

RECRUTER VOTRE PREMIER COMMERCIAL

Pour développer votre activité et aller sur de nouveaux marchés, le recrutement d'un commercial est indispensable. Pour réussir cette étape décisive il n'existe pas de recette miracle, mais certaines clés permettent de limiter les risques d'erreurs de casting.

DEFINIR LE PROFIL IDEAL

Avant de recruter, vous devez savoir quel profil vous recherchez. Pour cela, vous allez devoir définir clairement la fiche de poste de votre futur collaborateur : ses compétences, ses missions, son périmètre d'action, ses objectifs ...

1. Niveau d'expérience

Préférez-vous un jeune diplômé ou un vendeur confirmé ?

Les jeunes diplômés seront plus « malléables » pour épouser parfaitement vos méthodes de vente et votre philosophie commerciale. Pour compenser leur inexpérience, vous devrez leur accorder plus de temps pour les former, assurer un suivi et leur permettre de développer un réseau professionnel.

Les vendeurs confirmés sont opérationnels très rapidement et peuvent vous faire bénéficier de leur expérience, voire de leur portefeuille clients. Mais le salaire sera plus élevé, il faudra leur accorder autonomie et responsabilités et accepter qu'ils aient des méthodes de travail différentes des vôtres.

2. Expertise dans le secteur

Plus votre offre/produit est technique, plus vous avez intérêt à choisir un candidat qui a déjà une solide expérience dans votre secteur. On parlera même dans ces cas-là de poste de technico-commercial, c'est-à-dire un commercial qui possède une plus-value technique.

A l'inverse, plus le produit est standard, plus vous pourrez élargir votre recrutement à des commerciaux qui ont peu ou pas d'expérience dans votre secteur.

3. Type de personnalité

Votre commercial va-t-il devoir travailler en équipe ? Faire de la prospection active ? Gérer des grands comptes ? Etre très autonome ? En fonction de son environnement de travail, vous allez rechercher des compétences et des qualités associées : extraverti, meneur d'hommes, posé ...

Si l'activité nécessite beaucoup de prospection il faudra s'orienter vers un profil dit de « chasseur » alors que s'il s'agit de développer une clientèle déjà existante on parlera davantage d'un profil de développeur.

4. Statut et rémunération

Quel statut allez-vous proposer ? VRP, salarié, agent commercial ? Chaque statut présente des avantages et des inconvénients. Attention, ne faites surtout pas ce choix à la légère. De celui-ci découlent de nombreux paramètres tels que la propriété des clients, l'exclusivité de votre relation ...



Au niveau de la rémunération, veillez à trouver un équilibre entre la partie fixe et variable du salaire. Cet aspect est lourd de conséquences car il va impacter sur la motivation de votre commercial et donc la rentabilité de votre activité.

Exemple : Si vous souhaitez recruter un profil de type « chasseur », accentuez les commissions plutôt que le fixe.

COMMENT TROUVER LE BON CANDIDAT ?

Si vous avez peu de temps à consacrer à vos recrutements, le recours à un cabinet de recrutement, bien que plus coûteux, peut s'avérer judicieux (notamment pour des profils expérimentés de type manager). Si vous préférez gérer votre recrutement en interne, voici les étapes à suivre :

5. Rédiger une offre d'emploi accrocheuse

L'offre d'emploi doit correspondre parfaitement à la fiche de poste, être claire et compréhensible tout en valorisant l'image de l'entreprise. Plus vous serez précis dans votre description, plus vous aurez des candidatures pertinentes. Vous devrez mettre en avant :

Le poste et le profil recherché.

Les missions et l'environnement de travail (travail en équipe ou au contraire autonomie complète, perspectives d'évolution).

Une description de l'entreprise (PME de taille familiale, entreprise en fort développement ...)

Le mode de rémunération voire le salaire à espérer si les objectifs sont atteints.

Exemple : Pour parler des missions, utilisez le vouvoiement qui implique le candidat « Vous aurez en charge le développement commercial sur la cible senior », ou « Vous disposez d'une première expérience dans le secteur ... »

6. Bien diffuser votre offre d'emploi

Activez votre réseau. Faites passer le message autour de vous dans votre entourage professionnel voire personnel. La recommandation par un tiers est souvent gage de confiance.

