

CHARGE / CHARGÉE DE CLIENTÈLE

Chargé / Chargée de relation client, Commercial sédentaire, commerciale sédentaire, Vendeur sédentaire, Vendeuse sédentaire



33

LE METIER

DESCRIPTION

Le chargé de clientèle, parfois vendeur sédentaire, travaille en étroite collaboration avec son attaché commercial, qui assure, lui, la présence sur le terrain, auprès des détaillants de son périmètre. Véritable acteur de la fidélisation clients, le chargé de clientèle gère la relation quotidienne avec les détaillants souhaitant passer des commandes, se renseigner sur leurs livraisons, sur de nouvelles gammes... Il est à leur disposition pour garantir leur satisfaction vis-à-vis de l'entreprise et pérenniser ainsi la relation commerciale. Il est aussi un acteur majeur du développement commercial en BtoB et peut se voir confier des responsabilités en prospection (détection de nouveaux prospects, prise d'information, prise de contact, etc.).



PROFIL D'EMPLOYEURS

- Distributeur grossiste
- Groupe intégré
- Centre SAV
- Marque horlogère indépendante



RELATIONS INTERNES / EXTERNES

- **Internes :** Attachés commerciaux, assistants administration des ventes, directeur commercial, comptabilité, gestionnaire de stock
- **Externes :** Détaillants



ENVIRONNEMENT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- Le chargé de clientèle travaille beaucoup sur écran et par téléphone, sa mobilité est plutôt réduite même s'il peut être amené à accompagner ponctuellement les attachés commerciaux
- Il est fortement sollicité au cours de la journée (nombreux appels, emails, visiteurs...)



ACTIVITES

➤ Activités principales

Traitement et suivi des commandes de montres et composants

- Gérer la relation avec les clients en recueillant et en identifiant leurs besoins
- Conseiller, négocier et conclure des ventes liées aux contrats en cours
- Réaliser le suivi administratif des dossiers clients (contrôle de paiement et gestion de la facturation avec la comptabilité, livraison, des réassorts...)

Gestion de la relation client et fidélisation

- Renseigner les clients sur les produits, leur disponibilité...
- Proposer des solutions en réponse aux réclamations de la clientèle
- Enquêter sur la satisfaction des clients actifs et prévoir des actions en conséquence pour les fidéliser

➤ Activités complémentaires

Développement du portefeuille de clients

- Réaliser un travail de veille concurrentielle et de prise d'information sur le réseau de détaillants non clients de l'entreprise
- Prendre des rendez-vous avec ces prospects et préparer le rendez-vous avec l'attaché commercial
- Assurer des actions de prospection commerciale sur la base de clients actifs

Participation à l'amélioration continue de la relation client

- Recueillir les remarques de la clientèle en utilisant les systèmes d'information adaptés et les transmettre au Directeur commercial pour adapter l'offre



> SAVOIR

- Connaître ses produits, ses clients potentiels, son environnement concurrentiel et son écosystème
- Connaître les profils, attentes et ressorts psychologiques des clients
- Connaître l'écosystème de fournisseurs de son secteur et comprendre leurs stratégies et pratiques

> SAVOIR-ETRE

- Savoir travailler en équipe
- Etre capable de s'adapter à des environnements, produits et clients différents

> SAVOIR-FAIRE

- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir négocier et conclure une vente
- Savoir pratiquer l'écoute active pour comprendre la demande et les besoins et motivations de son interlocuteur (client interne/externe ou collaborateur)
- Etre capable de conseiller / orienter les clients (technique, gamme, prix)
- Etre capable de construire et proposer un argumentaire produit adapté au client
- Maîtriser les systèmes d'information de la relation client - CRM
- Savoir alimenter, suivre et analyser des tableaux de bord de gestion (ventes, stocks, commandes)
- Savoir piloter le suivi de commandes clients (réception, besoin de renouvellement / réapprovisionnement...)

> QUALITES / GOUTS PERSONNELS

- Aimer la vente, le commerce
- Aimer le contact avec la clientèle

> COMPETENCES CLES DE DEMAIN

- Maîtrise des logiciels CRM et de bureautique
- Capacités d'écoute du besoin et de vente proactive

> EVOLUTIONS DU METIER

- Informatisation croissante des processus de l'entreprise
- Développement du rôle en prospection / fidélisation



PREREQUIS D'ACCES AU METIER

- De bonnes connaissances ou du moins une appétence pour l'horlogerie est nécessaire : la vente de composants horlogers implique de comprendre le fonctionnement des montres



FORMATIONS FREQUENTES

- BTS ou DUT spécialisé en comptabilité-gestion ou en négociation et relation client sont les voies traditionnelles d'accès au métier
- Les formations de niveau IV (CAP, BEP employé de bureau ou CAP comptabilité) complétées par une expérience professionnelle permettent également d'y accéder



CERTIFICATIONS RECONNUES

- Il n'y a pas de certification spécifique



EVOLUTION PROFESSIONNELLE

- Attaché commercial
- Assistant ADV
- Merchandiseur



AUTRES REFERENTIELS

- [Code ROME - D1401 : Assistanat commercial](#)
- [ONISEP : chargé de clientèle banque](#)



Accédez aux référentiels en cliquant sur les liens

TEMOIGNAGE

« Après un BTS Négociation et Relation Client, j'ai intégré le secteur de l'horlogerie. Ce que j'aime dans le métier de chargé de clientèle, c'est le contact avec les clients, la responsabilité qui m'est confiée pour garantir leur satisfaction. Mon attaché commercial vend sur le terrain qu'il couvre de long en large... puis je m'assure de délivrer ce qu'il a promis ! Gestion des stocks, logistique, contrôle du paiement... mon périmètre d'intervention est large et j'adore ça. Je dois être curieux et persévérant pour satisfaire tout le monde : mes clients et mon client interne, l'attaché commercial ! Ce que j'avais sûrement mésestimé c'est l'importance du vocabulaire et de la culture horlogère à acquérir. Mes clients, souvent des passionnés, y sont très sensibles. »

Soufiane,
Chargé de clientèle

