

## Directeur(trice) de magasin à grande surface



© anpe communication

Hypermarché, supermarché... responsable d'un point de vente aux couleurs d'une enseigne, le directeur ou la directrice de grande surface gère et développe l'activité en appliquant la politique commerciale de la chaîne.

### Domaines professionnels :

[Administration de l'entreprise](#) , [Commerce](#)

### Centres d'intérêt :

[diriger, décider](#) , [faire du commerce](#) , [organiser, gérer](#)

## Le métier

- Nature du travail
- Conditions de travail
- Vie professionnelle
- Compétences
- Accès au métier
- Sources et ressources

### Nature du travail

#### Chef d'orchestre du magasin

Véritable chef d'entreprise, le directeur de grande surface coordonne l'ensemble des activités du magasin, sur les plans financier et humain. Il est ainsi amené à donner son avis sur l'implantation des produits, sur le réaménagement d'un rayon peu fréquenté par les clients, par exemple.

#### Les yeux sur les chiffres

Garant de la politique commerciale de l'enseigne, il organise les animations et les opérations de promotion dans son magasin, selon les consignes transmises par la centrale d'achat et le siège. L'objectif ? Doper les ventes, réaliser le chiffre d'affaires prévu, voire le dépasser.

#### Évaluation sur le tas

Le directeur n'hésite pas à sillonner les allées de son magasin pour rencontrer ses employés, juger de l'efficacité de ses actions et améliorer le travail des équipes. De cette façon, il s'assure aussi que les règles d'hygiène et de sécurité sont respectées.

Également manager, il fixe des objectifs motivants à ses collaborateurs. Il s'occupe des recrutements (caissiers, chefs de rayon, comptables...) et de la formation, des emplois du temps des employés...

### Conditions de travail

#### Plus de 35 h hebdomadaires

Les journées d'un directeur de grande surface commencent à 7 h du matin, à l'heure des livraisons, et se terminent à 20 h au minimum. En effet, les magasins des grandes villes ferment généralement tard. Ainsi, le directeur passe en moyenne 60 % de son temps de travail... au magasin.

#### Homme de dialogue

Le directeur maintient un dialogue constant avec ses personnels : responsables de secteur (ameublement, produits frais...), chefs de rayon (livres, peinture...), vendeurs, caissiers et employés de bureau (chefs des secteurs caisse et logistique, contrôleur de gestion, responsable du recrutement éventuellement). Ses déplacements à l'extérieur sont fréquents : visite des magasins de la chaîne dans la région, réunion avec leurs directeurs...

#### Autonomie variable

Son autonomie dépend de l'importance de la surface de vente par rapport aux autres magasins de l'enseigne. Par exemple, s'il recrute et forme son équipe de vendeurs, il ne choisit pas pour autant les gammes de produits. La centrale d'achat de l'enseigne édite les règles. Mais plus la surface de vente est importante, plus ses responsabilités augmentent !

## Vie professionnelle

### Un gisement d'emplois

Selon la dernière enquête de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), le commerce a toujours été créateur d'emplois. En tête de liste : l'alimentation. En 30 ans, les grandes surfaces alimentaires ont multiplié par 6 leurs recrutements, passant de 85 000 salariés à plus de 560 000 !

### Expérience de rigueur

Un bémol cependant : le poste de directeur de magasin n'est pas immédiatement accessible aux jeunes diplômés. Les recruteurs exigent une expérience préalable de plusieurs années dans d'autres fonctions : chef de rayon, puis responsable de secteur, éventuellement directeur-adjoint. Les embauches s'effectuent souvent en interne.

### Rémunération

#### Salaire du débutant

De **3000** à 5000 euros brut par mois + primes éventuelles.

## Compétences

### La bosse du commerce

Pour occuper ce poste, mieux vaut avoir la fibre commerciale, savoir jongler avec la taxe à la valeur ajoutée (TVA), les marges... Mais ce n'est pas qu'une question de chiffres. L'animation et la gestion d'une équipe de salariés (certains directeurs managent plus de 200 personnes) exigent des qualités relationnelles, une grande disponibilité et une capacité d'écoute réelle pour régler les problèmes sur le terrain.

### Satisfaire le client

Aujourd'hui, concurrence oblige, on attend du directeur qu'il soit un homme de marketing, capable d'analyser le marché et les attentes des clients, voire même de les anticiper. Si un produit se vend mal, si le chiffre d'affaires décline, sa réactivité doit être immédiate. Dynamique et polyvalent, il doit savoir innover, avoir de l'imagination pour attirer le client, et proposer des idées pertinentes. Bref, il doit être un vrai stratège...

## Accès au métier

**BTS et DUT sont les diplômes de base pour accéder au poste de directeur de magasin.** Mais à ce niveau de responsabilité, les recruteurs leur préfèrent une licence professionnelle, voire mieux un master professionnel.