|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mission 1 – Recruter du personnel | |  |
| Durée : 1 h | **Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni** | Source |

**Contexte professionnel**

La société DIGIPORTE commercialise depuis 5 ans des portes blindées équipées de serrures biométriques. Elle a commencé par vendre des portes équipées de serrures à reconnaissance digitale (empreinte du doigt), mais depuis 2 ans elle commercialise également des portes à ouverture rétinienne (rétine de l’œil) et vient de lancer un nouveau produit reposant sur la reconnaissance et l’ouverture de la porte à partir d’un smartphone.

Une image contenant Poignée de porte, mur, intérieur

Description générée automatiquementCes portes de sécurité sont vendues essentiellement :

* à des entreprises qui souhaitent sécuriser les accès à des espaces stratégiques (locaux de recherche et développement, coffre-fort, salles blanches, salles informatiques, etc.) ;
* à des particuliers qui ne souhaitent plus utiliser des clés physiques et qui veulent sécuriser leur habitat par une protection inviolable et infalsifiable.

L’entreprise a créé un réseau de 16 agences commerciales réparties sur toute la France :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Emplacement des agences** | | | | |
| Marseille | Lyon | Bordeaux | Amiens |
| Nice | Grenoble | Toulouse | Lille |
| Cannes | Dijon | Carcassonne | Paris |
| Aix en Provence | Valence | Biarritz | Strasbourg |

Chaque agence est constituée d’une cellule commerciale autonome avec un ou une attaché(e) de gestion, en charge des premiers contacts et deux commerciaux chargés de concevoir les propositions commerciales et de finaliser les ventes.

L’entreprise emploie donc 16 attachés de gestion et 32 commerciaux rattachés aux 16 magasins, permettant de couvrir l’ensemble du territoire français.

Vous êtes attaché(e) de gestion au siège social auprès Ludivine Boulin qui est directrice de la société.

**Travail à faire**

Récemment les commerciaux se sont plaints d’une trop grande charge de travail et de ne pas pouvoir faire face à l’afflux de demandes des prospects. La directrice de la société vous demande de calculer le nombre optimum de commerciaux à partir des informations transmises dans le **document 1**.

1. Déterminez le nombre optimal de commerciaux dont devrait disposer l'entreprise en tenant compte du détail de la mission des commerciaux.
2. Qu'en concluez-vous ?

DIGIPORTE doit recruter de nouveaux commerciaux pour répondre à sa forte croissance.

1. Concevez le profil de poste qui récapitule les qualités et capacités requises pour occuper le poste de commercial (**document 2** et **3**).

L’entreprise souhaite également favoriser la promotion interne de ses meilleurs salariés. Mme Ruiblart, attachée d'agence, a fait part lors de son dernier entretien d'évaluation, de son souhait d'évoluer vers une fonction commerciale (**document 4**).

1. Évaluez la candidature de Mme Ruiblart en utilisant le document créé précédemment.
2. Faites part de vos conclusions à Mme Boulin dans une note de travail.

**Doc. 1  Organisation commerciale**

**Organisation du temps de travail des commerciaux**

* **Temps de travail** : cinq jours par semaine (sur la base d'une année de cinquante-deux semaines).
* **Congés payés** : cinq semaines plus huit jours fériés disséminés dans l'année.
* **Temps de formation** : quatre jours par an et par commerciaux.
* **Arrêt maladie moyen** : six jours (qui auraient dû être travaillés).
* **Durée du travail journalier** : sept heures, dont une heure consacrée à des réunions et des tâches administratives

**Organisation et procédures commerciales**

* Chaque salarié est équipé d'un ordinateur portable configuré avec le logiciel de gestion de relation client (GRC) Salesforce.
* Le premier contact avec les clients potentiels se fait à l’initiative des prospects qui téléphonent, viennent dans une agence ou envoient une demande d'information par mél. Ce contact est géré par l’assistant(e) de chaque agence. Il ou elle fixe un rendez-vous avec le prospect pour un commercial de l’agence.
* Environ 2 500 prospects contactent les agences tous les ans. Le processus de vente d'une porte blindée comporte quatre étapes.

