

# DIRECTEUR COMMERCIAL / DIRECTRICE COMMERCIALE

Responsable commercial, Business manager, Directeur des ventes, Directrice des ventes, Chef des ventes, Responsable des ventes



45

LE METIER

## DESCRIPTION

Le directeur commercial a la responsabilité du développement des ventes de l'entreprise. Pour ce faire, il évalue les moyens nécessaires, principalement financiers et humains, à l'atteinte de ses objectifs et définit une stratégie marketing et commerciale en cohérence avec la stratégie de son entreprise. Pour la mettre en œuvre, il s'appuie sur l'équipe commerciale qu'il anime : directeurs régionaux et directeurs de magasins. Il suit avec précision les indicateurs de vente et propose des actions correctrices si cela est nécessaire. Il rend compte de l'ensemble de ses activités au chef d'entreprise et à l'ensemble des dirigeants de l'entreprise, généralement au sein de comités de direction.



### PROFIL D'EMPLOYEURS

- Réseaux de magasins, enseignes



### RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes** : Directeurs régionaux, directeurs de magasins, vendeurs, directeur marketing, chef d'entreprise, directeur des ressources humaines, chefs de produits...
- **Externes** : Clients, partenaires commerciaux



### ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Amené à rencontrer régulièrement ses équipes, potentiellement localisées dans différentes régions, le directeur commercial a un métier très itinérant, y compris à l'international.
- La pression liée à l'atteinte d'objectifs commerciaux souvent ambitieux peut constituer une source de stress.
- Il peut être amené à représenter l'entreprise lors de salons professionnels ou manifestations, auprès de la presse...



## ACTIVITES

### > Activités principales

#### Définir une stratégie commerciale

- Définir les cibles clients prioritaires
- Fixer des objectifs chiffrés de ventes par produit et région
- Définir les priorités et l'équilibrage entre prospection et fidélisation ainsi qu'entre les différents canaux de vente

#### Manager l'équipe commerciale

- Participer au recrutement et à la gestion du personnel (formation, rémunération, promotion...)
- Animer et motiver son réseau (directeurs régionaux et directeurs de magasins)

#### Piloter les opérations et évaluer les résultats

- Définir et mettre en œuvre les plans d'actions de prospection et de fidélisation par cible, région et produit. Participer à certaines ventes au besoin.
- Tenir à jour les tableaux de bord des ventes, les analyser et transmettre les reportings à la direction

### > Activités complémentaires

#### Définir une stratégie marketing

- Définir les cibles commerciales à toucher
- Définir un plan de communication
- Participer à la définition du positionnement de l'entreprise et des produits qu'elle vend
- Elaborer la stratégie marketing permettant de promouvoir les produits et faciliter les ventes

#### Gérer les partenariats commerciaux

- Identifier des partenaires pour vendre en indirect
- Nouer des partenariats et appuyer la montée en compétence des équipes partenaires
- Suivre les résultats de ce canal indirect et ajuster au besoin les plans d'actions

#### Assurer la gestion des relations extérieures

- Représenter l'entreprise auprès de certains clients stratégiques ou en cas de sollicitation presse, salons, etc.



## > SAVOIR

- Connaître l'écosystème de fournisseurs de son secteur et comprendre leurs stratégies et pratiques
- Connaître les profils, attentes et ressorts psychologiques des clients

## > QUALITES / GOÛTS PERSONNELS

- Aimer la vente, le commerce
- Aimer le secteur d'activité et les objets / produits associés, se tenir informé et analyser les tendances marché, produits...
- Faire preuve de dynamisme et opiniâtreté

## > SAVOIR-ETRE

- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Etre force de proposition (initiatives, solutions...)
- Etre proactif (dans la résolution des problèmes détectés, par rapport à des demandes des clients ou responsables hiérarchiques)
- Développer des relations de confiance (client interne/externe, fournisseur ou collaborateur)
- Etre capable de s'adapter à des environnements, produits et clients différents
- Savoir travailler en équipe
- Etre adaptable

## > SAVOIR-FAIRE

- Etre capable d'animer une équipe (commerciale ou autre)
- Savoir évaluer des options / opportunités et prendre des décisions opérationnelles ou stratégiques
- Savoir organiser le travail de son équipe en gérant les aléas d'activité
- Savoir organiser une veille concurrentielle (analyse du marché, positionnement concurrentiel, forces et faibles face aux concurrents...)
- Savoir motiver les équipes pour l'atteinte des objectifs (commerciaux ou autres)
- Savoir analyser le potentiel commercial d'un produit (forces, faiblesses, opportunités, risques)
- Savoir mesurer la satisfaction client (sur les produits, sur l'ergonomie du magasin...)
- Savoir alimenter, suivre et analyser des tableaux de bord de gestion (ventes, stocks, commandes)
- Etre capable de construire et proposer un argumentaire produit adapté au client
- Etre capable de conseiller / orienter les clients (technique, gamme, prix)
- Savoir créer du lien, développer l'intimité avec le client et le fidéliser
- Etre capable de développer un réseau relationnel dans son domaine d'activité (objets d'art, œuvres d'art...)
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales (dans le respect de la politique commerciale)
- Savoir négocier et conclure une vente



### PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Les postes sont généralement ouverts à des profils de Bac+2 à Bac+5 dans des formations de management, ayant entre 5 et 10 ans d'expérience dans des postes similaires (directeur commercial ou directeur régional) ou dans la vente et l'encadrement d'équipes



### FORMATIONS FREQUENTES

- Titre professionnel Responsable du développement commercial, Gestionnaire d'unité commerciale ou attaché commercial
- BTS MUC ou NRC / DUT Techniques de commercialisation
- Licence Pro en commerce et distribution
- Ecoles de commerce et de gestion / Master



### CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



### METIERS DE PROVENANCE

- Directeur régional, Responsable de rayon, Directeur de magasin



### EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Chef d'entreprise



### AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME – M1707 : Stratégie commerciale](#)
- [APEC : Directeur de la relation client, Responsable de développement en distribution](#)
- [ONISEP : Chef de ventes](#)

Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

## TEMOIGNAGE

« Très tôt je me suis intéressé à la vente, j'aime le commerce. Les années d'expérience et des opportunités successives m'ont amenée à occuper cette fonction de directrice commerciale. C'est beaucoup de responsabilités puisque je porte avec mes équipes le chiffre d'affaires de l'entreprise et donc sa pérennité. J'insiste sur le rôle de mes équipes dans l'atteinte de ces résultats et donc sur mon rôle de manager : animer, motiver, piloter ! »

Carine,  
Directrice  
Commerciale

