



Fiche métier

Attaché commercial

Environnement métier

Intitulé du métier

Attaché commercial.

Autres appellations du métier

Commercial itinérant, Négociateur grands comptes, Commercial terrain, Ingénieur commercial

Définition ou description synthétique du métier

L'attaché commercial anime, suit, développe un portefeuille de clients. Il a en charge une zone géographique ou des comptes spécifiques pour la ou lesquelles, il développe et consolide les ventes dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise. Ses résultats attendus sont mesurés en termes de chiffre d'affaires et selon des objectifs annuels.

Accès au métier

Diplôme, certification ou habilitation, requis ou recherchés : en général, formation commerciale de bac +2 à bac +5 ou équivalent. Une expérience d'au minimum un à deux an(s) est requise dans la vente de produits de même catégorie.

Conditions de travail

L'attaché commercial a des déplacements fréquents selon la zone géographique ou les comptes dont il a la charge. Il est soumis à des pressions fortes en matière d'objectifs à atteindre.

Relations fonctionnelles internes et/ou externes

Il est en contact avec les services achats ou comptables, les forces de vente, les SAV des clients pour des prises de commandes, des informations ou le traitement de factures ou litiges.

En interne, il est en relation avec l'ensemble de la direction commerciale, le marketing, l'administration des ventes, le SAV, la logistique, etc. pour des échanges d'informations, des collaborations ou des suivis de litiges.

Environnement de travail

L'attaché commercial peut avoir un poste de dimension très variée en fonction du chiffre d'affaires, du nombre de clients, du nombre de références attribuées.

Il peut avoir en charge une zone géographique ou des grands comptes.

Attaché commercial

Activités communes regroupées par domaine d'activités

Conception

- > Concevoir et proposer des plans d'actions de développement commercial.
- > Élaborer les tarifs et le référencement des clients.
- > Concevoir des opérations commerciales.
- > Concevoir les supports des animations commerciales.
- > Élaborer des documents de pilotage de l'activité (suivi, contrôle, etc.).

Réalisation

- > Cibler des prospects et les prospector.
- > Planifier les visites chez les clients et les réaliser.
- > Réaliser la vente des produits.
- > Traiter les litiges commerciaux, techniques ou logistiques.
- > Promouvoir les produits.

Information et formation

- > Informer le réseau des opérations commerciales.
- > Former et animer les vendeurs et forces de vente des clients.
- > Participer à l'intégration des nouveaux.

Suivi / contrôle

- > Assurer un suivi administratif.
- > Suivre et analyser les résultats des ventes dont les siens et leur conformité avec les plans d'actions.
- > Faire le suivi des litiges.
- > Vérifier la conformité des référencements.
- > Vérifier l'adéquation de la présentation des produits chez les clients.

Veille

- > Effectuer une veille concurrentielle continue.
- > Remonter les informations du terrain à son manager.

Compétences

Savoirs théoriques et procéduraux

- > Maîtrise des produits.
- > Bases de connaissances techniques sur les produits.
- > Bases de marketing opérationnel.
- > Parfaite maîtrise des techniques de vente.
- > Maîtrise des outils bureautiques et d'un Progiciel ERP.
- > Maîtrise de l'anglais (une seconde langue est nécessaire en fonction du pays de la maison mère, pour les filiales françaises de sociétés étrangères).

Savoirs de l'action (savoir-faire)

- > Bien connaître les produits de la concurrence.
- > Parfaite capacité à négocier et à développer des argumentaires.
- > Savoir analyser, arbitrer et prendre des décisions.
- > Organiser en gérant les priorités.
- > Anticiper les demandes par son suivi et son analyse.
- > Mettre en œuvre des moyens adéquats en fonction des objectifs à atteindre.
- > Savoir rédiger.
- > Construire des argumentaires adaptés aux besoins des clients.
- > Identifier le bon interlocuteur chez les prospects.
- > Gérer l'entretien avec son interlocuteur dans sa durée, le contenu et sa conclusion.
- > Négocier avec les clients ou prospects.

Compétences relationnelles et comportementales

- > Être force de proposition.
- > Prendre des initiatives.
- > Maîtriser des présentations orales devant un public.
- > S'adapter selon les situations et les interlocuteurs rencontrés.
- > Créer un climat de confiance avec son interlocuteur.
- > Adopter un questionnement pertinent pour amener le prospect à décrire son besoin.

Perspectives et facteurs d'évolution du métier

De plus en plus, ce métier se professionnalise et il doit diffuser dans le réseau des compétences commerciales. Il devient animateur de la dynamique commerciale dans les entreprises. Il est amené à piloter l'activité des partenaires. La coopération avec le marketing s'accroît.