**Étape 1** : le commercial prend connaissance des besoins du prospect (type de porte, niveau de sécurité souhaité, budget, délai, dimensions, plan de l’installation, etc.). Cette étape peut nécessiter plusieurs visites chez le prospect et dure en moyenne quatre heures. II utilise ses connaissances du secteur du bâtiment et de l'habitat. Dans 20 % des cas, le projet n’aboutit pas (problème de faisabilité, de budget, etc.).

**Étape 2** : Le commercial réalise le dossier technique et chiffre le devis. Cela prend environ quatre heures. Puis il rencontre une ou plusieurs fois le prospect pour lui présenter la solution technique retenue et l’offre commerciale. Ces nouvelles visites représentent environ six heures.

Á l’issue de cette étape, 50 % des prospects qui ont suivi cette étape ne donne pas suite à la proposition et le commercial arrête le processus de vente.

**Étape 3** : Le commercial conclue la vente chez le prospect par la signature d’un bon de commande et le versement d’un chèque d'acompte. Cette étape dure environ deux heures.

**Étape 4** : Le commercial transmet le dossier aux services techniques, suit le déroulement des travaux, encaisse les sommes dues et s'assure de la satisfaction du client. Cette étape dure environ vingt heures.

**Doc. 2  Extrait fiche métier « Relation commerciale auprès de particuliers »**

**Activités et compétences de base**

* Établir le plan de prospection et préparer la visite (sélection d'échantillons...) ;
* Identifier les besoins du client, lui présenter les produits et le conseiller (produits, coût, financement...) ;
* Établir avec un client les modalités de réalisation d'une commande ;
* Effectuer le suivi d'une commande et proposer des solutions au client en cas de dysfonctionnement ;
* Effectuer le suivi de la clientèle (opération de fidélisation, mise à jour des fichiers, enquêtes de satisfaction...) ;
* Renseigner les supports de suivi d'activité et échanger des informations avec l'équipe.

**Activités et compétences spécifiques**

* Élaborer ou participer à l'élaboration d'études techniques (chiffrage, relevé de mesures, planning prévisionnel, ...) ;
* Suivre un portefeuille de clients en situation d'impayés (relances téléphoniques, plan de règlement des dettes…) ;
* Procédures de recouvrement de créances ;
* Mener des actions commerciales lors de manifestations évènementielles ;
* Trouver des employés aux techniques du métier ;
* Coordonner l'activité d'une équipe ;
* Procédure de recouvrement de créances.

**Doc. 3  Fiche de description de poste**

**Société DIGIPORTE : poste de commercial d'agence**

**Rattachement hiérarchique** : directeur commercial/responsable de réseau.

**Missions du poste :**

• présente les différents produits de l'entreprise aux prospects ;

• établit le plan, chiffre le devis ;

• présente la proposition commerciale, l'argumente, conclut la vente ;

• réceptionne le chèque d'acompte ;

• suit le déroulement du chantier.

**Relations internes :**

• le responsable de réseau pour les objectifs ;

• le bureau d'études pour la faisabilité du projet ;

• l'attaché(e) d'agence pour le suivi administratif des dossiers ;

• les équipes de pose pour le déroulement du chantier.

**Relations externes :**

• les clients et les prospects.

**Responsabilités :**

* commerciales : atteindre les objectifs qualitatifs et quantitatifs, s’assurer de la solvabilité du client ;
* techniques : s'assurer de la faisabilité technique du projet ;
* financières : respecter le budget alloué.

