

> COMMERCIAUX <

Les recrutements se poursuivent

La fonction commerciale reste en tête de tous les tableaux prévisionnels de recrutement. Par le nombre d'offres disponibles mais aussi, et peut-être surtout, par défaut de candidats formés et motivés. Pour pallier ce déficit les entreprises construisent des parcours de carrière de plus en plus diversifiés et des plans de rémunérations mieux adaptés aux attentes des jeunes diplômés.

La traditionnelle définition du cadre de la fonction commerciale est toujours d'actualité : collaborateur qui est chargé de vendre les produits et services en s'appuyant sur les moyens mis à sa disposition par l'entreprise et selon des objectifs - de chiffre d'affaires, de marge, de satisfaction clients, etc - planifiés par la direction. Mais elle ne recouvre plus l'ensemble des facettes de cette fonction. Les commerciaux sont aujourd'hui beaucoup plus que le dernier maillon du process. Le cadre commercial défrixe de nouveaux territoires, sensibilise de nouvelles clientèles aux enjeux qui l'attendent en France comme à l'étranger. Il doit désormais allier posture et compétence techniques.

Dans un contexte qui s'annonce un peu plus favorable, 2016 devrait permettre une éclosion de postes. D'ores et déjà les éléments prévisionnels de l'Agence

Les commerciaux doivent être bons techniquement et solides psychologiquement

pour l'emploi des cadres laissent prévoir que les offres destinées aux commerciaux vont croître plus vite que le marché. « Nous visons clairement une croissance à deux chiffres. Cela exige des recrutements importants. Nous en planifions 200 pour l'exercice à venir dont 50 créations nettes et 150 liés à des mobilités. La formation de base est un élément important or nous avons du mal à faire comprendre aux ingénieurs ce que sont nos métiers et aux diplômés des écoles de commerce que la vente est un vrai parcours. La seule solution c'est de faire savoir que nous avons et une politique d'évolution et de gestion des hauts potentiels » explique Pierre Adrien Vernisse responsable RH chez Hilti, le leader du matériel électro-portatif dans le BTP. L'entreprise prévoit d'ores et déjà pour 2017 le recrutement de 70 ingénieurs dont 50 de terrain pour développer le business en relation directe avec les opérateurs.

Ce souci d'élargir le spectre des candidats à la fonction commerciale n'est pas propre à l'industrie. Les services qui concentrent 70 % des recrutements de cadres seront encore la locomotive des

mois à venir. C'est particulièrement le cas dans l'assurance, les télécommunications, le conseil ou les services de sécurisation des biens et des personnes. Dans ces filières, on ne cherche pas nécessairement des postulants bardés de diplômes. On y apprécie, reconnaissent les chargés de recrutement, les candidats qui s'adosent à une expérience

La gamme de métiers et les profils de carrières se sont étendus

commerciale de plusieurs années. De fait, l'extension de la palette des métiers commerciaux est devenue si large que tous les employeurs souhaitent la plus grande diversité de profils possibles dans leurs équipes « Nous allons créer 100 nouveaux postes de commerciaux niveau Bac +2 ou BTS, un cursus particulièrement bien adapté à nos attentes, plus un volet de 80 personnes chargées des relations clients. C'est un investissement important mais nous ne cherchons pas à niveler par le haut. On table en priorité sur le potentiel et sur nos programmes de formation aux différentes dimensions managériales du métier » souligne Denis Tesson, responsable du pôle opérations RH de Securitas Direct. Une réflexion sur laquelle s'accordent tous nos experts qui partagent aussi un constat : les jeunes ne sont pas spontanément attirés par la filière commerciale. Ils sont plus sensibles aux attraits du marketing ou de la gestion. Souvent faute d'information sérieuse. Traduit en chiffres, les emplois commerciaux qui représentent en moyenne 28 % des offres d'emploi de cadres en France ne sont pas toujours couverts. Un gâchis quand on sait que cette fonction est en plein essor : les entreprises recherchent en permanence 150 000 commerciaux selon la Dares, une direction du ministère du Travail. Et que la seule vente directe pourrait créer entre 200 000 et 300 000 emplois à l'horizon 2020 selon le Credoc.

