

## Enquête Novancia sur la profession de responsable commercial

### Perception de responsables commerciaux en activité et de jeunes se destinant à cette carrière

A l'occasion de son lancement, Novancia, grande école de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris née de l'union d'Advancia et de Négocia, dévoile les résultats d'une enquête sur le métier de responsable commercial.

Objectif : comparer la perception de ces responsables commerciaux en activité à celle des jeunes qui envisagent de faire ce métier.

L'enquête a été réalisée par Infraforces auprès de 250 dirigeants et responsables commerciaux et par David Martin, enseignant-chercheur à Novancia auprès de plus de 200 jeunes (candidats et étudiants de Master de l'école).

#### La place stratégique des fonctions commerciales reconnue par les dirigeants d'entreprise

Lorsqu'on les interroge sur les fonctions indispensables à la bonne marche de l'entreprise, les responsables commerciaux citent en 1<sup>er</sup> la fonction commerciale (pour 70% des répondants), devant les fonctions de Direction générale pour 58%. On pourrait penser que les commerciaux ont tendance à surestimer l'importance stratégique de leur fonction, mais cette importance est également reconnue par leur hiérarchie. Interrogés dans le cadre d'un autre volet de l'enquête de Novancia, les dirigeants d'entreprise (PDG, DG, DGA, associés et gérants) placent également la fonction commerciale en tête des fonctions indispensables à la bonne marche de l'entreprise (65.6%), devant leur propre fonction de Direction Générale (56%).

Les 2 fonctions sont liées puisque 98.7% des responsables commerciaux reconnaissent que leur métier requiert des compétences entrepreneuriales.

#### Les difficultés du métier ... et ses satisfactions

Fonction indispensable, stratégique, et donc exposée. Les responsables commerciaux estiment que leur fonction est la 2<sup>ème</sup> fonction la plus stressante dans l'entreprise, à 45.2%, juste derrière la Direction Générale (52%).

Interrogés sur les difficultés qu'ils éprouvent dans l'exercice de leur métier, ils citent d'abord le stress lié aux responsabilités et aux résultats (mis en avant par 54.4% des personnes interrogées), le contexte économique difficile (23.2%), le caractère artificiel des relations humaines (22.4%). Arrivent ensuite, dans une moindre mesure, le rythme éprouvant (15.2%) puis le management cité par 11.6% des responsables commerciaux sondés.

Les résultats visibles et l'aspect relationnel sont cependant également mis en avant par les responsables commerciaux comme étant leurs plus grandes sources de satisfactions, avec respectivement 42.4% et 34.8% de citations, devant la variété des missions et l'absence de routine, à égalité à 28.4%.

#### Les compétences commerciales

Les responsables commerciaux indiquent qu'être un bon communicant, savoir anticiper les attentes du marché et avoir la capacité à gérer un résultat, arrivent en tête des savoir-faire nécessaires pour exercer leur métier. Savoir capter et fidéliser une cible de consommateurs, construire et défendre un argumentaire de vente arrivent juste ensuite.

Interrogés sur les savoir-être, ils citent en 1<sup>er</sup> le sens et le goût du relationnel. Suivent ensuite, à égalité le souci de tenir ses engagements et le sens des responsabilités. Le souci du profit, le sens de la compétition et l'aisance dans la négociation sont également bien placés.

Au-delà de ces compétences techniques et comportementales fortement consensuelles, c'est un éventail large d'aptitudes et d'attitudes qui sont largement reconnues comme pertinentes pour cette fonction, même si à un degré un peu moindre (la gestion de réseau, le travail en équipe, le leadership, la créativité ou le goût du risque font ainsi également partie d'un profil commercial attendu).

La figure du commercial qui se dessine reste toutefois prioritairement tournée vers l'écoute et la compréhension des besoins du client pour établir une relation de confiance dans la durée plutôt que vers le résultat à court terme.

Les réponses des aspirants commerciaux (candidats de l'école) montrent qu'ils ont bien intégré l'importance du client : le sens du relationnel, l'importance de tenir ses engagements et l'aisance dans la négociation arrivent en tête des savoir-être qu'ils associent à ce métier.

## La réalité du métier

Les responsables commerciaux ont été interrogés sur les tâches qui leur prennent le plus de temps au quotidien. Ils sont 51.6% à placer la gestion administrative dans le tiercé de tête des missions les plus chronophages, suivie des aspects comptables et financiers (38.5%), la négociation avec les partenaires et fournisseurs (28.6 %), le réseautage (26.4%) et la veille sur le marché (26.1%).

