



IDCC 0573



Commercialisation - Vente



Métier stable

Commercial(e) sédentaire

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

OBSE

VATOIRE

AKTO



Informations générales

Finalité du métier :

Le/la Commercial(e) sédentaire développe et gère une relation commerciale à distance en tenant compte de la stratégie commerciale de l'entreprise et en réalisant des activités de vente, conseil et prospection auprès d'une clientèle majoritairement professionnelle. Il/elle assure un suivi personnalisé des clients, contribue à leur fidélisation et participe au développement du chiffre d'affaires.

Il / elle est chargé(e) de / d' :

- Accueillir les clients à distance de façon courtoise
- Utiliser les outils (téléphone, visioconférence, mails, chat...) pour prospection à distance des clients potentiels et identifier leurs besoins
- Contacter les clients ou répondre à leurs demandes en développant un argumentaire de vente
- Répondre précisément au besoin du client grâce à sa maîtrise des aspects technique des produits
- Fidéliser le client en veillant à ce qu'il ait tous les conseils et les informations nécessaires
- Assurer le suivi informatique des commandes



Branche :

Commerces de gros



Domaine professionnel:

Commercialisation - Vente



Autres appellations :

- Téléprospecteur(trice)
- Vendeur(euse) téléphone
- Télavendeur(euse)
- Conseiller(ère) commercial(e)
- Chargé(e) de clientèle
- Technico commercial sédentaire



Correspondances ROME :

- D1401 – Assistantat commercial
- D1408 – Téléconseil et télévente

Relation(s) hiérarchique(s)

Il/elle évolue au sein d'une équipe commerciale et joue un rôle clé dans l'expérience client grâce à une approche proactive et digitale. Il vient en appui d'un commercial itinérant et travaille sous la direction d'une responsable commercial

Activités

- Organiser son activité de relation commerciale à distance
- Préparer la prise de contact clients ou prospects et assurer leur traçabilité
- Déetecter les besoins, présenter les produits et services pour conclure une vente à distance
- Apporter au client un conseil technique personnalisé sur les produits, services et solutions proposés par l'entreprise
- Assurer l'après-vente et le traitement des réclamations dans une logique de fidélisation des clients

Compétences associées aux activités

Organiser son activité de relation commerciale à distance

- Aménager efficacement son poste de travail en veillant à l'accessibilité des informations
- Optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités d'appel ou de relances téléphoniques et les activités associées dans le respect des priorités et des règles en vigueur dans l'entreprise

Préparer la prise de contact clients ou prospects et assurer leur traçabilité

- Détecre les informations clés sur les clients ou les prospects lors des échanges et les enregistrer dans les outils mis à disposition au sein de l'entreprise
- Sélectionner les arguments et modes de communication les plus pertinents pour une prise de contact efficace avec les clients ou les prospects
- Assurer la traçabilité des contacts avec les clients ou les prospects en exploitant les outils mis à disposition au sein de l'entreprise
- Programmer les actions à conduire à l'issue des contacts avec les clients ou les prospects

Détecre les besoins, présenter les produits et services pour conclure une vente à distance

- Etablir un contact et un climat de confiance avec un client et avec un prospect dans une relation à distance
- Conduire une démarche de découverte des besoins d'un client ou d'un prospect
- Identifier les produits et les services correspondant aux besoins des clients en prenant en compte la réglementation et les recommandations liées au secteur d'activité et le contexte du client
- Présenter et mettre en valeur les produits et services proposés par l'entreprise
- Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections
- 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
- Conclure une vente et définir les conditions de règlement et de livraison

Apporter au client un conseil technique personnalisé sur les produits, services et solutions proposés par l'entreprise

- Apporter un conseil technique sur des produits et services spécifiques, personnaliser chaque conseil et explication en fonction de la fiche client
- Valoriser 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
- Identifier les raisons du mécontentement, d'une réclamation ou d'un litige, et les qualifier, pour identifier les solutions possibles
- Apporter au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise
- Formuler des propositions adaptées de traitement des réclamations
- Mettre en œuvre des actions de fidélisation

Prérequis

- Métier accessible sans expérience préalable, avec une formation d'un niveau Bac à Bac +2 en commerce, vente. Il est également accessible sans certification spécifique, avec une expérience professionnelle dans le domaine de la vente aux professionnels, ou par promotion interne depuis les métiers de la logistique par exemple.
- Connaissance préalable et intérêt marqué pour les produits commercialisés par l'entreprise souhaitable.
- Dans certains secteurs, des compétences techniques peuvent être indispensables en raison de la technicité des produits.