Le paradoxe de cette inadéquation entre l'offre de postes et le nombre de candidatures tient peut-être, comme le suggère un Livre blanc remis au gouvernement sur ce sujet, au fait que « les clients sont entrés dans le troisième millénaire avant les commerciaux. Il faut réinventer le métier ou à tout le

moins transformer ses méthodes de travail en tirant parti de toutes les possibilités offertes par Internet et les nouvelles technologies ». Une mutation qui passe par une politique de communication et de sensibilisation des cadres et du système éducatif. « Nos collaborateurs sont exigeants sur la qualité du parcours professionnel qu'on leur propose. En posant un minima à Bac+2, avec une gamme de carrières et de métiers plus étendue on peut permettre à des commerciaux matures d'explorer des marchés complexes. Avec des passerelles qui via des cycles de formation ouvrent vers le management. Nous partageons ainsi nos recrutements entre écoles de commerce et d'ingénieurs » détaille Thierry Bouzigon DRH d'Elis une société de services aux entreprises qui possède par ailleurs 70 sites industriels dont une usine toute récente implantée à Nanterre qui est la plus importante blanchisserie d'Europe. Des métiers de services qui exigent des commerciaux dont la formation de base peut aussi être scientifique. Elis compte recruter dans ces deux métiers environ 80 cadres commerciaux au profil de « chasseur, de créateur d'affaire » et au moins autant pour les fonctions de développement autour des métiers de responsable de service à forte composante commerciale.

Un bon commercial c'est un chef de projet

De fait, nos experts s'accordent pour considérer que les profils demandés évoluent au rythme de l'accélération des mutations : les fonctions marketing et vente se rapprochent, de nouvelles responsabilités apparaissent comme « category manager » à la croisée du marketing, de la prise de parts de marché et de distributeurs, les techniques évoluent vite. Le CRM, le Data mining, les outils d'orientation géographiques s'imposent. Seule demeure constante l'exigence de forte capacité de travail et d'engagement personnel. Indispensable dans des métiers où la part variable qui est presque partout illimitée, représente de 20 à 50 % de la rémunération globale.

» L.PM



Denis Tesson
Responsable Pôle RH Opérations Securitas Direct

« Dans un environnement économique qui patine, nos métiers de télésurveillance et plus globalement de la sécurisation des biens et des personnes connaissent une croissance annuelle de 15 à 20 % en moyenne. Ces progressions sont d'autant plus intéressantes que le taux de pénétration de nos activités reste encore faible, ce qui nous offre de très belles perspectives de développement. C'est sur la base de ce constat que nous installons une politique de recrutement ambitieuse. La DRH est aujourd'hui le partenaire stratégique du développement de l'entreprise. Le volume de nos recrutements sera conséquent puisqu'il nous faut pourvoir à 100 créations nettes de postes de commerciaux pour l'exercice à venir. Les profils les plus adaptés sont essentiellement des diplômés Bac+2 et BTS spécialisés. Cela n'empêche pas l'accueil de personnalités hors des sentiers battus capables de faire de belles carrières. Nous ne cherchons pas à niveler par le haut car nous sommes très soucieux d'ouverture. L'ADN de l'entreprise est de donner à tous la possibilité de réussir dès lors que le postulant dispose des compétences clés et d'un potentiel. Nous avons ainsi lancé un concept de jeu vidéo sur une plateforme, le « Victorious Game » qui permet aux candidats à qui on ne demande pas de CV de faire la démonstration qu'ils veulent un job chez nous. Le choix de la promotion interne est un engagement qui a parfaitement réussi : 100% de nos directeurs commerciaux sont directement issus des 600 collaborateurs de notre base commerciale.



