



\*\*\*\*\*

vie Maritale  
Permis B

\*\* \*\*\* \*\* \*

Noailles (60430)

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*@\*\*\*.\*\*\*

## Responsable de magasin, Sénior

### EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

mai 2012 / août 2020

#### Responsable de magasin

Orchestra L'isle Adam 95290  
*Fermeture du magasin*

janv. 2011 /

#### Responsable adjointe

Orchestra L'Isle Adam (95)

janv. 2009 / janv. 2011

#### Chef de Rayon Décoration et Luminaire

MR BRICOLAGE Paris 12ème

janv. 2008 / janv. 2009

#### Responsable caisse

Mr Bricolage Paris 12ème

janv. 2006 / janv. 2008

#### Chef de Rayon

CASTORAMA Eragny sur Oise (95)

/

#### Vendeur

SAVOIR FAIRE METIER

*Management et organisation des équipes :*

\* *Planning jusqu'à 6 personnes avec pilotage de la modulation en fonction de la saisonnalité*

\* *Mise en place d'une organisation permettant de responsabiliser chaque vendeur sur un*

*terrain de jeu précis et sur des basiques métiers : rayon référent en terme de tenue et d'efficacité.*

\* *Coaching à la vente développé sur la dernière année : rayon positionné à chaque challenge magasin.*

\* *2 formations management et communication (Castorama) :*

o « *développer votre aisance relationnelle* »

o « *Bien communiquer pour bien manager* »

*Commerce :*

\* *Plan action commercial écrit et animé à 3 mois : réactivité saisonnière impactant sur le*

*CA*

\* *Plan des cross marketing par allée : 5% du CA du rayon avec des produits à 50% de marge minimum.*

\* *Négociation fournisseur afin de déclencher de l'événementiel commercial (prix jamais vu, opé girafe, challenge équipe...)*

\* *Développement du CA par actions spécifiques : contact artisans et marchés parallèles,*

*fidélisation des gros faiseurs de la zone de chalandise, adaptations des gammes en fonction des tendances, animations de Castostages*

\* *Mise en place de marchandise en fonction d'un merchandising précis : techniques pour tirer*

*le meilleur profit de la surface de vente.*

\* *Réalisation d'une vitrine : élément fondamental dans le plan de communication de toute*

*enseigne de prêt-à-porter.*

\* Vente de programme de fidélisation client : Carte Castorama, carte Mr Bricolage et carte club Orchestra.

*Gestion :*

\* Commandes de fond de rayon et promotionnelles.

\* Gestion des déréférencés par liquidation avec mesure de l'impact sur la marge ou reprises fournisseurs

\* Animation de la démarque par mise en place d'un plan d'action : taux de démarque totale

0.37%

\* Suivi des livraisons afin d'optimiser la mise en rayon.

\* Tenue d'une caisse : ouverture, encaissement, clôture.

*Produit :*

\* 4 formations produits décoration APFA

\* 2 réalisations de projet « Harmonie Des Couleurs » pouvant être utile au merchandising.

\* Formation théorique ORCHESTRA 1 semaine

\* Formation pratique ORCHESTRA 1 semaine à Vend in le Vieil

*SAVOIR ETRE*

*Dynamique, pédagogue, patiente, communicante, pugnace.*

## **DIPLOMES ET FORMATIONS**

---

**/ juin 2005**

**Baccalauréat série Economique et Social - BAC**

Lycée François Tuffaut à Beauvais

## **COMPETENCES**

---

pédagogue, patiente, communicante