|  |  |
| --- | --- |
| Mission 5 – Recruter un commercial | Une image contenant extérieur, plante, herbe, alimentation  Description générée automatiquement |
| Durée : 40’ | **Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni** | Source |

**Contexte professionnel**

Début avril, Mme Combaz décide de recruter un agent commercial chargé de la prospection et de la vente sur les cinq principaux départements de la région.

Conscient de l’importance et de l’urgence de cette nouvelle embauche pour la réussite du développement de l’entreprise, la présidente est soucieuse de cibler les candidats en adéquation avec le poste proposé. Elle vous demande de l’assister dans ce travail.

**Travail à faire**

1. Donnez un avis argumenté sur le mode de recrutement à retenir.
2. Préparez le guide d’entretien demandé par M. Vignot.

**Doc. 1** **Courriel de Mme Combaz**

|  |  |
| --- | --- |
| à | X@demeter.fr |
| CC |  |
| Objet | Recrutement du commercial Sud Est |
| Pièces jointes | Fiche de poste du commercial.pdf ; Dossier sur les modes de recrutement.doc ; Qualités commerciales des candidats.doc |
| Bonjour,Comme vous pouvez le constater sur la fiche de poste, je pense recruter un agent commercial expérimenté, de préférence dans le secteur agro-alimentaire. Il doit être rapidement opérationnel pour constituer son portefeuille clients.Je prévois un budget de 1 500 €.Je n'aurai pas le temps de rencontrer une multitude de candidats. C'est pourquoi il nous faut faire appel à un moyen de contact et de sélection rapide. J'ai déjà repéré sur internet des pistes intéressantes. Vous devrez donc les analyser et vous retiendrez le mode de recrutement approprié.Après avoir pris connaissance des dossiers sélectionnés en externe, je recevrai au maximum 3 candidats en entretien dans nos locaux. Je vous demande de me préparer un guide d'entretien. Bon courage et merci.Eliane Combaz |

**Doc. 2** **Fiche de poste du commercial**

|  |
| --- |
| **Fiche de poste** |
| Intitulé du poste | **Commercial**  | Statut | **Salarié** | Date embauche | **01/06/2021** |
| Localisation | Bouches du Rhône – Gard – Var– Drôme – Vaucluse |
| Supérieur hiérarchique  | Le Président Directeur Général |
| Missions | **Acquérir de nouveaux clients**: créer un plan de prospection et établir un plan de tournée ; présenter les produits et conseiller les clients ; faire des propositions commerciales et définir avec le client les modalités du contrat de vente **Fidéliser la clientèle**: effectuer le suivi de la relation commerciale**Mener des actions commerciales lors de manifestations événementielles** |
| Formation | Bac + 2 minimumBTS commerciaux ; DUT Techniques de Commercialisation ; Écoles de commerce |
| Expérience professionnelle | 3 ans minimum et une bonne connaissance du secteur agro-alimentaire |
| SavoirsCulture commerciale | Droit commercialTechniques de communicationTechniques commerciales |
| Compétences professionnelles | Techniques de prospection de la clientèle (fichiers, ciblage, méthode d’approche)Techniques de négociation commercialeRéalisation d'un devis ; réalisation d'un plan de tournéeNotions de reportingConnaissances des logiciels du PackOffice |
| Compétences comportementales | Autonomie – Sens de l’initiative et des responsabilitésAisance relationnelle et écoute activeAdaptabilité et persévérance Présentation soignée |

**Doc. 3** **Dossier sur les modes de recrutement**

Le dossier est composé de 4 annexes :

* Salesplus vous fait gagner du temps ;
* Recrutez des commerciaux spécialisés dans votre secteur d'activité ;
* CR - Conseil, cabinet de recrutement ;
* Utilisez les services de Pôle emploi pour trouver des candidats.

