

VEILLE REACTIVE, AIDE A LA DECISION, CONTRIBUTION A LA POLITIQUE MERCATIQUE ET COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

Situations professionnelles significatives

SP1 : Analyse la place de l'entreprise sur le marché
 SP2 : Contribue à définir la politique de produits, de distribution, de prix et de communication
 SP3 : Construit et/ou s'approprie des outils de suivi et de régulation
 SP4 : Réalise une veille réactive (nouveau, réglementation, analyse des risques...)

But : Observer, analyser et rendre compte de l'évolution du contexte technologique, socio-économique et culturel pour aider à la construction de la stratégie commerciale de l'organisation

Responsabilité / autonomie :

Le responsable commercial participe à l'écriture du projet stratégique de l'entreprise en apportant un retour sur expérience au quotidien. Il est force de proposition, et de régulation pour l'organisation grâce à une collaboration de proximité avec son supérieur hiérarchique qui valide *in fine* les mesures correctives et d'adaptation du plan d'action.

Il travaille en autonomie en utilisant les outils de communication mis à sa disposition pour apporter sa contribution à la veille notamment concurrentielle. On attend du commercial qu'il réagisse de façon appropriée en fonction de ce qu'il reçoit comme information et de ce qu'il observe. Il connaît le périmètre de ses responsabilités et ses marges d'initiative.

La construction globale de la stratégie commerciale relève de son supérieur hiérarchique. Le technico-commercial agit dans un esprit de co-construction, **il observe, analyse et rend compte.**

Environnement de travail :

Ces activités se déroulent essentiellement au bureau en ce qui concerne l'analyse des données technologiques, socio-économiques, environnementales et culturelles, la production des outils et l'écriture des plans d'action. Il travaille alors en équipe, échange avec ses pairs et sa direction de manière régulière en privilégiant la technique du « reporting ». C'est à cette occasion que les remontées de terrain s'expriment et deviennent pour la hiérarchie, des outils précieux de régulation pour proposer des offres pertinentes. Il confronte ses observations de terrain, en consultant la presse technique et économique, actualise ses connaissances pour gagner en réactivité et en présentant de nouveaux marchés porteurs. Il intègre dans la stratégie la « valorisation » des produits/ou service, en les rendant attractifs (image du concept « produit propre »...) pour répondre à la demande sociétale. Le technico-commercial vend et/ou achète le produit en privilégiant de plus en plus la dimension service (information-conseil, expertise, bilan technico-économique pour une aide à la décision). Cette nouvelle entrée contribue à produire de la plus-value à l'activité commerciale dans une période où la concurrence est rude : **la prise de risque devient une « prise de risque raisonnée »** qui intègre équilibre financier, sécurité alimentaire et gestion durable.

Dans le cadre d'une TPE/PME, le niveau d'engagement du technico-commercial dans le choix de stratégies commerciales sera prioritaire aux côtés de son supérieur hiérarchique. Dans les grands magasins franchisés, les coopératives qui drainent de gros volumes, le commercial sera davantage dans une posture d'exécution de la stratégie d'un groupe, d'une filiale, d'une centrale, même si de toute évidence il contribue à son adaptation.

Indicateurs de réussite :

- Bon jugement de la pertinence et de l'opportunité de la gamme ou du service à implanter
- Prise de risque maîtrisée face à la concurrence en terme de fixation des prix ou de mise en oeuvre d'activités promotionnelles
- Construction d'un plan d'action de développement des ventes/achats en phase avec le marché identifié
- Adaptation optimale du plan d'action en lien avec les variations du contexte et des paramètres susceptibles d'influencer les conditions d'exploitation, de stockage et de transport
- Bonne transmission des remontées de terrain, au bon moment, sans oublier

