

Tendances Emploi : la Fonction Commerciale chez DISTRIPLUS

Pourriez-vous nous présenter les activités du groupe DISTRIPLUS ?

Le Groupe Distriplus, créé en 1997, met à disposition des forces de vente permanentes ou ponctuelles pour le compte d'industriels (grande consommation, logiciels, édition, équipement, téléphonie...). A titre d'exemple, nous sommes la force de vente de plusieurs PME dans différents marchés : capillaires, logiciel, alimentation bébé, surgelés, frais...). De même nous intervenons de manière plus ponctuelle sur des lancements de produits, des boosts promotionnels et nous aidons aussi les industriels pour leurs pics d'activité (glaces et liquides en été, soupes en hiver, festif en fin d'année...).

Depuis 2006, nous avons lancé une prestation de placement de candidats chez **ces mêmes industriels** (prestation de cabinet de recrutement).

Pour le cabinet de recrutement, nos Clients nous confient l'intégralité du process de recrutement. Nous leur présentons une « short list » de candidats qui correspondent au profil défini ensemble, et lorsque le candidat et le client « se sont trouvés », le candidat sélectionné intègre l'entreprise directement comme salarié de notre Client (à la différence des forces de vente où le candidat recruté est salarié permanent chez Distriplus).

Toutes ces activités sont complémentaires et créent des passerelles : certains de nos commerciaux sont **d'ailleurs** « repérés » et embauchés par nos Clients !

Notre objectif : assurer au client le meilleur retour sur investissement.

La fonction commerciale est souvent mal perçue par les étudiants, or elle est stratégique pour l'entreprise. Qu'en pensez-vous ?

Oui, effectivement, nous avons plus de mal à motiver les candidats sur la fonction commerciale. Beaucoup d'entre eux nous expriment leur souhait d'intégrer des fonctions Marketing, qui leur semble plus « glamour », ou Finances.

Et pourtant, la fonction commerciale est stratégique pour les entreprises en période faste, et **plus encore** en période de crise. Cette fonction permet **l'accessibilité à plusieurs postes**. Celui de Chef des Ventes, Category Manager, Compte Clé, etc... La fonction commerciale est plus que jamais le sésame par excellence pour donner une impulsion à sa carrière et donner de la valeur ajoutée à son CV. Cela est encore plus vrai dans l'univers de la Grande Consommation réputé comme étant particulièrement concurrentiel, surtout en Grande Distribution.

DISTRIPPLUS compte plus d'une centaine de commerciaux. Quelle est la part de jeunes diplômés et quels postes occupent-ils ?

Les jeunes diplômés représentent environ 20% de notre masse salariale. Ils peuvent débiter leur carrière sur des postes sédentaires ou terrain, pour, à terme, évoluer chez nous ou chez nos Clients vers des fonctions de Management ou Commerciale de plus haute envergure.

Comment se déroule le recrutement et l'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du groupe DISTRIPPLUS ?

Nous veillons à sécuriser toutes les étapes du recrutement, dès le premier contact téléphonique. Pour nous, il est important, à ce stade de valider les aspirations du candidat, ce qu'il a compris du poste, ses motivations. Nous devons aussi déceler si, d'un point de vue plus relationnel, le candidat a de vraies aptitudes à nouer un bon contact rapidement. Ensuite, nous recevons les candidats en entretien individuel ou en groupe et nous leur demandons de nous prouver qu'ils sont en mesure de convaincre et d'obtenir quelque chose à l'occasion d'un jeu de rôle.

Pour l'intégration, nous organisons un parcours où notre nouveau collaborateur va :

- rencontrer les intervenants avec lesquels il va être en contact quotidien,
- découvrir l'univers de la grande distribution
- intégrer les process de l'entreprise
- appréhender les techniques de vente
- aborder sa mission (objectif, produit, marché...)

Ensuite, il est coaché par un manager des ventes, et cela, de façon quotidienne.

L'objectif : le rendre rapidement opérationnel et autonome dans son nouveau poste.

Accueillez-vous des étudiants en stage ? Est-ce pour vous un moyen de recruter ?

Oui. Chaque année, grâce aux bonnes relations que nous avons avec les Ecoles, nous intégrons des stagiaires qui, à l'occasion d'une mission d'environ 4 mois ou plus, vont faire leurs armes dans la négociation commerciale. Ils vont concrètement appliquer la théorie sur le terrain et avoir une vision plus globale de l'entreprise. Pour nous, il est évident que l'accueil des stagiaires dans nos équipes fait partie intégrante de notre politique RH puisque cela nous permet de fidéliser des profils notamment pour les stages de fin d'études et nous leur faisons ensuite des propositions d'embauche

Quelles sont vos attentes quant aux profils jeunes diplômés recherchés ?

Nous attendons d'eux l'envie d'apprendre, la curiosité, le goût du challenge, l'adaptabilité, un bon relationnel et une bonne remise en question de soi. Ces qualités sont essentielles dans la relation au sein de l'entreprise, elles sont également indispensables pour construire et pérenniser l'échange avec le Client.

Les prestations que vous proposez sont variées. Comment s'organise la répartition des activités au sein de vos effectifs ? Comment se déroule la journée d'un commercial chez DISTRIPPLUS ?

Notre cœur business est la mise à disposition de forces de vente ce qui implique que le gros de notre effectif est composé de vendeurs. Le reste est constitué de Managers de différents niveaux (managers de proximité, managers nationaux, formateurs...). Bien sûr, sur l'activité cabinet de recrutement, nous avons une business unit dédiée.

La journée d'un commercial : il démarre tôt ! Après avoir validé son organisation de la journée, ses objectifs par client, il visite ses clients en accord avec son plan de tournée fourni par son manager. Pour chacun de ses clients, il établit son reporting via un logiciel.

Outre ce quotidien, certains jours sont passés avec son manager qui a alors l'occasion de le développer. Cela étant chez Distriplus, les commerciaux sont en relation chaque jour au téléphone avec ce manager pour une relation forte et permanente, ainsi qu'une montée en compétence rapide.

Quelles sont les perspectives d'évolution de carrière dans votre groupe ?

Pour un poste de commercial (tous les circuits de distribution) il faut environ 3 à 5 ans pour atteindre le niveau confirmé. Ensuite, l'on peut espérer poursuivre sur un poste de Manager Régional (encadrement de commerciaux), de Chargé de Clientèle (vente de la prestation Distriplus aux Industriels), mais aussi chez nos Clients comme Chef des ventes, Category Manager, Compte Clé Régional puis National, Responsable Merchandising, Assistant Chef de Produit...

Souhaitez-vous apporter un complément d'information ?

RAS.