

Responsable de magasin

Description synthétique

Le responsable de magasin organise, gère et développe son activité commerciale dans le respect de la politique commerciale de son entreprise. Il veille à l'augmentation du chiffre d'affaires et de la marge commerciale. Il encadre et anime le personnel et accompagne son évolution professionnelle. Il oriente, soutient et participe à l'action de la force de vente.

Missions principales

Mettre en œuvre les principaux objectifs qualitatifs et quantitatifs définis par la politique commerciale : satisfaction et fidélisation des clients, chiffre d'affaires, marge, panier moyen.
Planifier le chiffre d'affaires prévisionnel du magasin, organiser des animations commerciales ponctuelles et saisonnières.
Identifier les besoins existants et les nouvelles attentes des clients, mettre en place une stratégie locale, des plans d'actions commerciales spécifiques.
Recruter, former, intégrer, évaluer le personnel, accompagner son développement professionnel, détecter les talents.
Définir les objectifs de son équipe, soutenir ses actions tendant vers leur réalisation.
Gérer les plannings, répartir les tâches entre les membres de l'équipe commerciale en magasin.
Veiller à la qualité de l'expérience client au sein de l'espace de vente et à la pertinence des conseils délivrés.
Veiller à la connaissance fine des produits par l'équipe de vente.
Veiller au respect des procédures de sécurité relatives aux biens et aux personnes.
Planifier et réaliser les inventaires.
Participer et veiller à l'efficacité de la force de vente sur site.

Compétences requises

Connaître la gestion financière et la gestion du personnel.
Maîtriser les techniques de vente, d'encadrement et d'animation commerciale.
Connaître les réglementations spécifiques au métier/produits vendus et les protocoles en vigueur en matière de sécurité.
Avoir une bonne connaissance de la réglementation : droit du travail, droit commercial.
Connaître la concurrence, la zone de chalandise.
Avoir une bonne appréhension des perspectives de développement de son activité.
Maîtriser les outils de pilotage de l'activité commerciale et être capable d'analyser les indicateurs commerciaux.
Avoir une bonne connaissance des techniques de merchandising, trademarketing.
Savoir mener un inventaire.
Connaître les produits et les tendances.
Maîtriser les outils bureautiques (suite Office) et logiciels métier (logistique, gestion commerciale).

Famille d'emplois/autres appellations

Directeur de magasin.
Responsable de boutique.