



Description de l'emploi

Le directeur commercial a la responsabilité du développement des ventes de l'entreprise dont il promeut l'image et l'offre (produits/services).

Pour ce faire, il détermine, avec sa direction et avec le service marketing, la stratégie commerciale, établit un plan d'actions et identifie les moyens humains et financiers nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.

Pour mettre en œuvre le plan d'action, il s'appuie sur l'équipe commerciale qu'il anime et gère : commerciaux B to B/B to C, directeurs régionaux et/ou directeurs de magasin...

Il suit avec précision les résultats et les indicateurs commerciaux, identifie tous les leviers nécessaires à l'augmentation des ventes et propose des actions correctives ou d'améliorations adaptées.

Activités

- Définition de la stratégie commerciale en cohérence avec la stratégie de son entreprise.
- Détermination des objectifs à atteindre et des moyens nécessaires.
- Veille sur le marché, sur la concurrence, benchmarks.
- Définition et pilotage du plan d'action commercial.
- Analyse des indicateurs, développement et gestion de la performance commerciale.
- Participation à la définition de la stratégie marketing de l'entreprise : cibles commerciales, plan de communication, plan de promotion.
- Management et gestion de l'équipe commerciale.
- Gestion des partenariats commerciaux.
- Compte rendu des résultats, des orientations stratégiques et intervention, le cas échéant, en comité de direction.

Accès à l'emploi

Profil recherché :

- Bac+5 : Master ou diplôme dans le domaine commercial, gestion, marketing/vente.
- Le métier est accessible aux personnes issues du terrain avec une expérience (entre 5 et 10 ans) dans des fonctions intermédiaires (directeur régional) ou similaires dans la vente et l'encadrement d'équipes. 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 fréquentes (liste non exhaustive) :

- Titre à finalité professionnelle – Directeur commercial marketing et stratégie digitale (niv. 7)
- Titre à finalité professionnelle – Manager de la stratégie et de la performance commerciale (niv. 7)
- Titre à finalité professionnelle – Manager du développement commercial (niv. 7)
- DipViGrM – Programme Grande École (niv. 7)
- MASTER – Commerce et distribution
- MASTER – Marketing, vente

Autres appellations

Responsable commercial

Business manager

Directeur/responsable des ventes

Responsable du développement commercial



Domaines de compétences	Compétences
DÉFINIR LA STRATÉGIE COMMERCIALE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Effectuer une veille permanente sur le marché, les différents acteurs et la concurrence, sur les produits et innovations. 2. Analyser l'évolution du marché, établir des benchmarks pour analyser la concurrence afin d'adapter en permanence les offres de l'entreprise. 3. Appréhender les caractéristiques des produits/services et analyser leur potentiel commercial. 4. Identifier, développer et entretenir un réseau de partenaires institutionnels, économiques, commerciaux... 5. Représenter et promouvoir l'entreprise à l'extérieur. 6. Identifier les axes de développement commercial : nouveaux marchés, cibles clientèle, segments porteurs, canaux de commercialisation... 7. Élaborer des stratégies de développement à partir de la politique commerciale de l'entreprise et en lien avec sa direction et la direction marketing. 8. Fixer les objectifs commerciaux et les axes prioritaires. 9. Élaborer le plan d'action commercial et le plan de fidélisation de la clientèle. 10. Déterminer les indicateurs de la performance commerciale.
PARTICIPER À LA STRATÉGIE MARKETING	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participer à la définition des cibles commerciales à toucher, au positionnement de l'entreprise et des produits qu'elle vend. 2. Participer à l'élaboration de la stratégie marketing permettant de promouvoir les produits et de faciliter les ventes. 3. Participer à la définition et à l'élaboration d'un plan de communication.
PILOTER, SUIVRE ET ADAPTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Déterminer et coordonner les moyens nécessaires pour la réalisation du plan d'action commercial et atteindre les objectifs fixés. 2. Garantir la bonne application de la stratégie commerciale au niveau de l'équipe de vente. 3. Suivre la mise en œuvre du plan d'action commercial et la conformité des orientations définies. 4. Identifier les écarts et les axes d'améliorations du plan d'action commercial. 5. Assurer le suivi de la mise en œuvre des actions correctives.
ANALYSER LES RÉSULTATS COMMERCIAUX ET DÉVELOPPER LE CHIFFRE D'AFFAIRES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concevoir les tableaux de bord de gestion et de suivi liés à l'activité. 2. Analyser les résultats commerciaux et valider l'atteinte des objectifs. 3. Évaluer la performance économique, identifier et définir, le cas échéant, des axes d'amélioration et d'évolution ; piloter leur mise en œuvre. 4. Suivre et analyser les principaux postes budgétaires et les ajuster selon la performance économique. 5. Assurer des reportings réguliers à la direction.
MANAGER L'ÉQUIPE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et appliquer une posture managériale adaptée. 2. Encadrer, animer, motiver et encourager les initiatives de l'équipe. 3. Veiller à l'application des consignes et procédures, au respect du règlement intérieur. 4. Anticiper et gérer les difficultés, les conflits. 5. Définir et communiquer les objectifs de l'équipe, les procédures internes et la planification du travail. 6. Collecter et suivre les éléments d'activité de l'équipe. 7. Veiller à l'atteinte des objectifs collectifs et individuels. 8. Assurer à la gestion du personnel (application de la réglementation du droit du travail, mouvement du personnel, rémunération, promotion...).
GARANTIR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Réaliser les entretiens et les évaluations de l'équipe. 2. Identifier les potentiels et les besoins en compétences de l'équipe. 3. Mettre en place un plan de développement des compétences de l'équipe. 4. Recruter et intégrer un nouveau collaborateur. 5. Accompagner l'équipe dans l'exécution de ses activités, apporter un appui technique et/ou méthodologique, former de manière ponctuelle et occasionnelle.



Compétences comportementales

- Savoir faire face à l'incertitude et s'adapter (contexte, changements)
- Savoir anticiper pour agir, être proactif
- Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
- Savoir gérer plusieurs choses en même temps, gérer sa charge cognitive
- Savoir écouter et communiquer pour convaincre
- Mobiliser/fédérer un collectif, exercer un leadership

Relations fonctionnelles internes/externes

Typologie de point de vente :

- Enseignes de grande taille
- Réseaux de magasins

En interne : Il intervient sous la responsabilité du directeur général. Il est en relation permanente avec l'équipe de vente : directeurs régionaux, directeurs de magasin. Il travaille en collaboration avec le service marketing et les services support : ressources humaines, juridiques...

En externe : Il est en relation avec les partenaires commerciaux et, le cas échéant, avec les fournisseurs.

Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

Le directeur 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 directeur, qui les maîtrise, de suivre en temps réel les informations en provenance du terrain.

Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, il peut évoluer vers la direction générale ou vers d'autres fonctions de direction : marketing...

Code ROME

M1707 – Stratégie commerciale