

Direction en grande distribution

Domaine : Grande distribution

Appellations

- Responsable de réseau de la distribution
- Directeur de grande surface
- Directeur d'hypermarché
- Directeur de magasin-hypermarché
- Directeur de réseau de la distribution
- Directeur de magasin-supermarché
- Responsable de supermarché
- Directeur de grand magasin
- Directeur régional d'hyper ou de supermarché
- Directeur de supermarché

Accès au métier

Cet emploi/métier est accessible à partir d'une licence(LMD ou classique) en sciences de gestion, commerce et finance, généralement complétée par une expérience professionnelle dans le secteur de la grande distribution.

Conditions d'exercice

L'activité de cet emploi/métier s'exerce au sein de structures de la grande distribution (grands magasins, grandes surfaces, supermarchés, hypermarchés, ...) ou au siège de l'enseigne/marque en relation avec différents interlocuteurs (chef de département, comptable, responsable régional, ...).

Activités de base

- Définir les objectifs commerciaux de la structure (chiffre d'affaires, choix des fournisseurs, négociation des achats, ...) selon la stratégie de l'enseigne/marque
- Suivre les données d'activité de la structure (budget, taux de rentabilité, évolution des ventes, ...) et identifier des pistes de développement (actions promotionnelles, ...)
- Superviser la gestion des ressources humaines (recrutement, salaires, formation, plannings, hygiène et sécurité des locaux, ...) et apporter un appui aux équipes
- Traiter les dossiers particuliers (litiges, ...) ou transmettre aux services compétents

Compétences de base

• Règles d'hygiène et de sécurité • Techniques de communication • Techniques de gestion administrative et comptable • Techniques de management • Techniques de négociation commerciale • Techniques de reporting

Activités spécifiques

• Analyser les indicateurs socioéconomiques (positionnement de la concurrence, prix, conjoncture locale, ...) et mettre en place des axes d'amélioration (fidélisation de la clientèle, agrandissement, ...) • Communiquer et échanger des informations sur le bilan économique, social avec diverses instances (direction régionale, nationale, conseil d'administration, ...) • Développer des actions de communication ou de partenariat (sponsoring, ...) avec des structures locales (clubs sportifs, associations, ...) • Evaluer le rendement des points de vente et proposer des axes d'évolution -Techniques d'audit