

D1509

RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT EN GRANDE DISTRIBUTION

Emploi
cadre

Autres emplois décrits

- Adjoint / Adjointe au responsable drive en grande distribution
- Chef / Cheffe de département alimentaire
- Chef / Cheffe de département bazar
- Chef / Cheffe de département en grande distribution
- Chef / Cheffe de département produits culturels
- Chef / Cheffe de département Produits de Grande Consommation - PGC-
- Chef / Cheffe de département produits frais
- Chef / Cheffe de département produits non alimentaires
- Chef / Cheffe de département textile
- Chef / Cheffe de groupe en grande distribution
- Chef / Cheffe de secteur bazar
- Chef / Cheffe de secteur commerce
- Chef / Cheffe de secteur distribution
- Chef / Cheffe de secteur en hypermarché
- Chef / Cheffe de secteur non alimentaire
- Chef / Cheffe de secteur produits alimentaires
- Chef / Cheffe de secteur Produits de Grande Consommation -PGC-
- Directeur / Directrice de divisions d'hypermarché
- Responsable de branche d'hypermarché
- Responsable drive en grande distribution
- Responsable espace culturel en grande distribution
- Responsable univers

Définition

Le responsable de département en grande distribution orchestre la gestion et l'optimisation des activités de son secteur au sein d'un supermarché ou hypermarché.

- Supervise et coordonne les activités des équipes de vente du département pour garantir la satisfaction client
- Optimise la gestion des stocks et assure la bonne rotation des produits
- Développe des stratégies de merchandising efficaces pour maximiser les ventes
- Gère et forme les équipes pour assurer un service client de qualité
- Analyse les performances du département et met en place des actions correctives pour optimiser les espaces de vente
- Assure le respect des normes et réglementations en vigueur dans la grande distribution
- Négocie avec les fournisseurs les meilleures conditions d'achat des produits de son secteur

Accès à l'emploi

Cet emploi est accessible avec un diplôme de niveau Bac + 5 Master en gestion des entreprises, management de la grande distribution ainsi qu'un Master en vente, marketing.

Certifications et diplômes :

- Diplôme en management et gestion des entreprises (programme grande école)
- Master mention management et administration des entreprises

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Management, Social, Soins

- Encadrer et coordonner une équipe

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Superviser la gestion des stocks
- Planifier les rotations de stock
- Assurer le suivi des commandes avec les fournisseurs
- Participer et veiller à l'organisation de la livraison, de la commande des produits jusqu'à leur réception dans les différents points de vente

Développement économique

- Surveiller les indicateurs de vente
- Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles
- Proposer des promotions et des réductions pour fidéliser la clientèle

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer le respect des normes légales et réglementaires
- Evaluer le respect des engagements pris par les fournisseurs et les transporteurs (délais, prix, qualité, ...) et alerter le service achats en cas de difficulté
- Gérer et former le personnel, répartir et superviser les tâches, pour assurer la fluidité des opérations

Savoir-faire secondaires

Management, Social, Soins

- Motiver et former l'équipe pour améliorer le service client
- Coordonner les activités d'une équipe en grande distribution
- Former les équipes aux nouvelles méthodes de vente
- Former et développer les compétences des membres de l'équipe
- Manager son équipe à l'aide des indicateurs de performance
- Gérer les ressources humaines
- Former les nouveaux employés sur les produits et services

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Optimiser la gestion des stocks en fonction des prévisions de vente
- Elaborer le plan d'approvisionnement avec les fournisseurs (quantités à commander et des dates de livraison optimales ...)
- Coordonner avec les fournisseurs pour l'approvisionnement en matières premières
- Vérifier la mise en rayon des produits afin de les mettre en valeur et augmenter les ventes
- Mettre en place des procédures de contrôle qualité des produits
- Définir des normes de qualité pour les fournisseurs

Développement économique

- Analyser les performances de vente
- Surveiller les indicateurs clés de performance pour ajuster les stratégies
- Développer des stratégies pour atteindre les objectifs de vente
- Analyser les performances commerciales pour optimiser les stratégies
- Analyser les indicateurs de performance après chaque action marketing afin d'améliorer les opérations commerciales et développer le chiffre d'affaires
- Elaborer des indicateurs et tableaux de bord permettant le suivi et l'analyse des stocks et des approvisionnements
- Négocier avec les fournisseurs pour obtenir les meilleurs produits

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des contrats avec des fournisseurs
- Négocier avec les fournisseurs pour les achats de produits
- Piloter et vérifier les calculs des fournisseurs ou sous-traitants
- Gérer le budget publicitaire et promotionnel des produits

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Expliquer les résultats, les indicateurs de réussite et les écarts

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

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

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Produits, outils et matières

- Produits de Grande Consommation (PGC)

Normes et procédés

- Droit commercial
- Droit de la consommation
- Organisation de la chaîne logistique
- Procédures administratives
- Suivi des garanties des fournisseurs

Techniques professionnelles

- Planification stratégique des ventes
- Techniques de négociation avec les fournisseurs
- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques
- Techniques de motivation d'équipe
- Techniques de prévention des pertes

Transition numérique

Domaines d'expertise

- Merchandising / Marchandisage
- Techniques de négociation avancées
- Gestion des fournisseurs et des commandes
- Marketing (mercatique)

Contextes de travail



Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public
- En environnement bruyant



Horaires et durée du travail

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

Lieux et déplacements

- Zone nationale
-

Publics spécifiques

- Clientèle de particuliers
 - Clientèle de professionnels
-

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
-

Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels
-

Secteurs d'activité

- Commerce et distribution