Pierre-Adrien Vernisse
Spécialiste RH Hilti

« Entreprise familiale, leader mondial de l'électro-portatif pour le BTP nos 22 000 salariés sont présents dans 120 pays et témoignent que nous misons sur l'avenir. Et que nous restons constants dans nos stratégies comme le démontre notre présence continue en Espagne. La France est notre 3^e marché derrière l'Allemagne et les États Unis. Nos produits sont toujours plus chers que ceux de la concurrence mais nos clients l'acceptent car nous proposons une forte valeur ajoutée grâce aux services qui accompagnent nos matériels. Depuis 4 ans nous avons fait évoluer le profil de nos recrutements. Nous mettons plus en avant les qualités relationnelles car nous souhaitons que nos commerciaux minimum Bac+2 - mais 60 % d'entre eux sont Bac+5 -, puissent gérer leurs business comme des entrepreneurs pour entretenir une croissance à 2 chiffres. Hilti leur offre les outils de ce challenge : nous investissons 5 % de notre chiffre d'affaires en R&D et lançons une cinquantaine d'innovations par an. De fait notre plus grande difficulté tient aux idées préconçues. Nous devons faire comprendre aux ingénieurs que nous sommes dans le BTP. Et ensuite à tous les jeunes diplômés que le secteur est sexy. Je conseille aux jeunes diplômés que nous cibons, particulièrement ceux des écoles du top 10 comme EDHEC, EM Lyon, Skema et autres, de sortir des carcans liés à l'image de l'outilage. En 2015 nous recruterons 20 commerciaux diplômés de Kedge et nous développons des partenariats avec les INSA Lyon et Strasbourg sur les filières doubles compétences. Nous proposons à ces diplômés des sessions hauts profils et des parcours très évolutifs. »



Thierry Bouzigon
Directeur recrutement Elis

« La variété de nos métiers au service des entreprises englobe la location, l'entretien mais aussi un fort volet industriel qui est souvent assez méconnu. Cette diversité nous rend à la fois sensibles à la conjoncture quand elle est atone, comme en France actuellement, mais très ouverts à la recherche d'opportunités de croissance ailleurs en Europe et plus loin au Brésil et au Chili. Des marchés qui montent en maturité et dont les besoins se sophistiquent. Nous sommes présents sur les activités de santé, de l'hôtellerie-restauration, de l'automobile, etc. Une diversification sectorielle qui nous permet de maintenir un solide courant de croissance. Notre progression est continue depuis 1968. Tant en développement externe qu'organique. Notre nouvel axe de croissance est le traitement des nuisibles. Un métier pour lequel nous avons des arguments compétitifs : nous servons, tous métiers confondus, plus de 250 000 clients tous les matins. Toutes ces évolutions nous conduisent à densifier le niveau de nos recrutements qui est aujourd'hui à minima Bac+2. Cela permet à nos jeunes collaborateurs de se voir offrir des postes de commerciaux de terrain et aux cadres plus matures de travailler sur des marchés plus sophistiqués comme le secteur hôtelier en suisse où nous sommes très implantés. De façon globale, nous avons besoin de collaborateurs qui maîtrisent des process de plus en plus techniques. Dans l'hôtellerie-restauration par exemple, les services complexes d'hygiène et d'entretien représentent 20 % du chiffre d'affaires. Ce poste est le premier centre de coût après les salaires. On comprend que les commerciaux qui en ont la charge sont des interlocuteurs de poids pour les clients »



15 %

des commerciaux ont un revenu annuel supérieur à 80 K€.

150 000

C'est le nombre de commerciaux tous statuts recherchés par les entreprises sur un an.

41 K€

C'est le salaire médian d'un chargé d'affaire.

+ de 1000

offres d'emploi de commerciaux disponibles sur l'emploi

www.lemonde.fr/emploi



en partenariat avec
MONSTER