Diffusez l'annonce sur Internet :

- votre propre site web est votre première vitrine, n'hésitez pas à y mettre l'offre en avant.
- les sites internet généralistes (Pole emploi, APEC...) permettent de toucher un public très large, mais vous risquez de crouler sous les CV pas toujours qualifiés
- préférez les sites spécialisés sur les profils commerciaux et/ou sur votre secteur géographique
- les réseaux sociaux professionnels comme Viadeo, LinkedIn et Busiboost sont également un bon moyen de trouver des candidats (Lire à ce sujet la fiche « Trouver de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux »)

7. Présélectionner les candidats à l'entretien

Gardez toujours à l'esprit que le temps que vous passez à recevoir des candidats représente un coût. Opérez un premier tri des CV reçus grâce à des critères objectifs (expérience, connaissance du secteur...). Prenez le temps de les analyser en contrôlant la cohérence entre les qualités et les compétences annoncées avec les postes occupés.

Une fois que vous avez sélectionné 15 ou 20 profils, appelez les candidats. Ce premier contact téléphonique doit être réalisé avec soin car il vous permettra de collecter des informations sur le candidat et de vérifier s'il correspond vraiment au profil recherché. De votre côté, précisez bien votre annonce (missions, rémunération...). Cela vous évitera de perdre du temps en convoquant en entretien physique un candidat qui n'aurait pas répondu à vos attentes par téléphone.

MENER VOTRE ENTRETIEN AVEC SUCCES



8. La préparation

Pour être efficace, un entretien doit être construit et préparé intelligemment. Listez au préalable les compétences requises et les qualités recherchées.

Exemple : Vous pouvez mettre en place une grille d'évaluation en mettant d'un côté les compétences et de l'autre une échelle de notation de 1 à 5.

9. La première impression

Pour un commercial, la première impression est essentielle. Mettez-vous à la place de vos clients pour étudier l'attitude du candidat. Que dégage-t-il ? Sa poignée de main est-elle franche ? Vous inspire-t-il confiance ? Même s'il existe plusieurs profils de commerciaux, une qualité les rassemble : leur sens du relationnel.

10. Les questions-clés

Commencez l'entretien par une présentation attractive du poste de commercial et de l'entreprise. Vous devez donner envie au candidat d'intégrer votre équipe et lui permettre de se projeter dans votre société. En présentant les différentes facettes du poste (prospection téléphonique, rédaction de propositions commerciales...), essayez de remarquer laquelle suscite le plus son intérêt. Cela vous donnera une information sur son profil.

N'oubliez pas que l'essentiel est l'écoute. Faites parler le candidat de ses expériences en vous référant à son CV, approfondissez les points qui ne vous semblent pas clairs. Interrogez-le sur ses motivations (la rémunération, le goût du challenge). Il y a beaucoup de points communs entre un entretien d'embauche et un rendez-vous commercial. Profitez de cette phase pour voir si votre candidat sait « se vendre ».

Exemple : Lors de l'entretien, le candidat a-t-il pris le temps de vous faire parler de votre entreprise, de vous faire préciser vos attentes exactes avant de se lancer dans sa présentation ?

11. Valider votre choix

- Si vous passez par un cabinet de recrutement, vous pouvez conforter votre choix grâce à des tests d'aptitudes, comme l'IPV (inventaire de personnalité des vendeurs).
- Vérifiez les références auprès d'anciens employeurs ou de clients est également un moyen efficace
- Le fait que le candidat vous relance et suive l'avancée de son dossier de recrutement est également le reflet d'une motivation et d'une méthode de travail qui peut influencer votre choix.

A RETENIR !

Recruter un nouveau collaborateur est une étape délicate, encore plus lorsqu'il s'agit d'un commercial qui aura un impact direct sur l'évolution de votre chiffre d'affaires. Pour trouver le bon candidat, l'essentiel est de prendre le temps de définir le profil que vous recherchez. Une fois le recrutement effectué, ne négligez surtout pas la phase d'intégration de votre nouveau collaborateur. Expliquez-lui votre culture d'entreprise, formez-le sur vos outils commerciaux et accompagnez-le lors de ses premiers rendez-vous.



POUR APPROFONDIR : UNE SELECTION DE LIVRES

- Définir le poste et les critères de recrutement - Collectif - Edition Demos - Mars 2013
- Entretien de recrutement : poser les bonnes questions - Collectif - Edition Demos - Mars 2013
- Réussissez vos recrutements - Jean-Christophe Durieux, Hannah Besser - Editions Esf - juin 2012

FICHE(S) RECOMMANDÉE(S)

- Anticiper et gérer vos impayés clients

SOLUTION BUSINESS

- Digiconsult, boostez votre activité grâce aux outils digitaux
- Agora du business
- Fichiers d'entreprises

