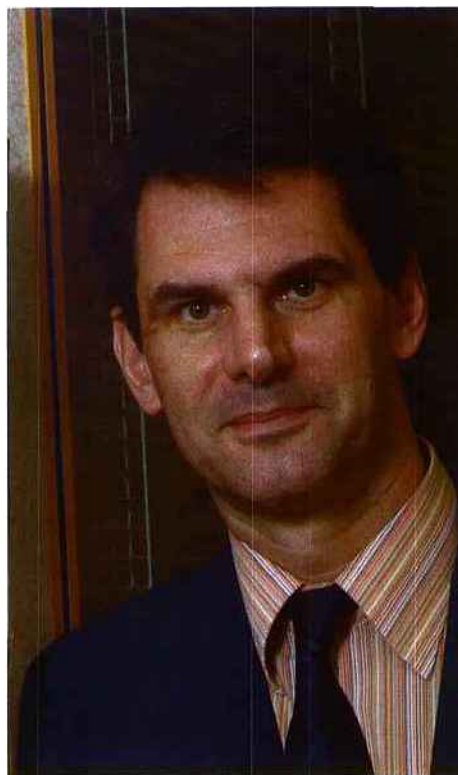


«La fonction commerciale, des qualités et de l'envie»

«La fonction commerciale a beaucoup évolué ces dernières années. Avec l'émergence de nouveaux outils et de nouvelles méthodes de vente, elle s'est enrichie et complexifiée. Pour autant, il est essentiel de ne pas perdre de vue les fondamentaux du métier. Tout candidat doit en effet garder présent à l'esprit ce qui constitue les bases de la fonction commerciale : la responsabilité d'un secteur géographique, d'une typologie de clientèle, l'interface très forte avec le client. De la même façon, les qualités requises n'ont pas changé : la puissance de travail et la capacité à conclure, qui se mesure à la volonté de résultat. Par ailleurs, un candidat qui va démarcher une entreprise doit plus que jamais faire preuve d'enthousiasme, de ténacité, d'écoute et d'envie. Vendre reste en effet un plaisir pour tout commercial qui aime son métier. Un plaisir et un moyen de développer ses qualités personnelles. Cette dimension-là non plus, il ne faut pas l'occulter ! Cela étant, un candidat qui souhaite se démarquer doit être conscient des évolutions qu'a connues la fonction commerciale. Evolutions qui appellent parfois de nouvelles compétences. Les grandes tendances ? Aujourd'hui par exemple, plus qu'auparavant, les recruteurs demandent au candidat une première connaissance du secteur dans lequel ils sera amené à travailler, une «culture» qui peut s'acquérir à la faveur d'un stage en entreprise. Autre élément nouveau : de plus en plus de postes intègrent la vente par l'intermédiaire de réseaux de distribution. Il ne s'agit plus de vendre à un client final, mais de devenir l'animateur d'un réseau entier. Troisième évolution notoire, l'alliance du téléphone et d'Internet et l'émergence de nouveaux

Par Philippe Cirier, fondateur et PDG
du cabinet de recrutement **Opteaman**



outils comme la mailing-liste, ce qui contribue à développer les postes sédentaires. Enfin, les commerciaux sont aujourd'hui confrontés à un nombre croissant d'interlocuteurs - responsable de service, directeur des achats, directeur commercial - tous partie prenante dans le processus de décision. Le commercial moderne doit donc développer une réelle capacité d'adaptation, et continuer à prouver son envie. Un gage pour les recruteurs ! » ■