FICHES DE COMPÉTENCES

Savoir-faire	Savoirs de référence cités par les professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Suivi quotidien des marchés - Suivi quotidien des modes de consommation et de commercialisation - Participation à l'écriture stratégique - Utilisation de tableaux de bord - Définition des zones de chalandise - Observer la concurrence - Transmission des observations de terrain - Utilisation des logiciels de bureautique - Utilisation des éléments de structuration de la filière (produits, fournisseurs, clients...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Concept de l'entreprise, de la filière - Relation entreprise/environnement, facteurs d'influence et d'adaptation (technologique, économique et financier, socio-culturel, institutionnel...) - Les démarches de mercatiques - Fonctionnement d'un marché - Comportement de la consommation - Connaissance des circuits de distribution - Positionnement de marché - Les études de marchés, lecture et utilisation - Réalisation d'un sondage (prévision de la demande, ou indicateur de satisfaction) - Mise en oeuvre de la stratégie mercatique (produit, prix, distribution, communication) - Droit commercial et juridique - Droit de la concurrence - Approche organisationnelle - Politique stratégique - Normes qualité - Réglementation en matière d'environnement
Savoir faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Force de proposition et de régulation - Repérage des tendances de consommation - Analyse pertinente du positionnement commercial - Maîtrise des effets de concurrence et la prise de risque face à la fixation des prix 	<ul style="list-style-type: none"> - Observation - Analyse - Réactivité - Rigueur - Capacité à rendre compte

RELATION COMMERCIALE

Situations professionnelles significatives

SP5 : Met en oeuvre le plan de prospection
 SP6 : Constitue les dossiers de négociation
 SP7 : Réalise une négociation
 SP8 : Assure le suivi clients, fournisseurs et autres partenaires

But : Développer et entretenir un portefeuille commercial pour accroître le chiffre d'affaires de l'organisation en proposant une offre adaptée

Responsabilité / autonomie :

Le technico-commercial applique en autonomie la politique commerciale de l'organisation. Son rôle est essentiel à tous les niveaux du *process* commercial, de la prospection, à l'analyse des besoins, de la négociation au suivi client/fournisseur. Son activité s'appuie sur un plan de communication que le responsable commercial est chargé de mettre en oeuvre avec un degré d'autonomie plus ou moins variable en fonction de l'importance de l'organisation. Il est en charge du recouvrement et des litiges dans le cas d'incidents de paiement. Son autonomie s'inscrit néanmoins dans un cadre validé et régulièrement ajusté par le responsable hiérarchique. Le technico-commercial ne fait jamais « cavalier » seul. Le technico-commercial propose et met en place des plans d'actions validés.

Environnement de travail :

Le technico-commercial itinérant passe 80% de son temps sur le terrain, quant au sédentaire, il occupe ce volume dans le magasin ou l'entrepôt. Ils sont tous les deux en contact direct avec les fournisseurs et /ou les clients. L'itinérant a un véhicule à sa disposition, ainsi qu'un GPS, un téléphone, un ordinateur portable pour être constamment en lien avec sa hiérarchie et bénéficier de toutes informations utiles pour arbitrer au besoin lors de la négociation commerciale (accès à des bases incidents bancaires, disponibilité des volumes, demande de l'aval, catalogue des ventes aux enchères...) Selon son périmètre d'intervention géographique, il peut se déplacer sur plusieurs jours et être hébergé à l'hôtel. Le sédentaire dispose des mêmes outils de communication, et d'un accès à l'intranet qu'il consulte plusieurs fois par jour selon les besoins. Le technico-commercial n'est jamais isolé et agit le plus souvent dans une logique de *process* industriel de l'amont à l'aval de sa filière. Il observe non seulement la situation du marché, mais également le comportement des hommes, il décrypte leurs attentes (individuelles ou collectives), intègre les contraintes de société, techniques, de saisonnalité, d'approvisionnement et valorise ses produits ou services dans une offre adaptée... Ces combinaisons de paramètres donnent un caractère singulier aux dossiers : à chaque offre un nouveau défi ! Son originalité doit lui permettre de faire la différence et se démarquer de la concurrence pour finaliser sa vente ou son achat dans le respect des marges et des objectifs. Il peut néanmoins en cas de besoin mobiliser son supérieur hiérarchique lors de négociations à caractère complexe. Il passe un temps non négligeable à la communication et au suivi de ses clients et/ou fournisseurs dans un souci de fidélisation et de renouvellement de son portefeuille. Il s'attache à développer un climat de confiance.

Indicateurs de réussite :

- Nombre de visites journalières
- Taux de renouvellement client/fournisseur/coopérateur/distributeur
- Fichier prospect actualisé
- Nombre de bon pour accord/nombre de devis
- Nombre de ventes fermes
- Nombre d'impayés
- Respect des marges et des objectifs
- Taux de satisfaction des clients/fournisseurs
- Taux de fidélisation des clients/fournisseurs

