

ATTACHE COMMERCIAL

Appellations principales : Attaché commercial

Appellations spécifiques :

Fiche n°43

Fonction : Commercialisation de produits touristiques
Région Bretagne

Définition

Prospecte et visite des clientèles (professionnels, individuels, prescripteurs) pour leur vendre les services proposés par l'entreprise, sur un secteur géographique déterminé, en fonction d'objectifs commerciaux définis avec l'entreprise.

Conditions générales d'exercice

L'emploi/métier de commercial comporte des déplacements sur un secteur géographique qui peut être étendu. La rémunération peut être composée d'un fixe et complétée par des primes ou des commissions.

Formation et expérience

L'emploi/métier d'attaché commercial est accessible généralement à partir de formations de niveau IV à II (Bac à Bac+4), le plus souvent dans le domaine de la commercialisation, acquise par la voie initiale ou continue. Une expérience d'une à deux années de vente auprès d'une clientèle de professionnels permet aussi l'accès à l'emploi/métier. La formation au produit est généralement dispensée par l'entreprise, mais une expérience du domaine concerné peut parfois être exigée.

COMPETENCES COMMUNES

Compétences techniques de base :

- Etablir un plan de prospection (physique, téléphonique, publipostée, événementielle...) à partir d'un fichier ou d'un ciblage effectué en amont.
- S'informer précisément des besoins du client.
- Présenter le ou les services susceptibles d'intéresser le client, en les adaptant aux particularités de l'entreprise.
- Négocier les conditions de vente et de mise à disposition.
- Conclure la vente par l'établissement d'un contrat.
- Assurer le suivi commercial et administratif de son secteur (visites d'entretien, courriers...).
- Maîtriser l'anglais.
- Evaluer les retombées des actions entreprises.

Compétences associées :

- Parler une seconde langue étrangère.

Remarque : fonction qui peut être complémentaire à une autre fonction (exemple : Promotion/communication).

Capacités liées à l'emploi : L'emploi requiert d'être capable de :

- Anticiper les besoins de la clientèle potentielle.
- Organiser son temps de travail et ses déplacements en fonction d'objectifs commerciaux.
- Etre à l'écoute des besoins évolutifs des clients.
- Dialoguer et négocier avec des interlocuteurs techniques de haut niveau.
- Présenter clairement des arguments persuasifs.

SPECIFICITES

Activités spécifiques :

- Prospection et vente*

Responsabilités exercées :

- Encadrement d'une équipe.
- Direction du service.

Lieu d'exercice de l'activité :

Type d'établissement :

- Chaînes hôtelières, sièges de Fédérations, clubs hôteliers et autres groupements professionnels.
- Chaînes de restauration (commerciale, collective...) et groupements professionnels.
- Equipements de loisirs, sportifs, culturels,...
- Structures institutionnelles (CRT, CDT, OT...)
- Autres.

Type de secteur : Privé, Public, Associatif.

Conditions de travail :

- Déplacements (France/étranger).
- Travail possible le dimanche et les jours fériés.
- Horaires décalés.

Exigences :

- Mobilité et disponibilité
- Adaptabilité
- Polyvalence
- Qualités relationnelles
- Bonne présentation et élocution
- Suivi des besoins des clientèles et des solutions proposées par les prestataires concurrents.

Fiche n°43 bis

Emploi/métier concerné : Attaché commercial

Fonction : Commercialisation de produits touristiques

Cadre réglementaire régissant la profession :

Les différentes conventions collectives applicables :

- Convention collective nationale des Hôtels, Cafés, Restaurants, avril 97.
- Convention collective nationale « Tourisme social et familial » n°3151.
- Convention collective nationale Hôtellerie de Plein Air, janvier 94.
- Convention collective nationale des Agences de voyages et de tourisme n° 3061.
- Convention collective nationale des services de l'automobile, 1997, Code NAF 711Z.
- Convention collective nationale du Transport aérien – Personnel au sol n°3177.
- Convention collective nationale des organismes de tourisme à caractère non lucratif n°3175.

Organisation de la profession au plan régional :

Absence d'organismes professionnels spécifiques représentatifs de la profession.

Principales organisations d'employeurs :

- Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière
- Confédération Française des Hôtelières, Restaurateurs, Cafetiers, Discothèques.
- **Fédération de l'Industrie Hôtelière de Bretagne** est composée de 6 syndicats hôteliers bretons : l'Hôtellerie du Finistère, la Fédération Départementale de l'Industrie Hôtelière des Côtes d'Armor, le Syndicat de l'Hôtellerie de la Côte d'Emeraude, la Chambre Syndicale de l'Industrie Hôtelière d'Ille-et-Vilaine, le Syndicat Patronal de l'Hôtellerie du Morbihan et la Maison de l'Hôtellerie.
- **Union Bretonne de l'Hôtellerie de Plein Air** relayée par 4 syndicats Départementaux de l'Hôtellerie de Plein Air (Finistère, Morbihan, Côtes d'Armor, Ille-et-Vilaine).
- **UNAT/APTAB** : Union Nationale des Associations de Tourisme de Plein Air /Association de promotion du Tourisme Associatif en Bretagne.
- **Chambre Syndicale des Agents de Voyages de la région Ouest** (Bretagne et Pays de la Loire) – délégation régionale du Syndicat National des Agents de Voyages (SNAV).
- **Union des Transporteurs de Voyageurs de Bretagne.**
- **Conseil National des Professions de l'Automobile (CNPA)**- délégation régionale

Définition de l'emploi/ métier : cf fiche n°43

Compétences et qualifications requises pour exercer l'emploi/métier : cf fiche n°43

Etat des lieux de la profession et perspectives d'évolution

Situation actuelle du marché du travail :

Principaux employeurs : Chaînes hôtelières ou de restauration, groupements professionnels, équipements de loisirs, sportifs, culturels,... structures institutionnelles (CRT, CDT, OT...).

Offre/Demande d'emploi : D>O

Nombre de professionnels en exercice : ?

Entraves à l'exercice et au développement de la profession :

- Emploi spécifique lié à la taille de la structure.
- Le développement de la vente directe (via Internet notamment).

Opportunités de développement :

- Les entreprises auront toujours besoin de vendre. L'outil technologique pourra difficilement se substituer à toute intervention humaine (exemple : opérations de négociation,....).
- Les besoins de commerciaux devraient croître.

Compétences requises et évolution :**Capacités techniques de base exigées :**

- Définition des cibles Produits/marchés : identification des clientèles et étude de ses besoins, sélection des produits ou prestations les plus adaptées à proposer.
- Définition d'un plan d'actions et élaboration de critères d'évaluation des actions entreprises.
- Négociation et conclusion de contrats de vente.
- Suivi commercial et administratif de son secteur (visites d'entretien, courriers...).
- Maîtrise de l'anglais.

Capacités associées : pratique d'une seconde langue étrangère.

Savoir-être et autres qualités requises : capacités d'écoute et d'observation, capacités d'anticipation et d'adaptation, sens de l'organisation, capacité de dialogue, de négociation et de persuasion, mobilité et disponibilité, polyvalence, qualités relationnelles, bonne présentation et éloquence.

Evolution :

Profil professionnel qui va exiger de plus en plus de compétences en marketing (stratégie et techniques).

Evolution des qualifications exigées :

L'emploi/métier devrait rester accessible à partir de formations de niveau IV à II (Bac à Bac+4) ou d'une expérience professionnelle confirmée.

Emergence de nouveaux métiers (ou de nouvelles pratiques professionnelles) :

/