Les scores peu élevés et le faible écart entre les différentes réponses témoignent de la grande variété de missions qui caractérise le métier de responsable commercial. Pour David Martin, enseignant-chercheur à Novancia « *on ne peut exclure une part subjective dans la surestimation de tâches vécues comme rébarbatives (reporting, remplissage de fiches d'objectifs, etc.) par rapport au cœur de métier ou par rapport à une personnalité plus axée sur le relationnel.* »

## Un métier qui s'apprend ... mais comment ?

On invoque souvent, pour les commerciaux, l'importance de la personnalité et du sens des affaires qui serait inné. Les réponses des responsables commerciaux sont pourtant sans équivoque : le métier s'apprend, en cours et sur le terrain. 98.5% sont d'accord avec le fait qu'être commercial « vient avec l'expérience et les opportunités », 95.1% des responsables commerciaux interrogés reconnaissent également que le métier « est une vocation qui se travaille et s'apprend ». Le « rôle de l'histoire, de l'entourage » et « l'existence d'une fibre commerciale » font moins l'unanimité (respectivement 75% et 60.8% d'accord).

Un constat partagé par les aspirants à ces métiers (candidats de l'école) qui reconnaissent massivement l'importance de l'apprentissage et le rôle de l'expérience.

Quant à savoir comment cela s'apprend, par quels enseignements et approches pédagogiques, les responsables commerciaux citent prioritairement l'importance de la communication (jugée essentielle par 89.2%), de la finance /gestion (87.6%), le management de projet (86%), le marketing (78.4%) et le management et les RH (75.2%).

## Les responsables commerciaux tentés par l'entrepreneuriat

Interrogés sur la perspective professionnelle qui a leur préférence, les responsables commerciaux avouent surtout être tentés par la création d'entreprise, citée comme 1ère perspective professionnelle par 46.4% des répondants.

### Entrepreneurs – dirigeants commerciaux : de nombreux points communs

Novancia, qui forme également aux métiers de l'entrepreneuriat, a soumis le même questionnaire à des entrepreneurs. Leurs réponses montrent de nombreuses convergences entre les fonctions entrepreneuriales et commerciales, qui se reconnaissent mutuellement comme les 2 fonctions les plus indispensables à la bonne marche de l'entreprise et les plus stressantes.

Tout comme les commerciaux, les entrepreneurs citent le stress des résultats et le caractère artificiel des relations humaines comme 2 des aspects les plus difficiles à gérer dans leur métier, mais reconnaissent que les résultats visibles et le relationnel sont également leurs plus grandes sources de satisfaction.

Les enseignements essentiels mis en avant par les commerciaux pour apprendre leur métier sont exactement les mêmes que les enseignements essentiels pour devenir entrepreneur, à savoir : la communication, la gestion/finance, le management de projet et le marketing.

Ces 2 métiers reposent donc sur un socle de disciplines commun qui est à la base du projet pédagogique de Novancia.

**La nouvelle école de la CCIP formera une nouvelle génération de managers dotés de la double compétence commerciale et entrepreneuriale : les business developers.**

### Dossier de presse de Novancia avec témoignages de dirigeants commerciaux :

[http://novancia.fr/documents/PDF\\_PRESSE/dossier-presse-inauguration-novancia.pdf](http://novancia.fr/documents/PDF_PRESSE/dossier-presse-inauguration-novancia.pdf)

Contact presse : Valérie Bauer-Eubriet - vbauer@novancia.fr - Tél. : +33(0)1 55 65 56 10

## METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

Enquête auprès des professionnels réalisée par téléphone du 9 au 26 septembre 2011 auprès d'un échantillon de 250 entrepreneurs et de 250 dirigeants commerciaux (au sein d'entreprises d'au moins 1 salarié) constitué selon la méthode des quotas (taille salariale, secteur d'activité et région). Les résultats ont par la suite été redressés à partir de l'effectif de l'entreprise, du secteur d'activité et de la région afin d'être représentatifs des univers étudiés.

Enquête auprès des jeunes réalisée par 2 enseignants-chercheurs de Novancia, David Martin et Christophe Loué, questionnaire auto-administrés.

Volet entrepreneurs : 95 étudiants de Master et 211 candidats aspirant à ce métier.

Volet commerciaux : 112 étudiants de Master et 105 candidats aspirant à ce métier.