

## Description du métier

Le responsable commercial a la responsabilité du développement des ventes de l'entreprise dont il promeut l'image et l'offre (produits/services/solutions). Pour ce faire, il détermine avec sa direction la stratégie commerciale et établit un plan d'action pour atteindre les objectifs fixés en utilisant les moyens et budgets alloués.

Il s'appuie sur l'équipe commerciale qu'il anime et gère au quotidien. Il organise, coordonne et suit l'activité des commerciaux et leur fournit une aide technique en cas de besoin. Il précise à chacun des commerciaux ses objectifs de vente, suit la réalisation du chiffre d'affaires, vérifie que les zones géographiques sont bien couvertes et que les produits/services/solutions sont bien présentés aux clients.

Il suit avec précision les résultats et indicateurs commerciaux et propose des actions correctrices ou d'améliorations si nécessaire.

Il peut être amené à prendre en charge lui-même des clients grands comptes et/ou stratégiques, à étudier le potentiel de clients/prospects et qu'à développer le portefeuille clients/prospects. Le responsable commercial est sur le terrain comme son équipe, très au contact avec le client.

## Activités associées

- Participation à la définition de la politique commerciale de l'entreprise et mise en œuvre de la stratégie commerciale opérationnelle.
- Détermination des objectifs à atteindre et des moyens nécessaires.
- Veille sur le marché.
- Organisation, planification et gestion des différentes étapes du plan d'action commerciale.
- Pilotage, suivi et contrôle du plan d'action commerciale.
- Analyse des résultats et des indicateurs commerciaux.
- Définition et mise en œuvre des actions de développement et d'ajustement du plan d'action commerciale et/ou des offres de l'entreprise en fonction des résultats commerciaux.
- Participation à la définition et à la coordination des actions de communication, de promotion et d'informations sur les offres de l'entreprise.
- Le cas échéant, prospection, construction de l'offre, négociation et suivi des contrats grands comptes et/ou stratégiques.
- Management et gestion des collaborateurs de son équipe.
- Suivi et transmission des informations relatives à l'avancement de l'activité commerciale (positionnement, chiffre d'affaires, rentabilité, volume, marge).

A noter : dans certaines structures de petite taille, le directeur commercial peut être amené à exercer un panel d'activités plus large (achat...).

## Autres appellations du métier

- Chef de secteur des ventes/chef des ventes
- Directeur/responsable des ventes
- Manager commercial des forces de vente
- Responsable de la force de vente
- Responsable du développement commercial
- Chef de groupe commercial

## Accès au métier, formations

### Profil recherché :

Niveau bac+2 (BTS, DUT...) à bac + 4/5, formation commerciale, masters professionnels en marketing, écoles de commerce et de gestion.

Le métier est accessible aux personnes issues du terrain avec une expérience dans des fonctions intermédiaires. La durée de l'expérience requise varie en fonction du niveau de formation du candidat au poste.

Une pratique de l'anglais est recommandée.

### Formations (liste non exhaustive) :

- DUT - Techniques de commercialisation
- BTS - Management commercial opérationnel
- Licence professionnelle - Commerce et distribution
- Titre niv.6 Responsable Commercial et Marketing
- Titre niv.6 Responsable du développement commercial
- MASTER - Management et commerce international

## Relations fonctionnelles internes /externes

*En interne* : selon les entreprises, il intervient sous la responsabilité du directeur général ou d'un directeur commercial. Il est en relation permanente avec l'équipe de commerciaux. Il travaille en collaboration avec le service technique, marketing, achat, l'administration des ventes et les services supports : ressources humaines, juridiques...

*En externe* : il est en relation avec les clients, les prospects, les fournisseurs, acheteurs, revendeurs, partenaires et contacts institutionnels.

## Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, il peut évoluer vers les fonctions de la direction commerciale. Il peut également évoluer vers la direction générale ou vers un poste de directeur de filiale, ou de directeur commercial au niveau régional ou national.

