



Fiche métier

Manager d'équipe commerciale sédentaire

Anime, coordonne et conduit l'activité commerciale d'une équipe de vendeurs conseil en espace de vente ou à distance. Organise l'activité de son équipe au quotidien, contrôle la mise en œuvre du plan d'actions commerciales, motive et encourage son équipe en lui procurant un soutien technique et méthodologique permanent. Assure le pilotage de l'activité et des performances commerciales de son équipe.

→ AUTRES APPELLATIONS

- ▶ Animateur/trice des ventes
- ▶ Superviseur(e)
- ▶ Responsable télévente
- ▶ Responsable de comptoir
- ▶ Responsable libre-service
- ▶ Responsable carreau
- ▶ Directeur/trice de centre relation client et expertise
- ▶ Responsable télévente

→ FICHE(S) ROME

[D1406 : Management en force de vente](#)

[D1407 : relation technico-commerciale](#)

→ CONDITIONS D'EXERCICE / VARIABILITÉ DU MÉTIER

Plusieurs profils de manager d'équipe commerciale sédentaire coexistent :

- ▶ les managers accompagnant une équipe chargé de la relation commerciale à distance : télévente, téléprospection, conseil après-vente, ...
- ▶ les managers accompagnant des vendeurs/euses conseil en espace de vente dans une agence ou un espace commercial (carreau, salle d'exposition, espace de libre-service, ...)

L'exercice de ce métier ne nécessite généralement pas de déplacements.

→ ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

→ COMPÉTENCES

→ ACCÈS AU MÉTIER**Pré requis**

L'accès au métier nécessite une expérience confirmée de la négociation et de la vente auprès de clients professionnels.

Parcours possibles (attention cette liste est seulement indicative)

- ▶ CQP Manager d'équipe commerciale sédentaire
- ▶ BTS (Négociation et Digitalisation de la Relation Client, Management des Unités Commerciales, Technico-Commercial)
- ▶ BTSA Technico-Commercial spécialité produits alimentaires
- ▶ DUT Techniques de Commercialisation
- ▶ Titre Professionnel Superviseur(se) relation client à distance
- ▶ Licences Professionnelles (commercialisation d'équipements et de services industriels, commerce interentreprises, commerce de gros et commerce international, ...)
- ▶ Master marketing / vente, école de commerce
- ▶ Certifications techniques en rapport avec les produits et services commercialisés par l'entreprise (écoles d'ingénieur, BTS, DUT, ...)

→ 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 client grand compte
- ▶ 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

Organisation / animation d'équipe

- ▶ Techniques de gestion du temps
- ▶ Techniques d'animation d'équipe
- ▶ Techniques de conduite d'entretiens et de réunions
- ▶ Techniques de coaching / accompagnement individuel
- ▶ Techniques de transmission de savoir-faire

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 de pilotage et d'aide à la vente, ...)

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 managers d'équipe commerciale sédentaire en commerces de gros peuvent accéder aux métiers du management commercial : responsable commercial(e), directeur/trice commercial(e), ...

→ UN MÉTIER EN MOUVEMENT

Les managers commerciaux de proximité se trouvent en première ligne pour accompagner les évolutions en cours dans les entreprises du secteur : accompagnement des équipes pour une montée en compétence sur le conseil personnalisé au client, l'analyse des usages et des comportements, l'exploitation des données marketing, évolution des organisations commerciales, des outils, des process, des discours stratégiques, ...

Leurs compétences en matière d'accompagnement du changement et de formation des équipes sont donc particulièrement sollicitées.

En parallèle, ils ont à faire face à une montée en intensité du pilotage commercial (reporting, évaluations, ...), qui devient de plus en plus fin à la faveur du perfectionnement et de la généralisation des outils de gestion de la relation client (CRM) et des progiciels de Gestion Intégrée (ERP) dans les entreprises.

Leur implication est particulièrement marquée dans la valorisation des outils de e-commerce et de la stratégie digitale de l'entreprise (convaincre les commerciaux, diffuser les outils, accompagner l'évolution de la prise en charge de la relation clients, ...). Ainsi, dans les agences, une commande initiée en ligne par un client professionnel pourra être livrée au sein de l'agence et un client présent dans les locaux de l'agence orienté vers une borne permettant d'avoir accès à l'offre en ligne de l'entreprise.