

COMMERCIAUX**Les cinq tendances du recrutement en 2014**

Les professionnels de la vente séduisent toujours les entreprises. Si le diplôme et l'expérience restent des fondamentaux, l'état d'esprit des candidats compte aussi aux yeux des recruteurs.

Jeune diplômé mais expérimenté, flexible et doté d'une double formation, enthousiaste et à l'écoute : ainsi se dessine, en 2014, le profil gagnant du commercial, sur un marché de l'emploi en reprise pour la fonction.

A l'image de Guillaume Delahoche, 25 ans, fort d'un bagage technique de chargé de relation clientèle et d'une vocation de commercial chevillée au corps. En poste depuis le mois de janvier, le jeune chargé d'affaires dans la société de conseil en performance économique Inventage jouit d'un « parcours atypique » déjà agrémenté de solides expériences professionnelles. « Je voulais donner une nouvelle direction à ma carrière », raconte ce diplômé de l'École de commerce de Compiègne, ex-vendeur dans une société de télécommunication française durant ses études, puis salarié de l'organisme financier d'un groupe automobile. Un changement de cap accompli... en seulement trois mois.

Sa stratégie ? « J'ai déclaré être mobile sur toute la France et n'ai pas indiqué mon adresse postale sur mon CV, afin de ne pas influencer les recruteurs. Ce qui a pu faire la différence : ma personnalité, le bon feeling lors de mes quatre entretiens,



ÉNERGIE La tendance est à l'embauche de « collaborateurs-acteurs, enthousiastes et positifs ».

et aussi ma motivation », analyse, avec recul, la recrue.

Miser également sur le savoir-être

Car « un diplôme ne rattrape pas un tempérament », garantit Didier Perraudin, directeur du cabinet de recrutement Uptoo. « Ecoute active, empathie, force de conviction, capacités de prospection de nouveaux marchés ou de synthèse : si le curseur de l'une de ces qualités est à zéro, prévient-il, les

chances du candidat d'obtenir un poste s'envolent. »

« Le savoir-être dans l'entreprise sera tout autant privilégié que la compétence commerciale, constate également Sacha Kalusevic, directeur senior de la division commerciale de Page Personnel. Dans la situation actuelle, les recruteurs recherchent une énergie : il faut être combattant, guerrier. » Même son de cloche au sein du cabinet CCLD recrutement : « La tendance

est à l'embauche de collaborateurs-acteurs, enthousiastes et positifs, qui savent assumer leurs choix », analyse Cyril Capel, son directeur associé. Pour preuve, Laurent Vimont, président de Century 21, premier réseau français d'agences immobilières, confie recruter sur un « état d'esprit ». « Nous misons sur des profils affirmant une volonté d'apprendre, une ténacité, de l'empathie et de l'enthousiasme. » Une chance à saisir par les

vendeurs juniors : de l'avis des cabinets de recrutement, les assurances et la grande distribution, notamment, recherchent des profils jeunes, bac + 2 ou bac + 3.

Opter pour la « double casquette »

Bien sûr, l'expertise demeure, en 2014, l'un des maîtres mots du recrutement des professionnels de la vente. « Les entreprises ne considèrent plus un commercial comme un vendeur, mais comme l'expert du produit qu'il représente », remarque Didier Gaillard, directeur général d'Expectra (groupe Randstad). Le profil de technico-commercial a le vent en poupe. « L'industrie recherche, notamment, des

candidats dotés d'une double formation : technique, grâce à un BTS ou un DUT en mécanique, par exemple, complétée par un cursus commercial », relève David Guyot, directeur de la société Fed Business.

Cultiver ses atouts

Mais ce n'est pas tout. Règle primordiale de la recherche

d'emploi : ne négliger aucun de ses atouts, de la mobilité à la maîtrise des langues étrangères, en passant par la multiplication des expériences professionnelles. Pour Sacha Kalusevic, « les entreprises misent toujours sur l'expertise métier, mais sont, néanmoins, prêtes à investir sur des personnes ayant une expérience com-

merciale dans un autre secteur que le leur ».

Les profils actuellement recherchés ? Des commerciaux bilingues, trilingues, des « chasseurs », en quête de contrats, et des candidats flexibles, au sac de voyage toujours prêt pour l'aventure commerciale.

Cibler le « bon » secteur

Et les opportunités ne manquent pas. « 500 des quelque 2 000 offres émises sur Video, au mois de janvier 2014, concernent des postes de commerciaux », relève Olivier Fécherolle, directeur général du réseau social professionnel. Où les candidats à l'embauche peuvent-ils envoyer leur CV en 2014 pour décrocher le ●●●

LES SALONS DU GROUPE EXPRESS-ROULARTA

71^e Carrefour des carrières commerciales

Jeudi 6 mars 2014, espace Champerret, hall C, Paris.

28^e Job Salon distribution

Mardi 18 mars, espace Champerret, hall A, Paris.

11^e Job Salon banque/finance/assurance

Mardi 18 mars, espace Champerret, hall A, Paris.

7^e Job Salon fonctions commerciales

Vendredi 21 mars, Grand Palais, Lille.

Pour en savoir plus : www.jobrencontres.fr

Responsable des Ventes H/F Responsable des Ventes Junior H/F

De formation commerciale Bac à Bac+2, vous êtes un Homme ou une Femme de terrain et possédez une expérience d'au moins deux ans dans l'encadrement et l'animation d'équipe commerciale.

Véritable challenger, découvrez nos opportunités partout en France !

Rémunération motivante et non plafonnée à la hauteur de vos ambitions. Titulaire du permis B, vous disposez d'un véhicule personnel.

Vendeurs Conseils H/F

Homme ou femme de terrain, vous êtes attiré(e) par la vente aux particuliers. Passionné(e) par la relation client, ambitieux(se) et persuasif(ve), vous avez le goût du challenge ?

Formation interne et méthode de vente à nos produits vous permettront de vous dépasser dans votre région.

Rémunération motivante et non plafonnée composée d'un minimum garanti à la hauteur de vos performances. Titulaire du permis B, vous disposez d'un véhicule personnel.

Votre K nous intéresse...

Postulez sur candidature.kpark.fr



K par K (1 100 salariés, 130 magasins, 50 000 clients par an), enseigne du Groupe Lapeyre, filiale du Groupe Saint-Gobain, est le spécialiste de la menuiserie sur mesure auprès des particuliers. Nos gammes de produits allient performances techniques et esthétisme. Elles nous permettent de proposer des solutions adaptées et personnalisées aux besoins de confort et de bien-être de notre clientèle.

Rejoindre K par K, c'est faire le choix de vivre une belle aventure, commerciale et humaine et d'appliquer une nouvelle méthode de vente prenant en compte les aspirations du client. C'est aussi faire le choix de bénéficier d'une solide formation et d'un accompagnement terrain.

