

EMILY (29), ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LES MATÉRIELS DE MANUTENTION POUR L'AGRICULTURE, L'INDUSTRIE, LE BTP, L'ENVIRONNEMENT ET LES ESPACES VERTS

“A l'export, les femmes sont les plus performantes”

Créée en 1974 à Tréflévénez (Landerneau), Emily emploie 70 personnes. Ses 18 inspecteurs commerciaux animent un réseau de revendeurs spécialisés dans la France entière et à l'export (Europe, Nouvelle Zélande, Amérique, Australie...).

“Recruter pour le marché agricole est

assez simple. Nous sommes connus et il existe une formation spécifique. Cependant, cela devient de plus en plus compliqué, reconnaît Nicolas Le Bars, directeur commercial et marketing. Le métier a été descendu en flammes depuis des années, les jeunes préfèrent le marketing au travail sur le terrain. Nos

commerciaux font 70 à 80 000 km par an : c'est un obstacle au recrutement, d'autant plus difficile à contourner qu'il s'oppose à une évolution sociétale. Pour donner envie d'y aller, nous offrons une rémunération à la sortie d'école de 1 400 euros fixe mensuel, plus un pourcentage sans plafond et une formation interne. Nous avons recruté trois commerciaux en septembre et donné la préférence à des gens avec de l'expérience. Je recrute des profils atypiques comme cet ancien chef d'atelier poids lourds qui avait une facilité de contact et une envie de réussir. On a cru en l'homme et c'est un succès. Pour l'étranger, peu d'entreprises finistériennes ont une stratégie à l'export. Il y a donc pléthore de demandes. Les filles ont un attrait pour les filières langues, une envie de réussir et de s'émanciper. Une fois qu'elles ont la connaissance technique, c'est super. J'ai donc trois commerciales, très efficaces.”



“Les jeunes préfèrent le marketing au travail sur le terrain”, détaille Nicolas Le Bars, directeur commercial et marketing

actuellement deux jeunes en contrat de professionnalisation “pour se créer un vivier et mettre un pied à l'étrier aux jeunes sélectionnés. Pour recruter, nous jugeons la dynamique de la personne et apprécions une première connaissance du milieu. La formation est globalement bien adaptée, il faut favoriser le double profil, commercial et technique.

On évalue la capacité d'adaptation et d'évolution du candidat, il faut trouver le bon compromis entre tempérament et connaissances techniques. Aujourd'hui, le bon commercial a la maîtrise du produit face à un client de plus en plus averti et informé. Il a du caractère et un sens de l'organisation. Nous formons des jeunes pour les épauler car, au départ, ils sont confrontés à la difficulté de se structurer au quotidien et ne font pas de chiffre. Or la part variable est un élément important de leur rémunération.”

Directeur commercial courrier colis à la Poste (Morbihan et Finistère), Stéphane Gerveau explique : “Nos trente commerciaux itinérants ont été recrutés en interne ou viennent de l'extérieur. Nous privilégions les candidats qui ont un profil BTS commercial, avec une petite expérience de la vente. Nous avons peu de demandes alors même que nous pouvons offrir de belles évolutions de carrière (dans le commercial mais aussi le marketing...). Nous venons par ailleurs de créer une école de vente pour faire progresser les collaborateurs en interne. Nous les sélectionnons sur le tempérament, c'est-à-dire que nous préférons des personnes convaincues des

prestations, attachées à l'entreprise et sachant optimiser une relationnel de confiance avec la clientèle. Il faut avoir le goût du challenge et l'envie de gagner. Un parcours d'accueil est proposé aux nouveaux et le tutorat du manager dure au moins un an. Cette formation est un investissement rentable. Si nous rencontrons toujours des difficultés à attirer vers la fonction, nos commerciaux restent fidèles alors même que la rémunération est moins importante que dans le privé. Par contre, nous leur offrons une progression dans l'entreprise.” Notons que Stéphane Gerveau est membre du Club Entreprise de Vannes, à l'origine du “Printemps de l'Entreprise”. La 7^{ème} édition débutera le 21 mars prochain par la soirée des réseaux organisée au petit théâtre du Palais des Arts à Vannes.

Un manque de préparation

Henri Matte est directeur général d'Oman Ouest (55 personnes, 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, spécialisée dans la manutention industrielle et filiale du groupe Dubreuil). La force commerciale compte six personnes plutôt expérimentées, dont trois recrutées cette année.

“Je ne recrute plus de juniors, mais des gens ayant deux ou trois ans de terrain. Je les choisis parce qu'ils sont travailleurs, pugnaces et persévérants. Je reçois beaucoup de postulants mais peu font montre des qualités commerciales de négociateur. Généralement leur formation est trop générique et les candidats manquent de maturité et de préparation.