

## ***Deuxième année « DUT »***

### ***Cours :***

## ***Gestion de la force de vente***

### **Chapitre 5.**

## ***Recrutement de la force de vente***

# Chapitre 5.

## **Recrutement de la force de vente**

Recruter une force de vente adaptée à l'entreprise est une chose délicate et difficile. Le vendeur qui est l'expression extérieure de l'entreprise doit véhiculer une image positive et posséder nombre de qualités. Le recrutement s'articule autour de cinq phases : avant le recrutement, définir le mode de recrutement, pré-sélection des candidats, entretien avec les candidats, sélection du vendeur.

### **I. Avant le recrutement**

Il faut commencer par la définition du profil de poste type du candidat qui est une phase essentielle du recrutement. Si le profil est mal défini, les candidatures ne correspondront pas au poste à pourvoir. Il convient de déterminer : les responsabilités et missions du vendeur, le secteur de vente, la hiérarchie, la rémunération : avantages, évolution, statut (agent commercial, attaché clientèle, etc.), le type de contrat (salarié ou non, contrat à durée indéterminée ou non, etc.).

<b>Nature du travail</b>	<b>Secteur géographique de la région de Meknès-Tafilalet</b>
	<b>Contacteur une clientèle de professionnels (PME-PMI)</b>
	<b>Proposer des solutions bureautiques et micor-informatiques</b>
	<b>Négocier des contrats de vente</b>
	<b>Réaliser des démonstrations du matériel</b>
	<b>Assurer le suivi</b>
<b>Rémunération</b>	<b>Fixe + Pourcentage en fonction d'un CA</b>
<b>Statut</b>	<b>VRP exclusif</b>
<b>Divers</b>	<b>Véhicule nécessaire</b>

Le profil du poste du candidat doit décrire la formation du vendeur, son expérience, ses capacités, ses qualités et sa présentation :

<b>Formation</b>	<b>DUT « TCC »</b>
<b>Expérience</b>	<b>Non indispensable</b>
<b>Présentation</b>	<b>Excellente</b>
<b>Capacités</b>	<b>Ordre</b>
<b>Qualités</b>	<b>Adaptabilité</b>
	<b>Très bon niveau de culture générale</b>
	<b>Dynamisme</b>
	<b>Sens de l'initiative</b>
	<b>Goût des contacts</b>
	<b>Aptitude à la négociation</b>

Ce profil de poste-type se présente souvent comme l'exemple ci-dessous<sup>1</sup>. Il fait apparaître visuellement les points forts et les points faibles du candidat, et ce selon les trois indicateurs suivants : les compétences formationnelles (appelés « Formation » dans l'exemple), les compétences professionnelles (appelées « Connaissances professionnelles » dans l'exemple) et puis les compétences personnelles (appelées « qualités personnelles et de travail » dans l'exemple).

## PROFIL DE POSTE VENDEURS

Sportissimo+ <span style="float: right;">Vendeurs</span>		PROFIL DE POSTE TYPE			
QUALITES REQUISES		NIVEAUX D'APTITUDE			
		1	2	3	4
<b>Formation :</b> -formation professionnelle (1) -expérience dans un poste (2)				x	
<b>Connaissance professionnelle :</b> - Intégré dans un rayon du magasin, conseillez vos clients sportifs dans leurs choix et répondez à leurs besoins. - assurez une mise en rayon qualitative et garantisiez la disponibilité des produits. - accueillez, écoutez et dialoguez avec nos clients sportifs pour répondre à leurs attentes. - optimisez la circulation de l'information au sein du magasin - fidélisez nos clients en leur proposant les services du magasin. - être acteur dans la rapidité des passages en caisses - garantissez une gestion fiable des articles retournés par nos clients.			x		
<b>Qualités personnelles et de travail :</b> Passionné de sport Dynamique Aimer le contact client Sens du service Esprit d'équipe			x	x	x
<b>Légende</b> (1) 1 : BEP ; 2 : Baccalauréat général technologique ou professionnel ; 3 : BTS NRC ou équivalent ; 4 : Licence 5 : Master ou école de commerce (2) 1 : aucune expérience ; 2 : 2 ans d'expérience ; 3 : entre 2 et 5 ans d'expériences ; 4 : plus de 5 ans d'expérience					

<sup>1</sup> <https://sites.google.com/site/httpssportissimopluscomsite/nos-annonces/profil-de-poste>

Ce profil de poste-type constitue une sorte de tableau de bord auquel seront comparés les profils de postes des différents candidats, sachant que celui qui s'en rapprochera le plus est celui qui sera retenu dans le poste à pourvoir.

