

# ATTACHE COMMERCIAL / ATTACHEE COMMERCIALE

Responsable commercial(e), Attaché(e) commercial(e), VRP, Commercial(e) itinérant(e), Commercial(e) B to B



31

LE METIER

## DESCRIPTION

L'attaché commercial est un itinérant ; il a la charge de la prospection de nouveaux clients, de la fidélisation et de l'accompagnement du réseau de détaillants de son territoire géographique. Pour conquérir des parts de marché et augmenter le panier moyen de ses clients, il met en œuvre le plan d'action défini avec sa direction commerciale. L'attaché commercial travaille en binôme avec un chargé de clientèle sédentaire qui assure un support opérationnel à la vente auprès de sa clientèle. Le métier d'attaché commercial a beaucoup évolué, la dimension d'analyse de l'activité de ses clients et de conseil devient de plus en plus importante. Il analyse leur situation et les aide à développer leurs ventes.



### PROFIL D'EMPLOYEURS

- Groupe horloger intégré
- Fabricant/sous-traitant
- Distributeur grossiste
- Marque horlogère indépendante



### RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes :** Direction commerciale, administration des ventes, chargé de clientèle, chargé de marketing...
- **Externes :** Clients, distributeurs, fournisseurs...



### ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Une zone géographique lui est généralement confiée, dans laquelle il réalise de nombreux déplacements pour représenter son entreprise
- L'attaché commercial peut être amené à passer régulièrement plusieurs jours éloigné de son domicile



## ACTIVITES

### ➤ Activités principales

#### Définition et identification des cibles commerciales

- Définir avec la direction commerciale le Plan d'Actions Commercial (objectifs, cibles et moyens)
- Construire avec la direction commerciale la stratégie commerciale et les positionnements produits

#### Prospection commerciale, vente et fidélisation

- Comprendre les besoins du client et élaborer les propositions commerciales et les solutions de financement
- Négocier les prix, les délais et les quantités de montres, outils ou composants qui seront vendus
- Conseiller son réseau de détaillants sur les moyens d'optimiser leurs actions locales de vente

#### Contrôle et reporting

- Contrôler le respect par les détaillants des contrats signés (merchandising, politiques tarifaires, SAV...)
- Assurer un reporting régulier de ces actions de prospection et de vente à sa direction
- Réaliser des benchmarks et reporting sur la concurrence pour le département marketing

### > Activités complémentaires

#### Participation au marketing opérationnel

- Contribuer aux événements type salons, opérations promotionnelles sur le terrain/lieu de vente...
- Participer aux opérations type mailing, e-mailing, couponing, phoning, etc...

→ Au sein de certaines marques de montres, les attachés commerciaux ont également des fonctions de merchandiseur auprès des boutiques, contribuant ainsi à la mise en scène des produits et de l'environnement d'achat



## &gt; SAVOIR

- Connaître les profils, attentes et ressorts psychologiques des clients
- Connaître ses produits, ses clients potentiels, son environnement concurrentiel et son écosystème
- Connaître l'ensemble des acteurs de la chaîne logistique (fournisseurs, transporteurs, plateformes logistiques) et des relations contractuelles avec ces acteurs

## &gt; SAVOIR-ETRE

- Avoir le sens du service (accueil, proactivité dans le renseignement, réactivité aux demandes...)
- Développer des relations de confiance (client interne/externe, fournisseur ou collaborateur)
- Etre capable de s'adapter à des environnements, produits et clients différents

## &gt; SAVOIR-FAIRE

- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir analyser un produit et le décrire (design, auteur / fabricant, processus de création / fabrication...) en le rendant attrayant
- Savoir identifier le profil de client et les bons leviers à actionner pour la vente
- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Savoir partager sa passion et transmettre son enthousiasme
- Savoir négocier et conclure une vente
- Savoir créer du lien, développer l'intimité avec le client et le fidéliser
- Etre capable de développer un réseau relationnel dans le domaine de l'horlogerie
- Etre capable de conseiller / orienter les clients (technique, gamme, prix)
- Savoir concevoir un rayon / étalage en appliquant les concepts et bonnes pratiques de merchandising
- Maîtriser les systèmes d'information de la relation client - CRM

## &gt; QUALITES / GOUTS PERSONNELS

- Aimer la vente, le commerce
- Aimer le contact avec la clientèle
- Aimer le secteur du luxe et de l'horlogerie, se tenir informé et analyser les tendances marché, produits...

## &gt; EVOLUTIONS DU METIER

- Informatisation croissante des processus de l'entreprise
- Développement du rôle de conseil du commercial BtoB

## &gt; COMPETENCES CLES DE DEMAIN

- Maîtrise des logiciels CRM et de bureautique
- Capacités d'analyse et de conseil en stratégie et marketing



## PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- Les clients sont souvent des connaisseurs, il faut donc être un amateur d'horlogerie et avoir des connaissances techniques fines pour conseiller le client



## FORMATIONS FREQUENTES

- DUT techniques de commercialisation
- BTS en négociation et relation client
- Master professionnel : en vente et négociation commerciale, en commerce et échanges internationaux, Ecoles supérieures de commerce



## CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



## EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Directeur commercial
- Directeur de marque



## AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME - D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises](#)
- [APEC : Attaché Commercial](#)
- [ONISEP : Attaché Commercial](#)



Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

## TEMOIGNAGE

« Anciennement vendeuse en boutique d'horlogerie pendant plusieurs années, j'ai rejoint le commerce de gros à ce poste d'attachée commerciale. J'ai un rôle très axé terrain et couvre toute la région sud ouest. Je rencontre mes clients régulièrement pour leurs présenter nos offres, nos produits et les conseiller sur leur adoption et la meilleure manière de les promouvoir dans leur commerce. S'ils vendent plus, je vendrai plus. Nous avons donc cet intérêt commun. Cela demande des compétences larges : connaissance des produits, prospection, fidélisation, conseil sur la vente de détail, éventuellement sur le merchandising... C'est un métier très riche. »

Sophia,  
Attachée commerciale

