



FICHES MÉTIERS

Commercial(e) itinérant(e)

BRANCHE DES COMMERCE DE GROS

IDCC 0573



Commercialisation - Vente



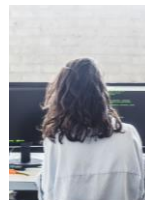
Métier en tension

Cette fiche métier présente un large éventail des missions susceptibles d'être exercées par le titulaire du poste, ainsi que les compétences associées dans les entreprises des commerces de gros (CCN 3044). Elle est réservée à un usage d'information sur le métier et ne peut en aucun cas être utilisée comme fiche emploi repère dans le cadre de la classification de la branche.



Édition
2025

OBSERVATOIRE
AKTO



Informations générales

Finalité du métier :

Le / la 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.

Il / elle développe un portefeuille de clientèle, établit et entretient la relation commerciale par des visites régulières.

Relation(s) hiérarchique(s)

Il/elle est rattaché(e) hiérarchiquement au manager d'équipe commerciale



Branche :

Commerces de gros



Domaine professionnel :

Commercialisation - Vente



Autres appellations :

- Commercial(e)
- Vendeur(euse) itinérant(e)
- Technico-commercial(e) itinérant(e)
- Délégué(e) commercial(e)
- Attaché(e) commercial(e) itinérant(e)
- Chargé(e) de clientèle



Correspondances ROME :

- D1407 – Relation technico-commerciale

Activités

- Analyser son environnement et organiser son activité commerciale
- Préparer ses visites et assurer leur traçabilité
- Découvrir les besoins, argumenter et négocier les conditions de vente en visite client
- Apporter un conseil personnalisé au client
- Assurer l'après-vente et le traitement des réclamations dans une logique de fidélisation des clients

Compétences associées aux activités

Analyser son environnement et organiser son activité commerciale

- Recueillir des informations pertinentes sur le marché, les concurrents et le potentiel de ses clients à partir de différentes sources
- Analyser l'évolution de son portefeuille clients et de sa performance commerciale en exploitant les données mises à disposition par l'entreprise au travers de ses systèmes d'information
- Proposer des actions de prospection, conquête et fidélisation cohérentes avec l'analyse du secteur et du portefeuille clients et le plan d'actions commerciales de l'entreprise
- Planifier son activité sur son secteur commercial en fonction des objectifs définis par le manager commercial

Préparer ses visites et assurer leur traçabilité

- Analyser les informations disponibles sur les clients et les prospects à visiter
- Définir pour chaque visite des objectifs commerciaux adaptés
- Composer une offre commerciale combinant des produits et des services adaptés aux besoins du client en tenant compte des contraintes de l'entreprise
- Réaliser le chiffrage de l'offre commerciale dans le respect de la politique commerciale en vigueur dans l'entreprise
- Sélectionner les arguments et modes de communication les plus pertinents pour une prise de contact efficace avec les clients et les prospects
- Organiser les tournées de visites en prenant en compte les contraintes éventuelles liées au trajet, au trafic, à la recharge éventuelle du véhicule (en fonction du type d'énergie)...
- Assurer la traçabilité des visites en exploitant les outils mis à disposition au sein de l'entreprise
- Définir les actions à conduire à l'issue des visites clients et prospects

Découvrir les besoins, argumenter et négocier les conditions de vente en visite client

- Etablir un contact et un climat de confiance avec un client et avec un prospect
- Conduire une démarche de découverte des besoins d'un client ou d'un prospect
- Argumenter de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections
- Négocier les conditions de vente avec un client en s'appuyant sur différents leviers et en tenant compte des indicateurs de performance de l'entreprise
- Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits demandés et en orientant le client vers des produits de substitution et des produits complémentaires

Apporter un conseil personnalisé au client

- Conseiller le client ou le prospect en prenant appui sur une argumentation technique pertinente
- Présenter l'ensemble de l'offre de services de l'entreprise
- Promouvoir les services offerts par les outils en ligne et autonomiser les clients dans leur utilisation des outils en ligne

Assurer l'après-vente et le traitement des réclamations dans une logique de fidélisation des clients

- Traiter les sollicitations des clients dans le souci de préserver la qualité de la relation commerciale
- Analyser les réclamations clients
- Formuler des propositions adaptées de traitement des réclamations
- Mettre en valeur auprès des clients les solutions proposées pour traiter les réclamations dans une logique de fidélisation



Prérequis

- Accès au métier possible sans expérience professionnelle préalable, après un parcours de formation dans le domaine commercial
- Connaissance préalable ou intérêt marqué pour les produits commercialisés par l'entreprise souhaitable
- Dans certains secteurs, des compétences techniques peuvent être indispensables en raison de la forte technicité des produits et solutions techniques commercialisés

Voies d'accès au métier par la certification

Exemples de certifications d'accès au métier appréciées par les entreprises :

- CQP Commercial itinérant clientèle professionnelle (niveau 5)
- Titre Professionnel Négociateur Technico-Commercial (niveau 5)
- BTS Négociation et digitalisation de la relation client (niveau 5)
- BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques (niveau 5)
- BTSA Technico-Commercial spécialité alimentation et boissons (niveau 5)
- BUT Techniques de Commercialisation (niveau 6)
- Certifications techniques en rapport avec les produits et services commercialisés par l'entreprise

