D1510
CHEF / CHEFFE DE SECTEUR MAGASIN

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe de secteur commercial
- Directeur / Directrice responsable de secteur commercial
- Responsable univers dans la distribution
- Segment manager

Définition

Le Chef de secteur magasin gère et anime une équipe de vendeurs au sein d'un secteur spécifique d'un magasin.

- Optimise la disponibilité des produits en assurant une connaissance des stocks et des approvisionnements
- Supervise et coordonne les activités du secteur pour garantir l'atteinte des objectifs commerciaux
- Encadre les équipes, assure leur formation et veille à leur motivation
- Analyse les indicateurs de performance et met en place des actions correctives si nécessaire
- Développe des stratégies pour améliorer l'expérience client et augmenter les ventes
- Collabore avec d'autres chefs de secteur et la direction pour aligner les stratégies commerciales
- Assure le respect des normes et réglementations en vigueur dans le secteur

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un Bac + 2 en commerce, vente ou gestion, comme un BTS Management Commercial Opérationnel, un DUT Techniques de Commercialisation.

Certifications et diplômes :

- ESCP programme grande école
- BTS négociation et digitalisation de la relation client
- DUT techniques de commercialisation
- Diplôme en management et gestion des entreprises (programme grande école)
- Licence pro mention commerce et distribution
- Licence pro mention commercialisation de produits et services
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention métiers du commerce international
- Titre professionnel manager d'unité marchande
- Diplôme d'études supérieures en management (programme grande école)
- Diplôme d'études supérieures en commerce et gestion
- BTS management commercial opérationnel

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles
- Appliquer des techniques de vente efficaces
- Déterminer des objectifs de performance, suivre les réalisations et identifier les actions correctives
- Surveiller les indicateurs de vente
- Optimiser les processus de vente pour maximiser les profits

Management, Social, Soin

- Former les nouveaux employés aux techniques de vente
- Manager son équipe à l'aide des indicateurs de performance

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la gestion des stocks
- Garantir le référencement, la disponibilité et le renouvellement des produits, en conformité avec les accords commerciaux
- Vérifier la mise en rayon des produits afin de les mettre en valeur et augmenter les ventes

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Analyser les indicateurs pertinents sur les tendances et les usages des clients

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Rendre compte des informations récoltées sur le terrain à sa direction

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la conformité des pratiques commerciales

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Mettre en œuvre des stratégies pour augmenter la satisfaction client
- Développer des stratégies pour améliorer l'expérience client
- Identifier des actions correctives pour atteindre les objectifs
- Développer des stratégies pour augmenter la visibilité des produits
- Présenter de nouveaux produits aux chefs de rayon afin de les faire référencer dans de nouveaux points de vente
- Gérer l'agencement du magasin pour optimiser l'expérience client
- Rencontrer les chefs de rayon dans les points de vente de son réseau afin d'optimiser la mise en place de ses produits et obtenir des informations commerciales
- Analyser les retours clients pour améliorer les produits ou services
- Evaluer la satisfaction des clients et recueillir les feedbacks
- Mettre en oeuvre une stratégie, un plan d'actions
- Définir les indicateurs et leur mode de suivi
- Analyser les données de vente pour identifier les opportunités de croissance

Management, Social, Soin

- Evaluer les besoins en formation du personnel
- Assurer un rôle de conseil en marketing opérationnel auprès de ses interlocuteurs (mise en place en rayon, qualité des produits) afin d'optimiser les ventes
- Former les équipes aux nouvelles réglementations
- Maintenir la cohésion et la motivation de l'équipe
- Etablir des critères de performance pour les équipes de vente
- Coordonner les activités entre différents services
- Coordonner les activités du personnel
- Mettre en place des ateliers de développement des compétences

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Optimiser la gestion des stocks en fonction des prévisions de vente
- Optimiser l'organisation des rayons

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de coordination avec les clients et les équipes
- Favoriser la communication entre les différents intervenants

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer le suivi des réglementations en vigueur
- Vérifier la bonne application des accords commerciaux établis par le siège sur le terrain
- Organiser et planifier une activité
- Planifier, contrôler et rédiger le rapport des activités et des moyens
- Assurer la gestion administrative d'une activité

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Faire preuve de contrôle de soi

Savoirs

Techniques professionnelles

- Planification stratégique des ventes — Transition numérique
- Communication interpersonnelle
- Optimisation de l'espace de vente
- Techniques commerciales
- Techniques d'analyse de marché
- Techniques de gestion de conflits
- Techniques de merchandising
- Techniques de motivation d'équipe
- Techniques de prévision des ventes
- Techniques de gestion des stocks
- Adaptabilité et flexibilité
- Sens de l'organisation et de la planification
- Sens du service client
- Gestion des conflits

Domaines d'expertise

- Management d'équipe
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement — Transition numérique
- Leadership en gestion
- Merchandising / Marchandisage
- Principes de marketing stratégique
- Techniques de négociation avancées
- Analyse de la performance commerciale
- Logiciel de gestion des stocks — Transition numérique
- Gestion des stocks et des inventaires

Produits, outils et matières

- Gestion des opérations de vente

Normes et procédés

- Développement de stratégies de fidélisation de la clientèle
- Gestion de projet

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Port de tenue professionnelle ou d'uniforme
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail les week-ends et jours fériés

Publics spécifiques

- Salariés

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels

Secteurs d'activité

- Commerce et distribution

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail