Directeur Exploitation

45000 ORLEANS · Plus de 10 ans d'expérience · Réf. 2109071551

Ma recherche

Contrat recherché : Tout contrat
Zone : Centre-Val de Loire
Mobilité : sur toute la région
Rémunération : a étudier
Secteur : Administration et juridique

Formations

2000 — Bac +5 — ESSEC Business School
Master management général international
1995 — Bac +2 — IFG
BTS Manager un centre de profit
1985 — Bac Pro
Brevet de Maîtrise (bac pro)

Expériences professionnelles

03/2009 - à ce jour — Directeur Général
•• artenariat avec Heineken pour promouvoir la marque Casa del Campo en France
•” æ–ÖW" ÆR .—6V R FW2 &W7F W ants en propre et en franchise avec un accompagnement en marketing opérationnel, en organisation et en plan d’action du compte d’exploitation

08/2007 - 03/2009 — •• artenariat avec Heineken pour promouvoir la marque Casa del Campo en France •• Animer le réseau des restaurants en propre et en franchise avec un accompagnement en marketing opérationnel, en organisation et en plan d’action du compte d’exploitation

Finaliser un nouveau concept pour le développer en propre et en franchise.
•”6öç7G uire la valeur de la marque avec son positionnement.
•• ositionner le concept sur le marché de la franchise pour obtenir un concept prêt à développer.
•”vW7F–öâ I'Vâ .—6V R FR tenaires immobiliers (apporteurs et bailleurs institutionnels)
•”6öç7G uire une relation forte avec nos fournisseurs de produits espagnols
-”N•veloppement de la marge de 65 à 72 %

01/2002 - 07/2007 — Directeur général

Développer la filiale sur les marchés numériques de l’impression
•”N–f–æ—F–öâ WB Ö—6R Vâ Æ 6R FR Æ &÷7 V7F–öâ ÔRôw ands comptes
•”Ö—6R Vâ Æ 6R I'Vâ Æöv–6–VÂ 5$Ò ƒS 6Æ–VçG2’ ÷W" –FW" æ÷G&R `orce de vente et créer une organisation grands comptes sur la région.
•”N•veloppement de deux nouveaux services : un service d’audit pour nos gros clients et un service de formation (premier agrément organisme de formation pour une filiale Toshiba)
-“3 °e de marge nouvelle par an dés la deuxième année
••.–÷&v æ—6 F–öâ FR Æ .—6Væ6R 6öÖÖW&6– ÆR R æ—`eau régional
-”F–Ö–àution de nos coûts fixes de 30%
•”N•veloppement d’un logiciel informatique bureau mobile pour accroitre la synergie et le partage d’information entre les services techniques et commerciaux
-” Þ–Æ–÷ ation de la productivité technique de 15%
••.–÷&v æ—6 F–öâ GR 6W vice ADV (délais de 3 semaines à 1 semaine)
-”F–Ö–àution de nos stocks de 150 Ke
-”N•veloppement du CA de 8 % par an pendant 5 ans, de la part de marché de 12 à 20 %

10/1996 - 12/2001 — Directeur régional

Management et Optimisation d’un réseau de 20 BU Pomme de Pain, 12M€ de CA, 200pers

•“”’ó Ö æ vVÖVçB GR .—6V R FR # U hors Paris
••@ravailler sur les enjeux stratégiques des nouveaux projets de la marque
-”÷W`erture de 5 unités par an avec le développeur de l’enseigne
-”Ö—6R Vâ Æ 6R GR &ö¦WB æ÷W`eau concept

•“‘ró“’ ÷ F–Ö—6 F–öâ GR .—6V R æ F–öæ Â FW2 v &W2 FR # &W7F W ants
•”Ö—6R Vâ Æ 6R I'Vâ VF—B FW2 v &W2 vec les services financiers du groupe
•”N–f–æ—F–öâ I'Vâ Æ â I& 7F–öâ vec les directeurs de chaque site
•”Ö—6R Vâ Æ 6R ÷ — ationnelle du projet
-” ugmentation de la rentabilité de 30 % et gain de 5 % de marge en 2 ans

