

Conseiller commercial/Attaché commercial/Chargé de clientèle B to B (F/H)

Description synthétique

Le chargé de clientèle B to B 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 lien avec le support opérationnel à la vente (chargé d'administration des ventes...) pour répondre aux attentes de sa clientèle et garantir sa satisfaction.

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.

Missions principales

Contribuer à construire avec la direction commerciale la stratégie commerciale et les positionnements produits.

Définir avec la direction commerciale le plan d'actions commercial (objectifs, cibles et moyens). Comprendre les besoins du client et élaborer les propositions commerciales et les solutions de financement.

Négocier les prix, les délais et les quantités des produits, outils ou composants qui seront vendus.

Conseiller son réseau de détaillants sur les moyens d'optimiser leurs actions locales de vente.

Contrôler le respect par les détaillants des contrats signés avec eux (merchandising, politiques tarifaires, SAV...).

Assurer un reporting régulier de ses actions de prospection et de vente à sa direction.

Réaliser des benchmarks et reportings sur la concurrence pour le département marketing.

Compétences requises

Savoir analyser un produit et le rendre attrayant.

Savoir identifier le profil de chaque client et les bons leviers à actionner pour la vente.

Savoir négocier et conclure une vente.

Savoir argumenter et convaincre.

Savoir créer du lien, développer des affinités avec le client et le fidéliser.

Être capable de développer un réseau relationnel dans le domaine de l'horlogerie, bijouterie-joaillerie.

Être capable de conseiller/orienter les clients.

Maîtriser les concepts et bonnes pratiques de merchandising.

Maîtriser les systèmes d'information de la relation client – CRM.

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 les relations contractuelles avec ces acteurs.

Famille d'emplois/autres appellations

Responsable commercial.

Attaché commercial.

Commercial(e) itinérant.

Commercial B to B.