Savoir-faire	Savoirs de référence cités par les professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Etablir un plan de prospection (physique, téléphonique, publipostée, événementiel...) - Visiter et analyser la demande - Saisir sur micro-ordinateur les éléments précis du besoin - Observer la concurrence - Faire une offre pertinente - Réaliser la négociation en optimisant l'argumentaire (contexte financier, technique et humain) - Réaliser la négociation achat/vente - Réaliser un devis - Elaborer une commande - Mettre à jour le porte-feuille client/fournisseur - Assurer le suivi commercial et administratif de son secteur - Fidéliser les clients/les fournisseurs - Gérer la communication téléphonique - Maîtriser des outils de bureautique, de communication et de navigation - Organiser de l'événementiel, des activités d'animation promotionnelles et de découverte des produits 	<ul style="list-style-type: none"> - Négociation vente en face à face (prospection, visite, étapes de la vente, suivi de la négociation) - Négociation vente par téléphone, e-commerce - Négociation achat en face à face - La notion de référencement - Négociation achat par téléphone, e-commerce - Gestion d'un portefeuille client - Technique de communication et gestion des activités promotionnelles - Organisation de salons - production de support de communication - Qualité rédactionnelles
Savoir faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du besoin (diversité de la demande) - Elaborer les tarifs - Réguler l'offre face aux effets de concurrence - Anticiper les paramètres liés aux contraintes d'exploitations - Régler les litiges - Gérer la négociation fournisseur (dans un contexte de crise) 	<ul style="list-style-type: none"> - Observation - Analyse - Qualité d'écoute - Anticiper - Capacités organisationnelles - Capacité à rendre compte - Rigueur et autonomie - Ponctualité - Persévérance et ténacité

LOGISTIQUE COMMERCIALE

Situations professionnelles significatives

SP9 : Organiser et distribuer le travail hebdomadaire
 SP10 : Contractualiser les ventes/achats
 SP11 : Suivre les *process* liés à l'activité de production et/ou de service, et/ou d'exploitation, à leur logistique de mise en marché, à la gestion et au contrôle de conformité
 SP12 : Organiser et suivre l'espace de vente ou de stockage
 SP13 : Veiller à la rentabilité des activités commerciales

But : Sécuriser la rentabilité commerciale par une gestion efficace des flux du circuit d'approvisionnement de l'amont à l'aval

Responsabilité / autonomie :

Le technico-commercial organise au bureau, en autonomie, son travail hebdomadaire et distribue celui de ses collaborateurs. Il est en contact permanent avec ses fournisseurs et les clients par téléphone, ou par des visites régulières sur le terrain. Il identifie les stocks disponibles, et leur qualité pour les diriger vers le bon destinataire. Il gère les flux, le temps et la rentabilité de ses activités commerciales en alimentant une base de données (ventes, achats, client- fournisseur, disponibilité des volumes, classement des qualités, variation des stocks, incidents de paiement...) consultable par les différents services concernés. Sur un espace de vente, il rend compte auprès de son supérieur hiérarchique de l'évolution du chiffre d'affaire de son secteur ou de son rayon. Il alerte lors d'une variation négative ou d'une rupture de gamme pour mettre en oeuvre après validation de sa hiérarchie les éléments correctifs qui s'imposent. Il peut remplacer ponctuellement sa direction et appliquer ses règles de management et travaille en général le samedi et un dimanche sur deux. Le technico-commercial **analyse, alerte, régule, ajuste.**

Environnement de travail :

Le technico-commercial utilise les outils de communication mis à sa disposition pour suivre, simuler, réguler les flux, en respectant la dynamique du « juste à temps » intégrée aux démarches qualité. Il a le souci de gérer en transparence ses activités en flux tendu et privilégie dans ce sens des contacts étroits avec tous les acteurs de la filière (sur le terrain, par téléphone...). Vendre/acheter des produits de la nature et du vivant implique d'intégrer dans le *process* des paramètres historiques, géographiques, économiques, culturels, saisonniers qui impactent vivement la qualité des produits, les conditions d'exploitation, d'approvisionnement, de stockage, de vente. Il est amené à suivre des chantiers sous contrat de prestations (chantiers de marquage, d'abattage, de classement des bois ronds, chantiers de vendange et de vinification, chantiers culturaux...). L'entrée logistique est très forte, surtout pour les denrées périssables (produits alimentaires, bois rares...). Le technico-commercial recherche l'optimisation des conditions d'attractivité, de mise en marché/vente, de stockage, de transport sous l'œil attentif des investisseurs, des coopérateurs, des franchiseurs, des clients. Il veille à la régularité de l'approvisionnement en matières brutes ou transformées de ses clients ou fournisseurs, en gage de sécurité sanitaire et financière dans le respect des démarches de développement durable. Sa force, c'est d'être technicien ! Sa parfaite connaissance du terrain lui permet **d'évaluer, d'anticiper, d'arbitrer** à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement.