•“‘bó“r Ö æ vVÖVçB I'Vâ .—6V R FR R U à Paris sur 18 mois : animation, formation des équipes, déclinaison des offres, optimisation du parc

1993 - 1996 — Directeur d’exploitation

Restructuration du Centre de Profit : Orléans, Montluçon, Clermont Ferrand, Châteauroux, Roanne
•”N–f–æ—F–öâ I'VæR æ÷W`elle offre pour les magasins avec une meilleure organisation de la production
-” Þ–Æ–÷ ation de 15 % du CA par pt de vente
•”N•veloppement d’une organisation commerciale pour les restaurateurs : démarchage, tarification adaptée et circuit de livraison
-“3 R GR 4   R &÷WB FR Æ FWW†ž†ÖR æî–P
•” Þ–Æ–÷ ation de la gestion de la production et renégociation des achats
-” ugmentation des marges de 65 à 77 % en un an
-”À’exploitation est passé de - 1 Me à l’équilibre financier en 3 ans

07/1989 - 08/1993 — Directeur d’exploitation

Création et développement d’une SA, étude du marché, business plan, conception et lancement de la production, positionnement sur le marché
-”4 FR   "Ãr ÔR Vâ 2 ç0

•”N•veloppement commercial grands comptes GMS et restauration commerciale
•”÷&v æ—6 F–öâ N–Fž–R W,   VÇ2 I&öfg&W2 V lics, animations régulières avec nos distributeurs
•”Ö æ vVÖVçB FR Æ `orce de vente directe et indirecte
-“C R FR   t de marché sur notre secteur grands comptes privés et publics
-“3 R GR 4   É&Pxport : Belgique, Allemagne, Espagne

•”vW7F–öâ FR É&VçG&W ise :
••&W ÷ ting mensuels par activité
•”N•veloppement des services transverses (Finance, contrôle de gestion, RH)
••7V—f’ FR Æ &öGV7F–öâÂ FW2 6† G2 WB FR Æ Æöv—7F— VR –çFW ne et externe
-•.—7VÇF B ÷6—F–b R &÷WB GR G&ö—6ž†ÖR Pxercice

Langues

Français (courant)

Compétences

•”.'F—" WB ÖWGG&R Vâ öWWg&R VæR 7G atégie
•” æ–ÖW" Vâ .—6V R " Fò "
•”F— iger une organisation Multi-sites
•”~—&W" 6W2 — V— W2 Vâ Föææ çB GR 6Vç2 R V÷F–F–Vâ „vW7F–öâ FR &ö¦WBÂ N•v des compétences)
•”–çN–prer, Former et faire grandir ses Collaborateurs

•”N•velopper et fidéliser les grands comptes
•”W‡ — ience de conduite de changement sur différents marchés
•” æ–ÖW" Vâ 6öÖ—N’ FR F—&V7F–öâ WB ~—&W" ÆW2 `onctions supports

•”6öç7G uire les budgets et les tableaux de bords adaptés
•”Ö —G iser les enjeux financiers pour les actionnaires
•” Þ–Æ–÷&W" Æ `aleur ajoutée de l’organisation
•”î–vö6–W" FR Æ 7&ö—76 æ6R Pxterne
••
•” æ Ç—6W" 6öâ Ö &6Ž•, Bâtir une stratégie adaptée
•”Ö—6R Vâ Æ 6R I'Vâ 5$Ò FV6†æ— VR WB 6öÖÖW&6– ÆR
•”`aire évoluer l‘organisation selon son marché

Permis

Permis B

Loisirs

Hand Loisir, VTT et Semi Marathon

Fiche anonyme — l'identité et les coordonnées du candidat sont communiquées aux recruteurs qui en font la demande sur pmebtp.com.