Voies d'accès au métier par la certification

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

- Bac Pro Commerce / Vente Négociation Prospection Suivi de Clientèle (Niveau 4)
- Bac Pro Technicien conseil vente en alimentation option produits alimentaires (niveau 4)
- Bac Pro Commerce (niveau 4)
- CQP Vendeur conseil à distance (niveau 5)
- Titre Professionnel Conseiller(ère) Relation Client à Distance (niveau 5)
- BTS Négociation et Relation Client (niveau 5)
- BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques (niveau 5)
- BTSA Technico-Commercial spécialité alimentation et boissons (niveau 5)
- Certifications techniques en rapport avec les produits et services commercialisés par l'entreprise

Domaines de compétences

Savoirs / Connaissances

- Produits et services de l'entreprise
- Règlementations du secteur
- Procédures internes et de l'entreprise (dont RGPD, cybersécurité...)
- Marché et typologie des clients
- Techniques de communication
- Techniques de gestion du temps
- Technique de prospection et de fidélisation du client
- Logiciels de Gestion de la Relation Client (CRM) et de Gestion Intégrée (ERP)
- Logiciels de traitement de texte, tableurs, Internet, messagerie électronique
- Techniques de vente et de négociation commerciale.

Savoir-faire / Compétences opérationnelles

- Prise des commandes par téléphone ou en ligne, en suivant les procédures établies
- Gestion de l'état des produits, vérification de la disponibilité des produits en stock, proposition d'alternatives ou des produits complémentaires en cas de rupture
- Mise à jour de la base de données clients
- Analyse des besoins des clients
- Personnalisation des offres commerciales
- Suivi des procédures internes
- Respect des politiques de l'entreprise en matière de gestion des commandes, traitement des réclamations et enregistrement des données
- Négociation et traitement des objections
- Identification de nouveaux clients
- Démarchage des prospects par téléphone
- Optimisation de son travail
- Planification et organisation des appels, et des relances

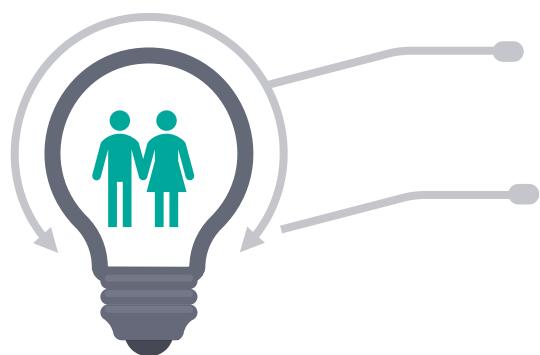
Savoir-être / Compétences comportementales

- Bonne élocution
- Ecoute active
- Sens du relationnel
- Force de persuasion
- Sens du challenge
- Pugnacité
- Travail en équipe
- Réactivité
- Adaptabilité
- Autonomie
- Flexibilité

Conditions d'exercice du métier

- Le vendeur à distance peut être intégré au sein d'une équipe commerciale composée de vendeurs itinérant(e)s ou de vendeur(s) sur site, ou exercer ses activités dans un centre d'appels centralisé. Il ne se déplace jamais.
- Le vendeur conseil à distance utilise des outils digitaux.
- Les horaires peuvent être fixes ou variables, en fonction des besoins de l'entreprise et des périodes de haute activité (campagnes promotionnelles, événements commerciaux).
- Le rythme est intense, avec un nombre important d'appels téléphoniques chaque jour.
- Il entre en interactions avec différents interlocuteurs des métiers de l'exploitation (achat, approvisionnement, logistique) et du marketing

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) itinérant, commercial(e) grands comptes, spécialiste produit...

Évolutions prospectives

Chiffres clés

Commerciaux sédentaires en 2023 (1)



~ 7 800

Part des salariés travaillant dans le secteur alimentaire



34%

(alors que ce secteur représente 23% des effectifs totaux)

Part des salariées Femmes en 2023 (1)



74 %

Evolution du métier de Commercial(e) sédentaire



Métier stable

(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, évolution des **règlementations** environnementales nécessitant une meilleure maîtrise des labels, normes environnementales et traçabilité des produits. Conseil et accompagnement des clients en réponse aux normes environnementales (produits de substitution aux produits plastiques à usage unique...).



TRANSITION NUMÉRIQUE

- Utilisation croissante des **outils digitaux** (chats en ligne, visioconférences, CRM) pour assurer un lien permanent avec les clients et proposer des offres ciblées.
- 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...).
- L'Intelligence **Artificielle** facilite la personnalisation des relations clients avec des recommandations personnalisées en fonction du client, de sa typologie, de son historique...



TRANSITION ÉCONOMIQUE

- Environnement très concurrentiel** qui nécessite plus de démarche proactive pour développer la clientèle et accroître la vente additionnelle et renforce également la nécessité de se différencier par la qualité du conseil et du service personnalisé proposé.
- 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



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...