Indicateurs de réussite :

- Pas de rupture dans les planning
- Qualité des consignes transmises
- Optimisation des déplacements et du temps
- Respect des procédures de suivi de la rentabilité commerciale
- Pas de rupture dans les contrats d'approvisionnement
- Attractivité et lisibilité du point de vente
- Développement des ventes
- Qualité relationnelle avec les clients et les fournisseurs
- Base de données à jour
- Respect des règles de stockage
- Respect de la législation commerciale

Savoir-faire	Savoirs de référence cités par les professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Distribuer et organiser le travail d'une équipe - Optimiser la gestion du travail (déplacement) - Assurer la gestion des dossiers techniques et financiers - Vérifier les factures et pièces comptables - Approvisionner un rayon ou une chaîne industrielle en flux tendu dans le respect des règles sanitaires et environnementales - Intégrer et gérer les paramètres d'exploitation de transport - Garantir le maintien sanitaire et physique des marchandises - Contractualiser l'approvisionnement - Organiser le point de vente en terme d'attractivité et de rentabilité - Informer et gérer la clientèle - Rencontrer les fournisseurs, les distributeurs, les groupements professionnels... - Gérer le stockage et l'approvisionnement des marchandises - Suivre des chantiers d'exploitation dans le respect des cahiers des charges 	<ul style="list-style-type: none"> - Contraintes de production et logistique dans les transactions commerciales - Notion de <i>process</i> industriel - Gestion à flux tendu - Technique de logistique et outils - Les contraintes logistiques - Les outils de la bureautique - Gestion de la prestation de service, la sous-traitance - Les enregistrements comptables - Analyse des compte de résultat - Administration des achats et des ventes (calculs commerciaux, marges...) - Gestion des stocks, coûts du stockage
Savoir faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Anticiper les paramètres liés aux contraintes d'exploitations et de transport - Suivre la rentabilité commerciale d'un secteur et réguler 	<ul style="list-style-type: none"> - Observation - Analyse - Planification - Rigueur mathématique - Propreté vestimentaire - Qualité de langage

MANAGEMENT ET ANIMATION DE LA FORCE COMMERCIALE DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE

Situations professionnelles significatives

SP14 : Manage une équipe commerciale
SP15 : Gère les compétences de son équipe en lien avec le projet stratégique de l'organisation

But : Animer la force commerciale pour atteindre de manière collective les objectifs de rentabilité fixés par la direction

Responsabilité / autonomie :

Le technico-commercial encadre seul des commerciaux sédentaires et/ou itinérants indépendants (de 2 à 10). Il s'assure du comportement de son équipe par rapport à la stratégie commerciale de l'organisation, et rend compte des performances réalisées auprès de son supérieur hiérarchique. Il favorise la communication en interne pour recueillir des suggestions et/ou des remarques susceptibles d'améliorer la performance économique de son secteur. Il est responsable de son équipe et doit tout mettre en oeuvre pour la rendre la plus compétente possible. Il veille ainsi à adapter les profils de ses commerciaux aux postes de travail, à accompagner leur évolution par la formation continue et le tutorat. Le « feeling » est un facteur primordial dans le management d'une équipe, mais il doit s'accompagner d'une évaluation fine des performances pour attribuer de la manière la plus juste la prime au résultat dont il est le seul juge. Il devra donc avoir une lecture individuelle des performances et être conscient des ambitions de son commercial quant à son évolution dans l'emploi. Le technico-commercial est à l'écoute, il oriente, conseille et encourage son équipe dans le respect du projet stratégique.

Environnement de travail :

Le technico-commercial utilise les outils réglementaires, met en place une réunion formelle une fois par mois, pour échanger, animer, repositionner, communiquer sur les résultats financiers. Il accompagne ses collègues dans des activités plus complexes et assure le tutorat des jeunes arrivants. Il transmet la culture d'entreprise, de l'enseigne... et dynamise le projet de l'organisation. Dans les grandes structures, le management des compétences se réalise en lien direct avec la direction des ressources humaines, le regard averti du technico-commercial est cependant très précieux pour apprécier le positionnement du collaborateur qu'il encadre. Il peut également participer à des recrutements. Les commerciaux partagent par deux ou trois un bureau ce qui facilite leurs échanges au quotidien sur les marchés.

