

Description du métier

Le commercial est chargé de prospecter, gérer, développer, vendre et fidéliser un portefeuille de clients (particuliers, professionnels, collectivités/administration) selon la politique et les objectifs commerciaux de l'entreprise. Il conseille et propose des produits, des services ou des solutions techniques adaptés aux besoins de la clientèle. Il peut intervenir en interface avec les métiers techniques pour étudier la faisabilité technique et proposer des solutions adaptées à la problématique client. Il présente et valorise les propositions commerciales par :

- sa maîtrise des techniques de vente.
- sa connaissance des caractéristiques des produits, services et solutions.
- la présentation ou la démonstration éventuelle du produit ou de la solution personnalisée (plan 2D/3D, visite virtuelle, démonstration de logiciels ou de matériels...).

Il peut être spécialisé sur un ou plusieurs types de produits/services/solutions

Il négocie les conditions commerciales de la vente et conclut la vente par l'établissement d'un contrat soumis à validation.

Ce métier nécessite un sens du relationnel développé, une capacité d'écoute et d'adaptation ainsi qu'une force de persuasion.

Il assure également le suivi commercial de son secteur pour atteindre les objectifs qui lui sont fixés. Il renseigne la base d'informations commerciales et transmet, le cas échéant, tous les éléments nécessaires au service de l'administration des ventes.

Activités associées

- Mise en œuvre du plan d'action commerciale et propositions d'action de développement.
- Veille sur le marché, prospection, prises de rendez-vous, visites.
- Analyse des besoins clients et des opportunités commerciales.
- Participation aux réponses d'appels d'offres.
- Elaboration de propositions commerciales adaptées en lien si besoin avec les services techniques.
- Négociation des conditions contractuelles et adaptation éventuelle de l'offre.
- Etablissement d'un contrat de vente.
- Transmission des informations techniques et commerciales aux services concernés.
- Gestion des litiges commerciaux.
- Suivi, analyse et reporting des résultats et des indicateurs commerciaux.
- Participation aux animations commerciales (salon, site et réseaux sociaux, évènements commerciaux...).

A noter : Le commercial peut intervenir sur une zone géographique définie ou prendre en charge des comptes clients spécifiques. Le périmètre d'action du commercial varie suivant l'entreprise où il est employé. Il peut exercer tout ou en partie les activités décrites ci-dessus.

Autres appellations du métier

- Attaché commercial
- Conseiller commercial
- Délégué commercial
- Attaché technico-commercial/technico-commercial
- Ingénieur commercial/Ingénieur d'affaires
- Commercial sédentaire/terrain/itinérant

Accès au métier, formations

Profil recherché :

Bac +2 (BTS ou DUT) à bac+5 : Techniques commerciales

Ecoles de Commerce, Ecoles d'ingénieur option ingénieur d'affaires.

Le niveau de formation et l'expérience requise varient en fonction du périmètre d'action du commercial, de la complexité de l'offre et/ou de l'environnement technologique ou technique dans lequel il évolue.

Une pratique de l'anglais est recommandée.

Formations (liste non exhaustive) :

- DUT - Techniques de commercialisation
- BTS - Technico-commercial
- TP - Négociateur technico-commercial
- Licence professionnelle - Commercialisation de produits et services
- Master - Marketing, vente

Relations fonctionnelles internes /externes

En interne : Il intervient sous la responsabilité du chef de groupe commercial / chef des ventes / responsable commercial ou directeur de l'entreprise. Selon l'organisation de l'entreprise, il est en relation avec les membres de l'équipe commerciale, les services techniques, le chef de projet, avec le service de l'administration des ventes (ADV).

En externe : Il est relation avec les clients et les prospects de son portefeuille. Il échange également avec les fournisseurs, acheteurs, revendeurs.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, il peut évoluer vers des fonctions managériales : responsable grand-compte, responsable commercial puis directeur commercial.

Il peut également s'orienter vers des métiers liés au marketing : chef de produit, chargé d'étude... ou aux achats.

Compétences

METTRE EN ŒUVRE LE PLAN D'ACTION COMMERCIALE

- Appréhender la politique commerciale de l'entreprise et les objectifs fixés.
- Appréhender les caractéristiques des produits/services/solutions et analyser leur potentiel commercial.
- Proposer des actions de développement commercial, des moyens et des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs fixés en lien avec sa direction.
- Participer à l'évaluation du plan d'action et proposer des mesures correctives en lien avec sa direction.

PROSPECTER

- Effectuer une veille permanente sur son marché, les différents acteurs et la concurrence, sur les innovations technologiques.
- Cibler des prospects à partir du plan de prospection.
- Alimenter et gérer un fichier de prospects.
- Réaliser, suivre et gérer les actions de prospection commerciale.
- Organiser et réaliser des visites de prospection en clientèle.
- Développer et animer un réseau de contacts ou de partenaires commerciaux.

CONCEVOIR UNE OFFRE COMMERCIALE, NÉGOCIER ET VENDRE

- Analyser la demande du client, un appel d'offres/un cahier des charges et identifier les besoins.
- Etudier et concevoir des offres commerciales en lien avec les services internes
- Calculer, analyser les coûts et les marges et déterminer les prix.
- Développer un argumentaire commercial adapté.
- Présenter et valoriser son offre par le biais de connaissances techniques et réaliser si besoin une démonstration des solutions, des usages possibles pour apporter la plus-value de la proposition.
- Appliquer les techniques de négociation et conduire une négociation commerciale.
- Conclure la vente et établir (et/ou vérifier) un contrat de vente.
- Transmettre les informations techniques aux services concernés afin de garantir la bonne exécution du contrat.
- Transmettre les informations commerciales aux équipes de l'administration des ventes (si existantes).

GÉRER ET DÉVELOPPER LA RELATION CLIENT

- Renseigner et actualiser les outils de gestion de la relation client (CRM).
- Promouvoir les offres commerciales, les événements commerciaux, les services et le programme de fidélisation client.
- Développer la fidélisation des clients.
- Vérifier les conditions d'exécution d'une commande, d'une prestation (délais...).
- Traiter ou participer au traitement des litiges et les réclamations des clients et proposer des solutions adaptées en lien avec sa direction.

SUIVRE, ANALYSER ET DÉVELOPPER LES RÉSULTATS COMMERCIAUX

- Assurer des reportings réguliers sur les résultats commerciaux à la direction.
- Appréhender et suivre les indicateurs commerciaux, les indicateurs de performance commerciale, les objectifs commerciaux.
- Participer à l'évaluation de la performance des résultats commerciaux, identifier les éventuels écarts.
- Identifier les leviers pour développer le chiffre d'affaires et proposer des actions d'amélioration en lien avec sa direction.

Facteurs d'évolution du métier

Avec une clientèle toujours plus informée et exigeante qui n'hésite pas à challenger les commerciaux, ces derniers sont amenés à renforcer leur rôle de conseil, et apporter des solutions adaptées, des offres de produits et services de plus en plus personnalisés. Ce qui confère au commercial une position croissante d'interface dans l'entreprise avec les services techniques, du marketing, développement, logistique, achat...

Le digital devient indispensable dans le métier. Le commercial doit maîtriser internet et les logiciels de gestion et de reporting, commercial et de marketing opérationnel, CRM... pour suivre son activité et le marché.

Code ROME

D1403-Relation commerciale auprès de particuliers
D1407-Relation technico-commerciale
D1402-Relation commerciale grand-compte et entreprises