**Annexe 1 - Salesplus vous fait gagner du temps**

Le nerf de la guerre pour tout site web spécialisé emploi ? Des profils ciblés et, si possible, exclusifs. C'est justement la qualité du « sourcing » des candidats qui est au cœur des préoccupations des fondateurs de Salesplus.fr. Ce nouveau job board propose aux recruteurs des dossiers très détaillés de vendeurs ou de managers commerciaux à la recherche d'un poste ou en veille active. Une très grande partie de ce fichier provient d'un autre site, communautaire celui-là : Cobize.com. Un «Facebook pour commerciaux» qui permet notamment à ses membres, en cochant une simple case, de rendre disponible leur profil dans la base de données de Salesplus et donc de voir leur CV soumis à d'éventuels recruteurs. « *Nous disposons ainsi de profils que nous pouvons très finement qualifier »*, explique Loïc Bermani, l'un des créateurs de ces deux sites. Pour garantir aux recruteurs que les dossiers de candidats qu'ils achètent (à partir de 150 euros HT par dossier ou 800 euros HT pour l'abonnement d'un an à la CVthèque) correspondent au mieux à leurs besoins, Salesplus dispose d'une batterie d'outils. Ainsi, 97% des candidats inscrits sur le site ont réalisé un test de vente qui comporte une quinzaine de pages de résultats. Le recruteur peut également organiser un rendez-vous vidéo via webcam. Un apport d'informations et un gain de temps précieux sur le recrutement d'un vendeur et ce, dès la sélection des dossiers.

**Annexe 2 - Recrutez des commerciaux spécialisés dans votre secteur d'activité**

Ils sont formés à la vente, au marketing et au management, mais ils ont également développé une connaissance technique dans un secteur : tourisme, agroalimentaire ou environnement. Ces jeunes commerciaux spécialisés, qui ont suivi des cursus spécifiques durant leur formation, sont très recherchés.

* **Les métiers de l'agroalimentaire : Département Techniques de commercialisation agro-alimentaire (TCAA)**
* **Les débouchés : chef de secteur dans l'industrie agroalimentaire…**

Pour faciliter la tâche des recruteurs, de plus en plus d'écoles proposent donc des cursus commerciaux ou marketing spécialisés dans un secteur d'activité. Ce qui vous donne au moins l'assurance que le junior aura quelques compétences sectorielles lui permettant, théoriquement, d'être productif plus rapidement. Des cursus que l'on trouve notamment dans le monde des nouvelles technologies, du tourisme, de la viticulture, de l'agroalimentaire ou encore de l'environnement. *«La spécialisation sectorielle apporte un début d'expertise et de technicité*, poursuit le représentant de Michael Page. *Et la certitude que le jeune candidat est véritablement intéressé par votre secteur d'activité puisqu'il a délibérément choisi cette spécialité durant sa formation »*.

Contact : chef de département Techniques de commercialisation agro-alimentaire qui vous fournira une liste de candidats potentiels. ([www.iut.univ-tours.fr](http://www.iut.univ-tours.fr) ; Courriel : alain.durand@univ-tours.fr ; Tél. 02 47 36 75 70)

# Annexe 3 – CR - Conseil, cabinet de recrutement

**1 - Missions complètes recrutement**

Chacune es étapes du recrutement conditionne le succès final et mérite la plus grande attention. Sourcing, sélection, suivi d’intégration, bénéficiez d’une capacité d’intervention démultipliée sur un large territoire avec un réseau de 20 implantations.

**2 - Assistance au recrutement**

Urgence, ressources indisponibles, prestations régulières et sur mesure… Notre offre s’adapte à votre contexte, vous bénéficiez d’une grande réactivité sur un large territoire avec notre réseau de 20 implantations.

**Prestation de Recrutement à la carte**

**Objectif**
Réaliser, pour votre compte, une prestation complète ou partielle de recrutement.

**Exemples de prestations à la carte : 1 350 €**

1. Recherche de candidatures :
* Audit de référencement des compétences et rédaction d’un document de synthèse présentant votre entreprise, le poste à pourvoir et le profil recherché.
* Proposition du plan média : arbitrage entre les supports, presse quotidienne régionale et nationale, presse professionnelle et les sites internet.
* Rédaction et insertion de l’annonce sous la charte CR - Conseil
* Sourcing de candidatures Fichier CR – Conseil, websourcing, candidathèques....
1. Sélection et évaluation :
* Tri des CV en fonction des critères d’évaluation définis préalablement.
* Entretiens professionnels avec un consultant.
* Tests de personnalité, d’aptitudes et de mises en situations.
1. Décision :
* Réalisation d’une synthèse et d’un dossier de candidature.
* Présentation à votre entreprise

**Annexe 4 - Utilisez les services de Pôle emploi pour trouver des candidats**

**D'après www.pole-emploi.fr**

Pôle Emploi vous offre des conditions optimales pour garantir le succès de votre recherche de candidats. Avec ses partenaires, il mobilise tous les moyens pour garantir à votre annonce une grande visibilité.