Indicateurs de réussite :

- Respect du règlement intérieur
- Adéquation besoin/compétence
- Absence de conflits profonds
- Respect des procédures de suivi
- Bonne gestion des primes de rendement
- Respect de la réglementation en cours
- Bonne circulation de l'information.

Savoir-faire	Savoirs de référence cités par les professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Animer des réunions de travail - Fixer des objectifs - Encadrer des nouveaux collègues - Calculer et distribuer des primes - Accompagner le règlement intérieur 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des ressources humaines et des flux - Méthodologie de recrutement - Gestion de la rémunération et des primes d'intéressement, indemnités diverses - Gestion des emplois et des carrières en lien avec la formation tout au long de la vie (DIF, passe-port formation, entretien professionnel...) - Communication dans le travail - Droit du travail - Gestion de conflit - Gestion et animation d'une équipe - Dynamique de la performance
Savoir faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Arbitrer des situations conflictuelles - Transmettre les valeurs de l'entreprise - Encadrer une équipe de commerciaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute - Analyse - Communication - Qualité relationnelle - Capacité à rendre compte - Qualité d'animation - Charisme

Anticipation, conseil et valorisation

Situations professionnelles significatives

SP16 : Applique et valorise les procédures qualité au sein de son organisation et auprès des acteurs de la filière et de son territoire
SP17 : Contribue à l'émergence de nouvelles pratiques ou offres, de nouveaux débouchés professionnels

But : Structurer et analyser les potentiels de valorisation des productions, co-produits, sous-produits des filières dans une démarche de développement durable.

Responsabilité / autonomie :

Le technico-commercial agit dans un contexte global, il a repéré les tendances de marchés, les lieux de productions, de transformation, les réseaux de distributeurs sur un périmètre donné (en général un rayon de 200km). Il en déduit ensuite « la » posture commerciale à adopter, qui dépasse la seule valeur intrinsèque du produit. Il ajoute à son rôle de négociateur une dimension de conseil et de valorisation qu'il pratique dans le respect de la réglementation en cours et des orientations de la politique agro-environnementale. Il s'appuie sur la démarche de diagnostic pour proposer une offre commerciale pertinente.

Environnement de travail :

Le technico-commercial mobilise les textes réglementaires, les études de faisabilité, les orientations politiques de la filière et appuie ses pratiques sur la dynamique de l'interprofession. Il est en lien avec les acteurs de l'amont à l'aval de la filière, échange lors de visites avec les acteurs locaux, régionaux voir nationaux, appuie son conseil par la mise en oeuvre de diagnostics. Il favorise la mise en synergie des acteurs de la filière en organisant en autonomie des groupes de réflexion (acteurs de la filière, représentant de l'état, de la recherche, experts...) Il met en marché des produits plus propres, moins coûteux en énergie, socialement reconnus comme utiles et sans risque pour la santé humaine : de plus en plus le consommateur achète le produit et sa symbolique environnementale. Il veille pour cela à mettre en exergue la dimension certification ou label en lien avec la réglementation de son secteur d'activités . Il « booste » la filière en privilégiant la clé de l'innovation pour investir de nouveaux marchés. Un peu à l'image de la courroie de distribution, il entraîne un système pour le faire évoluer vers de nouvelles pratiques dont la finalité vise à faire progresser la valeur ajoutée économique, environnementale et sociale. Il anime, conseille, valorise, conscient de « sa » responsabilité sur l' environnement et la sécurité alimentaire.

Indicateurs de réussite :

- Nombre de rencontres professionnelles
- Emergence de marchés porteurs en lien avec la valorisation
- Qualité du conseil
- Satisfaction des professionnels
- Evolution qualitative des bonnes pratiques (labellisation, de certification, de mise aux normes)

Savoir-faire	Savoirs de référence cités par les professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Animer des réunions de professionnels - Accompagner la mise en oeuvre de bonnes pratiques - Pratiquer des diagnostics techniques - Maîtriser la technique produit - Conseiller l'acheteur - Mettre en oeuvre des démarches de vulgarisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Réglementation environnementale et sanitaire - Les partenaires institutionnels - L'interprofession - Les labels, certification, démarches qualité - Technique de conseil, de vulgarisation
Savoir faire consolidés par l'expérience	Comportements professionnels
<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner des reconversions professionnelles - Argumenter des choix liés aux changements de pratiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute - Analyse - Communication - Qualité relationnelle - Capacité à rendre compte - Qualité d'animation - Charisme