Domaines de compétences

Savoirs / Connaissances

- Techniques de prospection, de négociation commerciale, d'analyse de marché et de vente
- Techniques de gestion du temps
- Techniques d'expression orale
- Techniques de conduites éco-responsables
- Connaissances des fournisseurs, des gammes de produits et des services offerts par les outils digitaux à disposition
- Législation et réglementation commerciale
- Règles de compliance
- Logiciels de Gestion de la Relation Client (CRM), et de Gestion Intégrée (ERP)
- Outils de recherche et de communication (réseaux sociaux...)
- Outils de e-commerce et stratégie multicanal

Savoir-faire / Compétences opérationnelles

- Analyse d'un secteur commercial
- Analyse de la concurrence
- Planification de son activité sur son secteur commercial en fonction des objectifs définis
- Analyse des informations disponibles sur les clients et les prospects à visiter
- Conception d'une offre commerciale
- Etablissement d'un contact et d'un climat de confiance avec un client ou un prospect
- Valorisation de l'offre de services de l'entreprise
- Traitement des sollicitations des clients
- Analyse des réclamations clients
- Mise en valeur des solutions proposées auprès des clients

Savoir-être / Compétences comportementales

- Réactivité
- Organisation
- Sens de l'écoute
- Sens commercial et de la négociation
- Autonomie
- Gestion du stress
- Rigueur
- Preuve d'initiative
- Travail en équipe
- Faire preuve de persévérance
- Aisance relationnelle

Conditions d'exercice du métier

- Métier qui nécessite des déplacements réguliers auprès des clients et des prospects
- Activités du métier qui peuvent s'exercer sur un territoire donné, pour partie en télétravail, sous la supervision d'un responsable hiérarchique (chef des ventes, responsable de secteur...)
- Possibilité également d'être intégré(e) à une agence commerciale dans laquelle il/elle peut travailler en collaboration avec des commerciaux sédentaires.

Possibilités d'évolutions professionnelles



Evolutions vers des métiers du management commercial : manager d'équipe commerciale, responsable de point de vente, responsable d'unité commerciale...)

Passerelles possibles vers d'autres métiers de la famille commercialisation – vente : commercial(e) sédentaire, commercial(e) grands comptes, spécialiste produit...

Évolutions prospectives

Chiffres clés

Commerciaux itinérants en 2023(1)



~ 60 550

Part des salariés travaillant dans le secteur interindustriel (matériel électrique, sanitaire et chauffage, distribution automobile...)



59%

(alors que ce secteur représente 57% des effectifs totaux)

Part des salariées Femmes en 2023 (1)



20 %

Evolution du métier de Commercial(e) Itinérant(e)



Métier en tension

(1) Source : Panorama statistique 2023 AKTO – Branche des Commerces de gros

Principaux facteurs d'évolution et impacts sur les métiers



TRANSITION ECOLOGIQUE

- Intégration des critères RSE et durabilité dans les pratiques commerciales avec une meilleure maîtrise des labels, normes environnementales et traçabilité des produits en réponse aux évolutions réglementaires.
- Optimisation des déplacements avec une réduction des tournées au profit des outils numériques, développement de la prospection à distance, écoconduite et adoption progressive de véhicules à faibles émissions.
- Verdissement des flottes avec la transition vers des véhicules électriques ou à nouvelles énergies impliquant une adaptation des organisations et une sensibilisation des commerciaux à leur prise en main.



TRANSITION NUMÉRIQUE

- Transition numérique qui impacte les commerciaux itinérants dans leur façon **gérer la relation clients** (utilisation d'outils numériques comme des CRM pour centraliser les informations, automatisation partielle de la prospection, intégration de l'Intelligence Artificielle pour aider à la relation client...)
- Le développement des plateformes en ligne nécessite d'avoir une approche cross canal des clients et peut ouvrir de nouvelles relations commerciales.
- Des outils numériques qui permettent l'automatisation des tâches administratives et facilitent également en interne la transmission des flux d'information au sein de l'entreprise (envoi automatique de facture, transmission des commandes à l'entrepôt...).



TRANSITION ÉCONOMIQUE

- Forte pression concurrentielle qui nécessite une démarche plus proactive afin de développer la clientèle et accroître la vente additionnelle. Cette forte concurrence renforce en outre la nécessité de se différencier par la qualité du conseil et du service après-vente.
- Complexification des produits et services proposés nécessitant une approche plus orientée conseil et une expertise produit, notamment dans les secteurs interindustriels et techniques : passage d'un rôle centré sur la prise de commande à un rôle de conseil et de suivi client.
- Nécessité d'adapter les argumentaires de vente et d'orienter vers des produits de substitution en fonction des fluctuations du marché et des coûts (matières premières, logistique).



TRANSITION SOCIALE

- Renforcement du travail en équipe, avec une collaboration accrue entre commerciaux sédentaires, itinérants et équipes marketing pour une expérience client fluide et omnicanale.
- Evolution du niveau d'exigence client : personnalisation accrue, raccourcissement des délais...