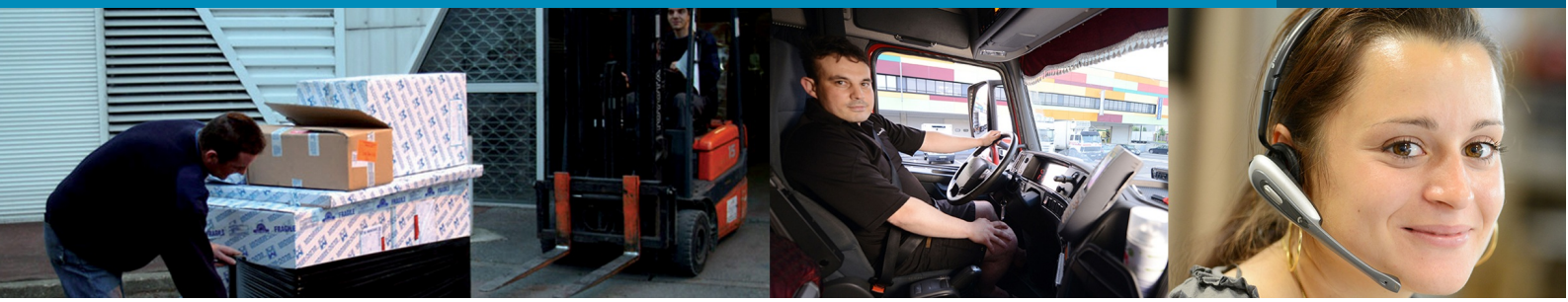

Fiche métier

Commercial(e) itinérant(e)

Vend des produits et des services en démarchant une clientèle de professionnels et en tenant compte de la stratégie commerciale de l'entreprise et des outils associés. Développe un portefeuille de clientèle, établit et entretient la relation commerciale par des visites régulières.

AUTRES APPELLATIONS

- Commercial(e)
- Vendeur(euse) itinérant(e)
- Tchnico-commercial(e) itinérant
- Délégué(e) commercial(e)
- Attaché(e) technico-commercial(e)
- Attaché(e) commercial(e) itinérant(e)
- Chef(fe) de secteur
- Chargé(e) d'affaires
- Chargé(e) de clientèle
- Responsable de secteur

FICHE(S) ROME

D 1407 : relation technico-commerciale

CONDITIONS D'EXERCICE / VARIABILITÉ DU MÉTIER

Le métier nécessite des déplacements réguliers auprès des clients et des prospects. Les commerciaux/ales itinérant(e)s peuvent exercer leurs activités sur un territoire donné, pour partie en télétravail, sous la seule supervision d'un hiérarchique (chef des ventes, responsable de secteur, …), ou être intégré(e)s à une agence commerciale dans laquelle ils/elles peuvent travailler en collaboration avec des commerciaux sédentaires.

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

COMPÉTENCES

ACCÈS AU MÉTIER

Pré requis

L'accès au métier est possible sans expérience professionnelle préalable, après un parcours de formation. Une connaissance préalable ou un intérêt marqué pour les produits commercialisés par l'entreprise est souhaitable. Dans certains secteurs, des compétences techniques peuvent être indispensables en raison de la forte technicité des produits et solutions techniques commercialisés.

Parcours possibles (attention cette liste est seulement indicative)

- CQP Vente Itinérante en Commerces de Gros
- Titre Professionnel Négociateur Technico-Commercial
- BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client
- BTS Technico-Commercial
- BTSA Technico-Commercial spécialité produits alimentaires
- DUT Techniques de Commercialisation
- Licences Professionnelles (commercialisation d'équipements et de services industriels, commerce interentreprises, commerce de gros et commerce international, …)
- Certifications techniques en rapport avec les produits et services commercialisés par l'entreprise

DOMAINES DE CONNAISSANCE

Commerce

- Techniques de prospection
- Techniques de vente
- Techniques de négociation commerciale
- Techniques d'analyse de marché
- Outils et méthodes de l'analyse de la concurrence / veille concurrentielle
- Méthode d'analyse d'un secteur commercial
- Outils de e-commerce et stratégie multicanal

Outils bureautiques et informatiques

- Progiciel de Gestion de la Relation Client (CRM)
- Progiciel de Gestion Intégrée (ERP)
- Logiciels de traitement de texte, tableurs
- Internet
- Messagerie électronique
- Outils de recherche et de communication (réseaux sociaux, …)
- Outils connectés

Communication

- Techniques d'expression orale et expression écrite adaptées aux médias utilisés

Organisation

- Techniques de gestion du temps
- Méthodes et outils du travail en équipe

Connaissances techniques sur les produits et services

- Fournisseurs
- Gammes de produits
- Gamme de services et services offerts par les outils digitaux à disposition (plate-forme de e-commerce, outils d'échange de données informatisé (EDI))

Législation / Règlementation

- Législation et réglementation associées au secteur d'activités de l'entreprise
- Législation et réglementation commerciale
- Règles de compliance

D'UN MÉTIER À L'AUTRE …

Les commerciaux(ales) itinérant(e)s en commerces de gros peuvent évoluer vers les différents métiers de la filière commerciale (commercial(e) grands comptes, spécialiste produit, spécialiste efficacité commerciale, …) et accéder à des métiers du management commercial (manager d'équipe commerciale itinérant(e), responsable d'unité commerciale, responsable commercial(e), …).

UN MÉTIER EN MOUVEMENT

Avec le développement des outils de Gestion de la Relation Client et la montée en puissance des outils de e-commerce, l'activité des commerciaux/ales itinérant(e)s s'oriente de manière marquée vers l'analyse des besoins et des comportements des clients et des prospects et le conseil personnalisé, au détriment des activités de gestion des commandes.

Dans un contexte de concurrence renforcée par le développement de nouveaux acteurs issus du e-commerce et de tendance à la volatilité des clients, leurs objectifs sont centrés sur la conquête et le placement et moins sur le réassortiment, désormais automatisé ou géré à distance.

Pour ce faire, ils/elles ont accès à des données clients de plus en plus complètes et complexes, issues des outils de Gestion de la Relation Client et des travaux des gestionnaires de données clients et à de nouveaux outils de tarification.

Dans certains secteurs, une tendance à la spécialisation croissante des commerciaux/ales itinérant(e)s en fonction des types de clients ou des secteurs d'activité se développe.

La relation client s'organise quant à elle de plus en plus fortement autour de capacités à travailler en équipe, au sein de l'équipe commerciale mais aussi en lien avec les équipes marketing, dans une perspective cross-canal voire omnicanal, pour assurer aux clients une expérience « sans couture », au travers de l'utilisation des outils de gestion de la relation client.

Enfin, les commerciaux/ales itinérant(e)s sont conduit(e)s à piloter de manière plus marquée leur activité, en s'appuyant sur des indicateurs de performance de plus en plus fins.