

D1510

CHEF / CHEFFE DE SECTEUR MAGASIN

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe de secteur commercial
- Responsable univers dans la distribution
- Directeur / Directrice responsable de secteur commercial
- 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, Soins

- 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 (marketing et commerciale)

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer la conformité des pratiques commerciales avec la réglementation

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
- Vérifier la bonne application des accords commerciaux établis par le siège sur le terrain
- 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
- 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, Soins

- Evaluer les besoins en formation de l'équipe de vente
- 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, en mobilisant ses connaissances et son expérience
- 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
- Analyser les retours clients pour améliorer l'offre
- Evaluer la satisfaction des clients et mettre en place des actions correctives
- Optimiser l'organisation des rayons

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser des réunions de coordination avec les équipes
- Favoriser la collaboration entre les différents intervenants

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Assurer le respect des réglementations légales en vigueur dans le commerce
- Organiser et planifier une activité
- Planifier, contrôler et rédiger le rapport des activités et des moyens
- Assurer la gestion administrative d'une activité

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
- Analyse de la performance commerciale
- Compétences en communication interpersonnelle
- Planification de l'espace de vente
- Techniques commerciales
- Techniques d'analyse de marché
- Techniques de gestion de conflits
- Techniques de merchandising visuel
- 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

Transition numérique

Domaines d'expertise

- Compétences en management d'équipe
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement
- Leadership en gestion
- Merchandising / Marchandisage
- Principes de la gestion de projet
- Principes de marketing stratégique
- Stratégies de fidélisation de la clientèle
- Techniques de négociation avancées

Transition numérique

Produits, outils et matières

- Gestion des opérations de vente
- Gestion des stocks et inventaires
- Logiciel de gestion des stocks

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