre de la stratégie commerciale

→ Participation à des groupes de travail thématiques ou dans le cadre de projets transversaux.
→ Participation à des salons ou évènements commerciaux au niveau régional.

.../...

VARIABILITÉ DU MÉTIER

→ Selon la région d'implantation (en particulier en Île-de-France) du fait d'un turn-over important des responsables et directeur·trice·s de magasin, le·la directeur·trice régional·e peut être amené·e à consacrer une part importante de son activité aux recrutements et à l'encadrement des nouveaux·elles collaborateur·trice·s.

→ Les activités de mise en œuvre de la stratégie commerciale peuvent également varier s'il s'agit de gérer un projet commercial existant ou bien de participer à son élaboration.

COMPÉTENCES

••• Degré d'expertise (de 1 à 3)

↳ Compétences transférables vers d'autres métiers

Compétences en développement commercial

- Maîtriser la politique commerciale et merchandising de l'entreprise.
- Maîtriser la gamme de produits de l'entreprise, de son marché, de la concurrence.
- Maîtriser le mode de fonctionnement d'un magasin, afin de pouvoir encadrer les équipes de vente.
- Définir et valider avec sa hiérarchie les objectifs commerciaux et les indicateurs pour sa région.
- Élaborer et mettre en œuvre des plans d'actions commerciaux.
- Suivre, analyser, synthétiser et exploiter des indicateurs économiques et commerciaux, de mesure de la performance économique au niveau régional et au niveau des magasins.
- Assurer le reporting commercial et financier auprès de sa hiérarchie.
- Réaliser un budget prévisionnel, analyser un compte d'exploitation.
- Préparer et réaliser des visites régulières des magasins.
- Vérifier l'application des orientations commerciales et des préconisations de merchandising dans les points de vente de son secteur.
- Identifier les écarts, anomalies et élaborer avec les responsables de magasin des actions correctives ou d'améliorations et des objectifs de résultats.
- Assurer le suivi des actions correctives données aux points de vente et valoriser des bonnes pratiques.
- Maîtriser les techniques de vente et développer des argumentaires commerciaux.
- Maîtriser la législation et la réglementation commerciale.

Compétences managériales

- Coordonner et fédérer les équipes autour de la stratégie commerciale de l'entreprise.
- Impulser et superviser la mise en œuvre de la stratégie commerciale dans les points de vente.
- Déléguer et trouver des relais auprès des équipes de direction des magasins.
- Développer l'autonomie et la motivation des équipes.
- Organiser et adapter sa supervision en fonction du degré d'expérience du responsable de magasin
- Veiller au respect de la législation sociale, droit du travail et accords d'entreprise.
- Assister techniquement une équipe.
- 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 .
- Animer des réunions avec les responsables de magasin.
- Animer des formations.

Compétences organisationnelles et relationnelles

- Organiser son activité et gérer les priorités.
- Réagir rapidement et prendre les décisions adaptées en concertation avec sa hiérarchie.
- Adapter le style et le contenu de la communication à ses interlocuteurs et à la situation.
- Assurer la communication ascendante et descendante.
- Rendre compte et transmettre les informations nécessaires à sa hiérarchie en utilisant les méthodes et outils existants.
- S'exprimer à l'oral avec une prise de parole audible et efficace.
- Représenter l'entreprise à l'extérieur et identifier les partenaires institutionnels, économique, commerciaux au niveau régional.
- Développer sa force de proposition au niveau de sa hiérarchie et des équipes de vente.

FORMATION & ÉVOLUTION

Prérequis et conditions d'accès

→ En recrutement externe, une expérience réussie de plusieurs années dans la gestion et l'animation d'un secteur géographique est recherchée. Certaines enseignes recrutent de BAC+2 à BAC+4. Un parcours en école de commerce est apprécié. En évolution interne, certaines enseignes permettent à d'ancien·e·s responsables de magasin disposant de 3 à 5 ans d'expérience d'être promu·e·s responsables régionaux·ales.

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)
 - Licence professionnelle Commerce (niv. 6)
 - Écoles de commerce ou de gestion (niv. 7 ou 8)
 - Master économie, gestion, commerce (niv. 7 ou 8)
- Les niveaux sont exprimés selon le cadre national des certifications professionnelles, conformément au décret n° 2019-14 du 8 janvier 2019.

Évolutions professionnelles / Passerelles

- Postes de directeur·trice·s de zone, supervisant plusieurs directions régionales.
- Postes de direction dans des fonctions commerciales, marketing ou de merchandising.

Tendance d'évolution du métier

- La tendance actuelle est d'impliquer plus activement les directeurs régionaux et directrices régionales sur le terrain pour suivre l'activité et impulser le développement commercial. Ils·elles doivent de plus en plus être capables d'analyser l'organisations et les résultats d'un point vente afin de prendre rapidement les décisions d'actions ou de réajustements nécessaires.
- Le métier tend aussi à évoluer vers le coaching des responsables de magasin (évolution des méthodes de management).