Parmi les documents à préparer avant le recrutement, il y a la fiche d'analyse de fonction qui permet de décrire en détails la mission du vendeur. Cette fiche sera remise au candidat retenu dans le poste une fois recruté. Elle lui servira de référentiel ou de guide, en vue de la bonne exécution de son activité.

## Fiche d'analyse de fonction

<b>Carrefour- Plaisance Meknès</b>	<b>Poste : Vendeur Direction : Commerciale Service : Gestion de la force de vente</b>
<b>Fiche d'analyse de fonction</b>	
<b>Fonctions</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>PROSPECTER</b> : trouver de nouveaux clients dont l'entreprise et ses produits pourront couvrir les besoins.</li><li>• <b>VENDRE</b>: vendre le produit ou le service.</li><li>• <b>INFORMER</b> : informer les clients sur l'ensemble des produits de l'entreprise mais aussi informer l'entreprise sur l'évolution du marché, de la concurrence, de la conjoncture.</li><li>• <b>SOUTENIR</b> : Suivre, via le Service après vente, la satisfaction du client et prévenir tout malaise quant à un problème avec le produit.</li></ul>	

Il convient de souligner que la fiche d'analyse de fonction est réservée aux postes d'encadrement (cadres moyens et cadres supérieurs), alors que la fiche d'attribution est réservée aux agents d'exécution (voir exemple ci-dessous). Aussi, contrairement à la fiche d'analyse de fonction, elle demeure très directive : les tâches sont numérotées par ordre d'importance et sont décrites en détails.

## Fiche d'attribution

<b>Carrefour- Plaisance Meknès</b>	<b>Poste : Chauffeur-Livreur Direction : Commerciale Service : Gestion de la force de vente</b>
<b>Fiche d'attribution</b>	
Numéro	Attribution
1°	<b>Contrôler, avant la tournée, le bon état du véhicule et le niveau de sa jauge à carburant.</b>
2°	<b>Vérifier l'intégrité des documents de livraison qu'il faut faire signer aux clients</b>
3°	<b>Contrôler l'état des emballages de la marchandise à livrer et en informer son responsable direct en cas de problème</b>
4°	<b>Charger la marchandise dans son Véhicule</b>
5°	...
6°	...

### **II. Définir le mode de recrutement**

Ce dernier peut avoir lieu par le biais de plusieurs moyens :

- candidature spontanée ;
- annonce-presse, revues professionnelles, spécialisées, cooptation ou promotion interne ;
- ANAPEC, grandes écoles de commerce ou de gestion ;
- concurrence ;
- cabinet de recrutement, chasseurs de tête ;
- Etc.

### **III. Pré-sélectionner les candidats**

Le responsable mesure l'adéquation des CV au poste et réalise une première sélection de candidats convoqués à un ou plusieurs entretiens. Face à la multiplication des candidatures, les entreprises se dotent d'outils de gestion informatisés : des logiciels sont capables de vérifier l'adéquation poste-candidat en fonction de l'expérience et des souhaits (salaire, emploi, etc.) des candidats, d'assurer l'envoi automatisé de réponses, d'analyser et suivre un dossier ou de rechercher un profil particulier dans la base de données ainsi constituée. Les réseaux informatiques permettent aux entreprises de disposer d'un vivier central de candidatures conservées pendant 2 ans, et dans lequel elles peuvent puiser en fonction des postes à pourvoir. La graphologie est parfois utilisée en complément de sélection des dossiers de candidature.

#### **IV. S'entretenir avec les candidats en vue de la sélection du vendeur**

A travers l'entretien, le recruteur devra mesurer le dynamisme du candidat ainsi que son adéquation avec le profil de poste-type. Comme on l'a précisé plus haut, il convient de faire une première sélection sur CV en comparant le profil des candidats avec le profil du vendeur demandé. L'entretien est un contact décisif et les premières impressions sont toujours très importantes (comportement, façon de s'exprimer, intérêts, motivations, etc.). L'étude de la morphologie permet de confirmer des impressions qui résultent de l'entretien. Cette méthode est parfois utilisée en complément des autres et de la graphologie.