## Compétences

### DÉFINIR LA STRATÉGIE COMMERCIALE

- Effectuer une veille permanente sur son marché, les différents acteurs et la concurrence, sur les innovations technologiques.
- Analyser l'évolution des marchés, la concurrence afin d'adapter en permanence les offres de l'entreprise.
- Appréhender les caractéristiques des produits/services/solutions et analyser leur potentiel commercial.
- Identifier les axes de développement commercial : cibles clientèles, segments porteurs, canaux de commercialisation...
- Prospecter de nouveaux marchés, identifier de nouvelles cibles et créer un plan de prospection commerciale.
- Elaborer des stratégies de développement à partir de la politique commerciale de l'entreprise et en lien avec sa direction.
- Fixer les objectifs commerciaux et les axes prioritaires.
- Elaborer le plan d'action commerciale et de fidélisation de la clientèle.

### ORGANISER, PILOTER, SUIVRE ET ADAPTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE

- Déterminer et coordonner les moyens nécessaires pour la réalisation du plan d'action commerciale.
- Concevoir le circuit de l'information du service commercial (réunions, notes...).
- Organiser, coordonner, superviser l'activité des commerciaux de l'entreprise.
- Garantir la bonne application de la stratégie commerciale au niveau de son équipe.
- Suivre la mise en œuvre du plan d'action commercial et la conformité des orientations définies.
- Identifier les écarts et les axes d'améliorations du plan d'action commerciale.
- Assurer le suivi de la mise en œuvre des actions correctives.
- Réaliser, le cas échéant, la construction d'offres, des négociations et le suivi d'une clientèle grand compte.
- Représenter et promouvoir l'entreprise à l'extérieur.
- Identifier, développer et entretenir un réseau de partenaires institutionnels, économiques, commerciaux...

### SUIVRE LES RÉSULTATS COMMERCIAUX ET DÉVELOPPER LE CHIFFRE D'AFFAIRES.

- Concevoir les tableaux de bord de gestion et de suivi liés à l'activité
- Analyser les résultats commerciaux individuels et collectifs et valider l'atteinte des objectifs.
- Évaluer la performance économique, identifier et définir, les cas échéants, des axes d'amélioration et d'évolution ; piloter leur mise en œuvre.
- Assurer des reportings réguliers à la direction.

### MANAGER ET ENCADRER UNE ÉQUIPE

- Communiquer et informer sur les orientations et les objectifs commerciaux.
- Définir et transmettre les objectifs aux commerciaux.
- Veiller au respect de la réglementation du droit du travail (rythmes et durées de travail) en lien avec sa direction.
- Faire appliquer les règles de sécurité des biens et des personnes en vigueur dans l'entreprise.
- Effectuer les entretiens d'évaluation et professionnels
- Identifier les besoins en compétences de son secteur.
- Participer au recrutement et à l'intégration d'un nouveau collaborateur.
- Animer son équipe, anticiper et gérer les difficultés, les conflits.
- Organiser et conduire des réunions avec les membres de l'équipe.
- Assister l'équipe dans l'exécution, apporter un appui technique et/ou méthodologique.
- Participer au développement des compétences des membres de l'équipe.
- Collecter les éléments d'activité de l'équipe.

## Facteurs d'évolution du métier

Le responsable commercial doit savoir en permanence adapter la stratégie et les actions commerciales aux évolutions de la clientèle et de la concurrence. Il doit donc se tenir en permanence informé tant en interne (résultats de l'équipe) qu'en externe (veille) pour adapter sa stratégie à tout moment.

Les outils d'analyse et de suivi (type système CRM) ont beaucoup évolué et permettent au responsable, qui les maîtrise, de suivre en temps réel les informations en provenance du terrain.

Commerces de papeterie, fournitures de bureau, de bureautique et informatique et de l'impression numérique

## Code ROME

D1406 - Management en force de vente  
M1707 - Stratégie commerciale