

Directeur Commercial (F/H)

Organisation autour du poste

Le directeur commercial est nommé par le Directeur Général (ou le PDG) de l'entreprise et y est le plus souvent rattaché. Dans certains rares cas, le Directeur Commercial rapporte à un Directeur Commercial et Marketing. Il peut également, dans les groupes internationaux, être rattaché à un VP Sales Global qui chapeaute l'ensemble des directeurs commerciaux de filiales ou de BU.

Membre du Comité de Direction de son entité, il participe activement aux échanges et décisions prises au sein du Codir concernant l'opérationnel et la stratégie d'avenir de l'entreprise.

La taille et la structure des équipes commerciales dépendent de la taille et du secteur d'activité de l'entreprise. D'une façon générale, le Directeur Commercial chapeaute :

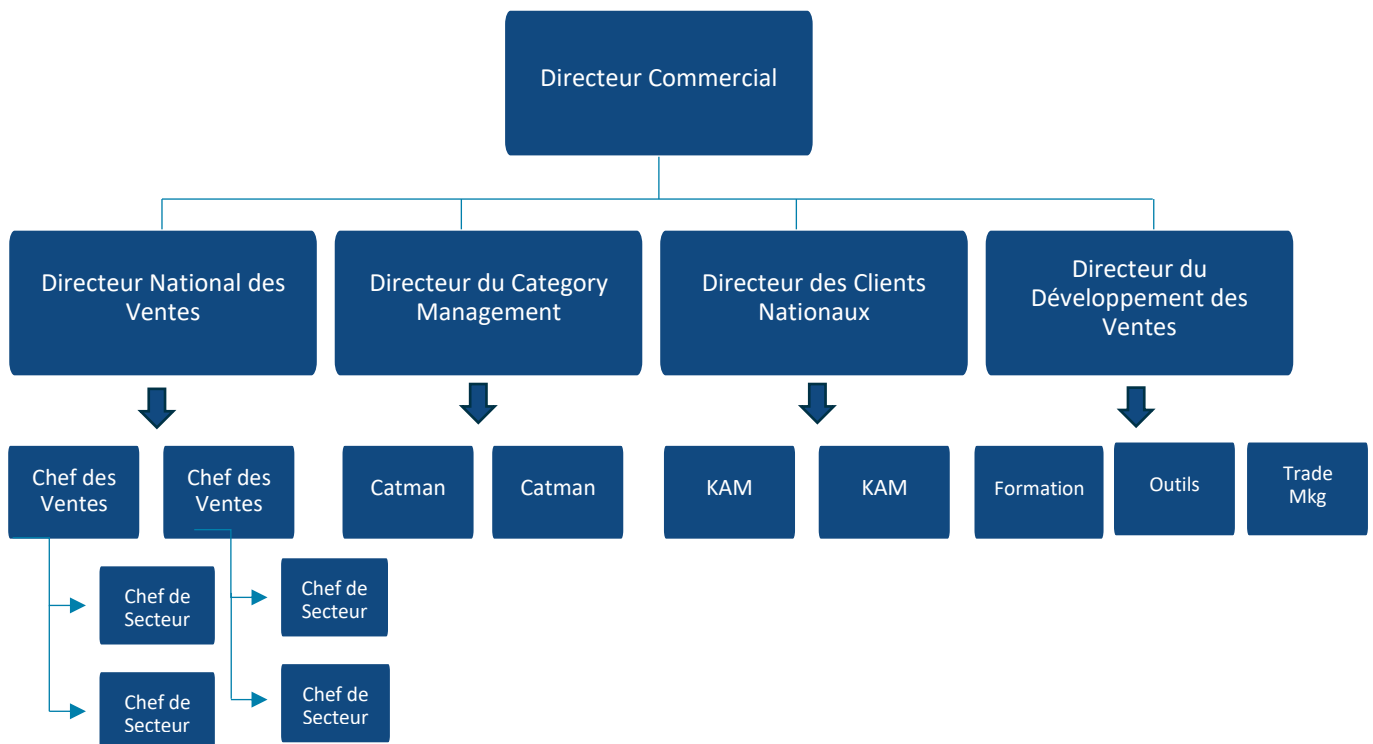
- Une Direction des Clients Nationaux (en Retail) ou Direction des Grands Comptes (en BtoB, dans l'industrie ou en pharmacies) qui, avec ses équipes de compte-clés/ KAM, est garante de l'atteinte des objectifs de CA et de rentabilité de l'ensemble des clients de son secteur
- Une Direction Nationale des Ventes/ direction Force de Vente qui, avec ses équipes terrain (commerciaux, chefs de secteur, délégués pharmaceutiques...), a pour vocation de s'assurer de la bonne application sur le terrain des conditions négociées par l'équipe Grands Comptes.
- Une Direction du Développement des Ventes et ses équipes qui ont pour vocation d'apporter un support aux équipes Grands Comptes et Force de Vente : analyse des ventes, formation des commerciaux, développement d'outils commerciaux, ...
- Et, dans de nombreux secteurs (PGC, Cosmétiques, Distribution, Téléphonie.), une Direction du Category Management et ses équipes de category managers qui ont pour vocation de construire la vision de la ou des catégories sur lesquelles opère l'entreprise ainsi que la stratégie à mettre en œuvre sur l'ensemble des leviers du mix marketing.