Les conseillers s'appuient sur un réseau de diffusion puissant et ciblé pour faciliter la recherche de candidats.
Les équipes de conseillers vous proposent donc :

* une diffusion de vos offres d'emploi dans les pôles emploi,
* l'accès à plus de 500 000 profils-CV de candidats 24h/24 sur le site pole-emploi.fr,
* des partenariats avec des médias nationaux ou locaux (diffusion de vos offres à la télévision, à la radio et dans la presse)

**À quoi sert votre espace recrutement ?**

Cet espace vous permet de :

* déposer et gérer gratuitement des offres d'emploi sur pole-emploi.fr
* rechercher des candidats
* recevoir automatiquement par courriel une alerte lorsque des CV correspondant à vos recherches sont déposés sur le site
* contacter les candidats qui vous intéressent et gérer les propositions d'emploi que vous leur envoyez

Ces prestations sont gratuites.

**Doc. 3** **Trois étapes pour déceler les qualités commerciales d'un candidat**

*Nathalie Dupas, consultante senior chez Hudson, groupe de conseil en recrutement et en ressources humaines*

**Evaluer l'expérience du candidat** Le bon commercial est avant tout celui qui correspond aux besoins de votre entreprise. Il est donc indispensable, pour que l'entretien de recrutement soit efficace, que vous puissiez avoir une vision claire des compétences et des qualités requises nécessaires au poste à pourvoir. Ce profil idéal défini, vous pouvez alors aborder l'entretien avec toutes les cartes en main. Commencez par interroger le candidat sur son expérience : produits vendus, type de clientèle… Toute la difficulté dans cette étape consiste à ne pas tomber dans le piège du déclaratif. Par définition, un commercial sait se vendre. Aussi, soyez particulièrement attentif à ses réponses.

Demandez-lui de vous décrire en peu de mots le produit qu'il était chargé de vendre dans son précédent poste. Vous parle-t-il de ce produit de façon trop hermétique et en des termes techniques incompréhensibles ? Ou au contraire est-il capable de synthétiser son discours et d'employer des mots simples et percutants ?

**Estimer les compétences de la nouvelle recrue** Penchez-vous sur le passé professionnel du candidat pour connaître les environnements dans lesquels il a évolué et pour obtenir des informations sur ses mécanismes de réflexion et d'action. Il s'agit de jauger ses compétences, en posant des questions -centrées sur l'action- de plus en plus précises, selon la technique de l'entonnoir. Par exemple: «Avez-vous en tête un client qui vous a fait particulièrement confiance ?»… Vous pouvez également lui demander : « Avez-vous déjà essuyé des échecs commerciaux ?»… L'objectif n'est pas, évidemment, de piéger le candidat, mais d'obtenir de lui une description précise de ses compétences et du contexte de leur mise en œuvre. Cela vous permet également de tester ses capacités de remise en cause, face à des difficultés rencontrées dans un contexte professionnel.

**Détecter les profils de battants** Vous devez être capable de déterminer si le candidat a un profil combatif susceptible de donner le meilleur pour défendre vos produits. Si la réglementation interdit de l'interroger sur sa vie privée, vous pouvez le questionner sur ses activités extraprofessionnelles : "Quelles compétences avez-vous développé ?"… Un candidat doté d'un caractère dynamique dans sa vie privée augmente ses chances. L'étude de la partie du curriculum vitae consacrée aux passions et activités sportives et culturelles vous fournira des pistes. Par ailleurs, un candidat au parcours professionnel hors norme et voulant évoluer vers une carrière commerciale peut avoir à son avantage une certaine ouverture d'esprit et une capacité à s'adapter. A vous de chercher ces petits indices !

**Repérer les signes qui ne trompent pas** Le bon vendeur doit être percutant et séduire. […]