

D1410

COMMERCIAL / COMMERCIALE



Emploi
cadre

Autres emplois décrits

- Attaché commercial / Attachée commerciale
- Attaché commercial / Attachée commerciale sédentaire
- Chargé / Chargée de compte
- Commercial / Commerciale sédentaire
- Délégué commercial / Déléguée commerciale
- Délégué commercial / Déléguée commerciale sédentaire
- Représentant commercial / Représentante commerciale
- VRP

Définition

- Rôle essentiel d'interface entre l'entreprise et sa clientèle.
- Avec une fine connaissance des enjeux de son secteur d'activité et ses talents en communication auprès des clients, promeut efficacement l'offre de l'entreprise auprès de clients fidélisés et/ou de prospects.
- Participe à augmenter les parts de marché de l'entreprise.

Accès à l'emploi

Deux années minimum d'expérience sont fréquemment requises, idéalement dans le secteur d'activité ou a minima auprès d'une cible clientèle spécifique. Ce poste est éventuellement ouvert aux jeunes diplômés ayant réalisé leurs études supérieures en alternance.

Certifications et diplômes :

- BTS Management commercial opérationnel, BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client), BTS Commerce international, DUT Techniques de commercialisation, BTS Technico-commercial
- Diplôme d'école de commerce
- Diplôme d'école d'ingénieurs
- Licence pro en commerce et vente (commerce et distribution/commercialisation de produits et services/commercialisation de produits alimentaires...)
- Master commercial, marketing, technique, scientifique

Compétences

Savoir-faire

Analyser les appels d'offres et évaluer la capacité de l'entreprise à y répondre.

Assurer la veille sur son marché et son secteur d'activité : les différents acteurs, l'état de la concurrence, les tendances émergentes pour repérer des opportunités de prospection.

Conduire les éventuelles négociations commerciales : prix, délais, promotions et conclure la vente (bons de commande, contrats de vente...).

Construire un argumentaire

Développer et fidéliser la relation client

Développer un portefeuille clients et prospects

Dresser une liste de prospects et concevoir un plan de prospection : qui approcher quand et comment.

Effectuer une démonstration devant un client ou un public

Entrer en contact avec les prospects via tous les médias possibles et pertinents (appels téléphoniques, salons, foires, partenaires commerciaux, via les réseaux sociaux professionnels...)

Identifier les forces et faiblesses de l'offre au contact du réel pour adapter l'offre à la réalité du terrain.

Mettre en oeuvre des actions commerciales et promotionnelles

Participer à la définition précise et à l'actualisation du profil des prospects à démarcher au regard du secteur d'activité, profil d'entreprise

Participer aux actions de marketing opérationnel : tenir un stand sur des salons, des foires, des événements sportifs, mener des opérations promotionnelles sur le terrain.

Concevoir des propositions commerciales ou promouvoir des produits/des offres préconstruits qui répondent au besoin du client tout en intégrant ses contraintes.

Échanger avec les prospects et/ou clients en vue de comprendre leurs enjeux et de détecter des besoins susceptibles d'entrer en résonance avec l'offre de services/de produits de l'entreprise.

Échanger régulièrement avec sa clientèle.

Faire remonter les besoins clients en interne pour adapter l'offre aux enjeux émergents.

Veiller à la bonne qualité du service rendu/du produit vendu et à la satisfaction du client.

Connaitre et respecter la législation en vigueur en matière de vente dans son secteur

Gérer les réclamations ainsi que les litiges commerciaux.

Négocier un contrat

Suivre un contrat, vérifier le respect des clauses contractuelles

Contrôler la rentabilité des contrats et missions (concerne en particulier les commerciaux vendant de la délégation de personnel).

Réaliser un suivi régulier sur l'activité commerciale : nombre de clients rencontrés, de propositions commerciales rédigées, présentées, vendues, de relances réalisées... (éventuellement via un logiciel CRM/GRC).

Développement commercial

Relation client

Droit, contentieux et négociation

Stratégie de développement

Communication

Convaincre de la pertinence des produits/des services développés par l'entreprise.

Développer et animer un réseau de partenaires commerciaux susceptibles de favoriser la mise en relation avec des prospects.

Qualité

Réaliser un suivi quantitatif et qualitatif des actions de prospection : type de contact, profil de l'interlocuteur, nature des échanges (éventuellement via un logiciel CRM/GRC).

Savoir-être professionnels

Être à l'écoute, faire preuve d'empathie

Faire preuve de curiosité

Faire preuve de persévérance

Faire preuve de réactivité

Gérer son stress

Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

Savoirs

Domaines d'expertise

Logiciel de gestion clients

Négociation

Progiciels de gestion de la relation client (CRM - Customer Relationship Management)

Suite bureautique - LibreOffice

Techniques professionnelles

Techniques commerciales

Techniques de prospection (phoning, visites)

Techniques de vente

Normes et procédés

Prospection commerciale

Contextes de travail



Conditions de travail et risques professionnels

Déplacements professionnels

Secteurs d'activité

• Commerce et distribution