Le Directeur Commercial peut exercer des responsabilités uniquement locales (sur le marché domestique) ou internationales (sur plusieurs marchés). Dans ce second cas, il définit la politique commerciale export/ internationale en lien avec la stratégie globale de l'entreprise. Il identifie les opportunités de développement à l'international et alloue les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs. Il anime les directeurs commerciaux des filiales de l'entreprise ou les responsables de zone export qui eux-mêmes animent les distributeurs locaux.

Certains produits et services sont distribués sur plusieurs circuits de distribution (par exemple les alcools que l'on retrouve en grande distribution ou en hors domicile) ou sont destinés à différents types de cibles (par exemple la cible Loisirs vs. la cible Entreprises dans des secteurs comme l'hôtellerie ou la location automobile). Dans ce cas, le Directeur Commercial a sous sa responsabilité un Directeur/Responsable commercial par circuit ou par cible.

De la même façon, certains produits ou services sont commercialisés via des circuits physiques (grande distribution, CHR, magasins...) et/ ou digitaux (e-commerce). Dans ce cas, le Directeur Commercial chapeaute également un Directeur e-commerce qui a pour mission d'élaborer la stratégie commerciale à adopter pour les ventes en ligne, qui met en place les objectifs et les moyens et coordonne les ventes avec les équipes Marketing, Communication, Digitale et les Systèmes d'Information.

Organisation Cible



Sa Mission

La fonction de directeur commercial est une fonction clé dans une entreprise, car elle est responsable de la croissance des ventes et de la maximisation des bénéfices.

Les principales responsabilités d'un directeur commercial incluent la définition des objectifs de vente, la planification des stratégies pour les atteindre, la mise en œuvre de plans d'action, la gestion des budgets de vente, le développement des relations avec les clients et la supervision de l'équipe commerciale.

Le directeur commercial doit également surveiller les tendances du marché et les comportements des clients pour s'adapter rapidement à l'évolution des besoins de ceux-ci. Il doit avoir une compréhension approfondie de l'industrie et du/ des circuit/s dans laquelle l'entreprise évolue, ainsi que des compétences en leadership pour motiver et guider l'équipe commerciale.

Il travaille étroitement avec tous les services de l'entreprise mais en particulier le Marketing, la Logistique, la Finance, le Juridique et s'il y a du e-commerce, le Digital.

Ses Responsabilités

→ Stratégie Commerciale :

- Elabore la stratégie commerciale de l'entreprise sur ses différents circuits, définit la politique commerciale ainsi que les plans d'action et les objectifs commerciaux par circuit/ zone/ enseigne/ gamme. Revend la stratégie commerciale à la Direction Générale et (si pertinent) au Groupe
- Elabore la politique tarifaire et fixe les objectifs de marge à atteindre, en accord avec la Direction Générale
- S'assure de la mise en œuvre des plans commerciaux et contrôle les budgets et les résultats
- Définit la stratégie de croissance commerciale et est force de proposition sur les axes de développement (gammes/ enseignes/ circuits / marchés)
- Met en œuvre et contrôle les plans d'action visant à améliorer/ garantir la satisfaction client.

→ Leadership & Management :

- Explique la stratégie aux équipes commerciales et définit les KPIs pour atteindre les objectifs
- Informe, accompagne, écoute, motive et développe l'équipe en utilisant des outils de suivi quantitatifs et qualitatifs, individuels et collectifs (ex. : évaluation annuelle, réunions mensuelles, formation...)
- Intervient dans les négociations difficiles, arbitre les dossiers sensibles et est impliqué dans les relations à haut niveau avec les clients cibles
- Veille en permanence à améliorer l'organisation et l'efficacité des équipes commerciales. En particulier, fait évoluer les outils, méthodes et techniques de vente et de négociation pour s'adapter à l'évolution de l'entreprise et aux besoins de la distribution.

→ Mise en œuvre des plans :

- S'assure du bon go to market des lancements de produits et services
- Organise l'activation en points de vente et développe les approches catégorielles dans une optique de développement de la part de marché et des partenariats clients
- S'assure d'une parfaite exécution sur le terrain de la stratégie commerciale
- Est responsable des résultats de vente et gère la rentabilité des comptes clients
- Suit régulièrement les performances de vente des différentes équipes et réajuste si besoin les plans d'action d'une manière rapide et agile pour atteindre les objectifs fixés

→ **Business Développement :**

- En véritable stratège, est force de proposition en permanence pour faire évoluer le business model de la société afin de répondre aux opportunités et aux évolutions des marchés.

