

Chef de Rayon en GMS (Grande et Moyenne surface)



http://www.distribution-commercielle.fr/Pages/affaires_annonces_emploi_fruits_legumes_distribution_commercielle.aspx

« Le chef de rayon fruits et légumes en grandes et moyennes surfaces (GMS), qui dirige jusqu'à une dizaine d'employés, gère au quotidien l'approvisionnement et la mise en vente de 100 à 250 références. Pour cela, il se fournit auprès de sources variées telles que les centrales d'achat et, selon les enseignes, les grossistes ou les producteurs locaux. Véritable petit magasin au

cœur du magasin, le rayon fruits et légumes frais est l'un des plus attractifs d'un supermarché ou hypermarché. »

(Source : Interfel <http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/filiere-et-metiers/les-metiers-de-la-filiere/chef-de-rayon-en-gms>)

« Clé de voute du fonctionnement d'un magasin

Le chef de rayon personnifie les 4 fonctions suivantes : négociation - achat - vente - recrutement de son personnel. Sans lui, la vente en libre-service n'existerait pas. Les missions imparties et l'étendue des responsabilités dépendent de l'importance et de la taille du magasin mais aussi du type de rayon supervisé (fruits, légumes, équipement de la maison, bricolage, luminaire etc.)

Il est responsable du chiffre d'affaires de son rayon et en assure la rentabilité. Il doit respecter les objectifs fixés par le directeur du magasin.

Il encadre et anime une petite équipe de vente : il veille au fonctionnement harmonieux du rayon et du personnel qui y travaille.

Gestion commerciale

Le chef de rayon en super ou hypermarché a pour mission :

- de réaliser un chiffre d'affaires maximum en adéquation avec les objectifs fixés
- d'établir des propositions pour améliorer ces résultats
- de veiller à l'obtention d'une marge raisonnable
- de disposer de stocks les plus bas possibles
- d'avoir des frais de personnel peu élevés et des frais généraux bien contrôlés.

Pour y parvenir, il sélectionne ses fournisseurs, référence ses produits, les implante au mieux en magasin, fixe ses prix, établit ses promotions.

Lors d'opérations ponctuelles saisonnières, il se charge des publicités de presse.

Gestion Humaine

Le chef de rayon est un animateur, il a une équipe à gérer.

Sur le terrain, il est responsable de la bonne marche de cette équipe, de sa formation, et du recrutement de son propre personnel.

Il fixe les plannings horaires en fonction des besoins de la clientèle ; l'ensemble du personnel sera présent le vendredi et le samedi car 1/3 voire 2/3 des recettes de la semaine ont lieu ce jour-là dans la distribution.

Il organise des réunions, en général hebdomadaires pour évoquer :

- les besoins propres à chacun et les problèmes d'organisation
- les performances financières du rayon
- les plans d'action.

Une équipe soudée pour une efficacité maximum

Son importance dépend de la taille du magasin mais aussi du secteur de vente ou du type de rayon qu'il dirige : elle atteindra 15 personnes pour un rayon alimentaire produits frais, celui des "fruits et légumes" par exemple.

Dans une grande équipe, une secrétaire répond au téléphone, passe les commandes, assure le paiement des fournisseurs. Le reste du personnel comprend les réceptionnistes, les vendeuses et les employés de libre-service, encadrés par un chef d'équipe. Le chef de rayon a en charge la gestion du plan de carrière de ses employés et de leur possible promotion.

Hiérarchie fonction du groupe

Sa marge d'autonomie et son pouvoir de décision en dépendent : tout est fonction du type de distribution et du style du groupe dans lequel il travaille.

Le chef de rayon relève d'un chef de département, ou chef de secteur lui-même dépendant du directeur du magasin.

Les décisions sont généralement collégiales : le directeur du magasin réunit ses chefs de secteurs, ces derniers réuniront leurs chefs de rayon.

Un hypermarché de 10 000 m² comporte environ 10 chefs de secteurs et 45 chefs de rayon.

Dynamisme, sens des responsabilités, aptitudes au management sont les qualités obligées d'un chef de rayon.

Pour obtenir des résultats, il faut savoir conduire une équipe, ne pas hésiter à prêter main forte sur le terrain, si besoin est, et pouvoir, le cas échéant, tenir le même poste que ses employés.

Disponibilité bien sûr : à ce poste les 55 heures sont fréquentes, le travail le soir et le samedi de règle. En contrepartie pour quelqu'un qui aime les initiatives, qui a le goût du risque (2 qualités indispensables dans un univers très concurrentiel), d'importantes responsabilités et satisfactions sont à la mesure de la fonction.

Recrutement

Qu'il s'agisse d'une promotion interne ou d'un recrutement externe, ces exigences se retrouvent à l'embauche pour tout poste de chef de rayon :

- promotion interne : le poste est attribué soit à des vendeurs, soit à des employés de libre-service du magasin après 3 à 5 ans d'expérience et ayant fait leurs preuves.
- recrutement externe : il s'effectue sur tests, et surtout entretiens avec le directeur du magasin ou le chef du personnel. Une fois engagé une formation de base de 4 à 6 mois est assurée au sein de l'entreprise : les chefs de rayon sont censés évoluer au sein du groupe et y devenir de futurs managers.

Promotion

C'est encore un des rares secteurs à permettre à des autodidactes d'accéder à des responsabilités à condition d'accepter une grande mobilité géographique et un investissement personnel important.

- Le chef de rayon peut devenir chef de département ou chef de secteur après 3 ou 4 années à la tête du rayon : tout dépend de sa formation et de la compétence.
- Par la suite, sa carrière peut s'orienter au sein de la société, (ou ailleurs) vers un poste de directeur adjoint ou responsable des Achats.
- Dans d'autres entreprises : il peut devenir représentant, directeur régional des Ventes, directeur commercial...
- Il peut aussi opter pour un poste de responsable de relations humaines s'il est passionné par la communication.

Un manque de chefs de rayon

En ce qui concerne le marché de l'emploi, il existe une forte demande des entreprises, principalement des super et des hypermarchés.

La France compte plus de 7 000 supermarchés qui emploient 27000 chefs de rayons alimentaires.

Le salaire brut d'un chef de rayon se situe entre 1 370 euros et 1 830 euros auquel s'ajoutent des primes. Par la suite le salaire est fonction des résultats obtenus. Dans certaines chaînes d'hypermarchés, il est assorti d'une participation qui peut être l'équivalent de 3 à 4 mois de salaires supplémentaires par an.

Pour des chefs de rayon de 2 à 5 ans d'ancienneté, la fourchette moyenne se situe entre 1 900 euros et 2 130 euros mais ce salaire peut dépasser dans certains cas les 3000 euros.

Un directeur d'hypermarché gagne en moyenne entre 3 800 euros et 4 500 euros brut par mois.

Pour des directeurs expérimentés, ce salaire peut dépasser 7500 euros mensuels dans certaines chaînes sur de gros magasins, auxquelles s'ajoutent bien sûr des primes de résultat, au moins égales à trois mois de salaire. »

Source : Onisep, via http://www.distrijob.fr/scolaire/chef_rayon.asp