



## Fiche métier

### Responsable d'unité commerciale

Assure le relais de la politique de l'entreprise auprès de son équipe et veille à la qualité du service offert aux clients. Est chargé d'appliquer les procédures en vigueur en matière de gestion commerciale, administrative et budgétaire d'un espace de vente en commerces de gros auquel peut être associé un espace assurant des prestations de service (atelier) et/ou des services de livraison.

En responsabilité directe de la performance de leur unité commerciale, est chargé d'effectuer des propositions quant à l'adaptation des actions commerciales à l'environnement local et d'assurer la mise en œuvre des différentes dimensions de la politique de l'entreprise.

#### → AUTRES APPELLATIONS

- ▶ Chef/fe d'agence
- ▶ Responsable point de vente

#### → FICHE(S) ROME

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

#### → CONDITIONS D'EXERCICE / VARIABILITÉ DU MÉTIER

Le métier s'exerce au sein d'un espace de vente ou d'une agence commerciale pouvant comporter un comptoir, un espace de libre-service, une salle d'exposition, une zone de stockage voire, en fonction des secteurs, un atelier pour la réalisation de prestations techniques (montage, préparation, mise en service, entretien/réparation, ...).

#### → 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 Responsable d'unité commerciale
- ▶ BTS (Négociation et Digitalisation de la Relation Client, Management des Unités Commerciales, 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, ...)
- ▶ Titre Professionnel Manager d'unité marchande
- ▶ 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

### Logistique

- ▶ Techniques de gestion des stocks
- ▶ Techniques logistiques

### 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 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, dont la réglementation en vigueur en matière d'utilisation et d'entretien des matériels et équipements techniques
- ▶ Législation et réglementation commerciale
- ▶ Règles de compliance

### Qualité / hygiène / sécurité

- ▶ Règlementation et procédures en matière de qualité, hygiène, sécurité et environnement

## → D'UN MÉTIER À L'AUTRE ...

Les responsables d'unité commerciale 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, ...).

Les agences et points de vente voient se développer dans certaines entreprises la libre-circulation du client, au détriment de l'organisation traditionnelle autour du « comptoir » et évoluer le rôle de l'équipe commerciale vers davantage de conseil, en s'appuyant notamment sur les outils en ligne. 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.

Dans certaines entreprises, les activités du responsable d'unité commerciale ont tendance à être recentrées sur la fonction commerciale et le merchandising, les activités logistiques (gestion des stocks et des approvisionnements, préparation de commandes) étant mutualisées au sein de plateformes territoriales.