→ **Gestion budgétaire :**

- Etablit et gère son budget, contrôle les coûts de ses services et propose les optimisations nécessaires
- Assure un reporting étroit au Directeur Général sur les activités et les budgets.

Son Profil

Le Directeur Commercial doit être capable d'élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise, de la traduire en plans d'actions commerciaux, et d'animer les équipes commerciales pour les déployer sur le terrain. Cela demande des compétences larges, à la fois d'ordre stratégique, opérationnel et managérial, qui s'acquiert la plupart du temps au travers d'un parcours commercial pluridisciplinaire avec des responsabilités stratégiques et managériales croissantes.

Le Directeur Commercial est le plus souvent un spécialiste des circuits de distribution sur lesquels l'entreprise opère (car sa connaissance des clients est un atout pour l'entreprise) mais il peut également venir d'un circuit différent et ainsi apporter des compétences complémentaires.

Profil type du Directeur Commercial :

- Bac+5, école de Commerce ou équivalent
- Environ 15 ans minimum d'expérience commerciale, idéalement pluridisciplinaire : management, terrain, category management/ développement des ventes, négociation grands comptes
- Résultats probants d'atteinte des objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité
- Résultats prouvés dans le développement de nouveaux marchés/ circuits/ distributeurs
- Réelle capacité à apporter une vision stratégique, à donner le cap tout en restant pragmatique et proche des réalités terrain/opérationnelles
- Aptitude à être un contributeur actif du Comité de Direction
- Expérience réussie de management de managers Comptes Clés et de managers terrain.
- Expérience réussie de gestion de clients stratégiques. Aisance dans la négociation à haut niveau
- Excellente maîtrise financière des comptes clients.
- Expérience d'un CRM.
- Si pertinent, maîtrise du e-commerce et/ou de l'international.
- Si pertinent, maîtrise de langues étrangères et notamment de l'anglais.

Eléments de personnalité :

- Excellentes qualités d'analyse et esprit de synthèse

- Hauteur de vue, vision, sens de l'anticipation
- Leadership affirmé avec développement des compétences et motivation de l'équipe.
- Proactif et orienté résultats
- Capacité à décider, à trancher
- Excellent communicant avec de vraies qualités d'écoute
- Talent de négociateur. Sens du commerce.
- Rigoureux. Va au fond des dossiers.
- Ouvert, curieux, se remet en question et sait challenger et faire évoluer les modèles. Force de proposition
- Agile, souple, capable de rebondir
- Prend du recul. Excellente gestion du stress.

Tendance du Marché sur cette fonction

Le métier de directeur commercial a connu une évolution significative au cours des dernières années en raison de l'évolution rapide des technologies, de l'émergence de nouveaux canaux de vente et de l'évolution des comportements des consommateurs. Il doit également s'adapter aux évolutions permanentes des groupements/ centrales d'achat face à lui et notamment au phénomène de concentration que connaît la distribution en général (grande distribution alimentaire et spécialisée, groupements de pharmacies, réseau retail...). Plus le poids des principaux clients pèse dans le résultat de l'entreprise, plus le rôle du Directeur Commercial est stratégique !

Autrefois, le rôle du directeur commercial était principalement axé sur la vente directe et la gestion de l'équipe commerciale. Aujourd'hui, avec l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, les clients ont accès à une multitude d'informations et sont plus exigeants quant à la qualité de service et à la personnalisation de l'offre. Le directeur commercial doit donc s'adapter à ces nouvelles exigences en créant des stratégies de vente innovantes et en exploitant les canaux de vente en ligne.

Le directeur commercial doit également être en mesure d'analyser les données de vente, les tendances du marché et les comportements des clients pour prendre des décisions éclairées en matière de vente et de marketing. Il doit travailler en étroite collaboration avec les autres départements de l'entreprise pour s'assurer que la stratégie commerciale est alignée sur les objectifs globaux de l'entreprise.

Enfin, le directeur commercial doit également être capable de diriger et de motiver une équipe commerciale diversifiée, comprenant des vendeurs expérimentés, des jeunes talents et des travailleurs à distance/ en télétravail. Il doit avoir des compétences accrues en communication, en leadership et en gestion du changement pour s'assurer que l'équipe commerciale soit alignée sur les objectifs de l'entreprise et motivée pour atteindre ses objectifs de vente.

**Afin d'avoir tous les détails de la rémunération sur cette fonction, contactez-nous directement :
maesina@maesina.com ou au 01 41 43 70 00**