**Doc. 4  Grille d’entretien annuel d’évaluation de Mme Ruiblart (Attachée d’agence)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Recto** | | | | | | | | | | | |  | **Verso** | |
| **GRILLE D’ENTRETIEN ANNUEL D’EVALUATION** | | | | | | | | | | | |  | **Période à venir** | |
| **Collaborateur évalué**  Nom : **Ruiblart** Fonction : **Assistante de gestion** Agence : **Grenoble**  Ancienneté dans l’entreprise : **5 ans** Ancienneté dans l’échelon : **2 ans**  **Responsable évaluateur**  Nom : **DUPUIS Michel** Fonction : **Responsable de réseau** | | | | | | | | | | | |  | Dans le cadre cette fonction, de nouveaux objectifs sont-ils fixés ? Oui ❎ Non ❑  Si oui, lesquels ? ***Utiliser plus l’informatique.*** | |
| **Évolution professionnelle**  Aujourd'hui, envisagez-vous une mobilité professionnelle  Oui ❎ Non ❑  Si oui, vers quelle fonction ?  ***Je souhaite évoluer dans ma carrière et occuper un poste de commerciale (J'ai eu un Bac Pro Vente en 2009).***  Pourquoi ?  ***Je connais bien le travail des vendeurs de la société (je travaille avec eux). De plus, j'ai appris à connaître le marché des vérandas. Disponible, je ne veux plus être sédentaire.***  Avis du responsable : Favorable ❎ Défavorable ❑  Pourquoi :  ***Mme Ruiblart a déjà été amenée à remplacer un commercial en arrêt maladie (son tempérament commercial est incontestable). Ce changement de fonction sera une source de motivation supplémentaire.*** | |
| **Bilan de la période écoulé** | | | | | | | | | | | |  |
| **Aptitudes professionnelles** | | | | | | **Qualités personnelles** | | | | | |  |
| Qualité de travail | A | B | C | D | Ponctualité | | | A | B | C | D |  |
| Accueil des clients | A | B | C | D | Assiduité | | | A | B | C | D |  |
| Accueil téléphonique | A | B | C | D | Présentation | | | A | B | C | D |  |
| Expression orale | A | B | C | D | Disponibilité | | | A | B | C | D |  |
| Utilisation des TIC | A | B | C | D | Dynamisme | | | A | B | C | D |  |
| Utilisation logiciels | A | B | C | D | Curiosité | | | A | B | C | D |  |
| Assistance | A | B | C | D | **Aptitudes relationnelles** | | | | | | |  |
| Prise d’initiatives | A | B | C | D | Sensibilité clientèle | | | A | B | C | D |  |
| Rapidité | A | B | C | D | Capacité d’écoute | | | A | B | C | D |  |
| Autonomie | A | B | C | D | Relation avec commerciaux | | | A | B | C | D |  |
| Capacité d’adaptation | A | B | C | D | Rapport avec le hiérarchie | | | A | B | C | D |  |
| Organisation | A | B | C | D | Pertinence communication | | | A | B | C | D |  |
|  |  |  |  |  | Travail en équipe | | | A | B | C | D |  |
|  |  |  |  |  | Sociabilité | | | A | B | C | D |  |
| *Légende : A = Très bien ; B = Bien ; C = Nécessite une amélioration ; D = Insuffisant* | | | | | | | | | | | |  | **Formation professionnelle**  Souhaitez-vous suivre une formation ? Oui ❎ Non ❑  Si oui, laquelle ?  ***Maîtrise du logiciel de gestion de relation clients (GRC)***  Dans quel cadre ? ***Compte personnel de formation***  Avis du responsable : Favorable ❎ Défavorable ❑  Pourquoi ? ***Cette formation en informatique la rendra apte à occuper un poste de commercial.*** | |
| **Commentaire** | | | | | | | | | | | |  |
| **Collaborateur évalué** | | | | | | | **Responsable évaluateur** | | | | |  |
| Je pense avoir surmonté mon manque de rapidité et de réaction face à une contrainte nouvelle. J’aimes ce travail car les tâches sont variées et j’apprécies tout particulièrement les contacts avec les clients. | | | | | | | Á tenu compte des remarques faites en 2014 pour progresser et maitriser à présent les missions confiées. | | | | |  |
| Les objectifs ont-ils été atteint OUI ❎ NON ❑  **Force du collaborateur :** Beaucoup de motivation et d’implication dans son travail. A toujours le souci de satisfaire le client dans les meilleurs délais.  **Points à améliorer** : Utiliser mieux et plus fréquemment le logiciel de relation client. | | | | | | | | | | | |  | **Collaborateur évalué** | **Responsable évaluateur** |
| Date et signature 7/05/2021  **Ruyblart** | Date et signature 7/05/2021  M.Dupuis |