



—
 Branche
 Industries pétrolières

—
 Famille
 Commercial

—
 Sous-famille
 Ventes

DESCRIPTION

Mettre en œuvre la politique commerciale pour une zone géographique et/ou pour un marché. Animer une ou plusieurs équipes de ventes et/ou un ou plusieurs réseaux de distribution.

ACTIVITÉS PRINCIPALES

- Déclinaison des objectifs commerciaux et planification des actions et des programmes commerciaux
- Gestion et contrôle de l'activité commerciale
- Analyse du marché et de ses tendances, de la concurrence, des circuits et des conditions d'approvisionnement
- Suivi et contrôle des résultats, des plannings, des budgets dans son domaine
- Gestion, suivi et contrôle des ressources, des moyens et des équipements dans son domaine
- Gestion et suivi des grands comptes, du réseau de distributeurs
- Négociation de contrats spécifiques
- Mise en œuvre des actions promotionnelles
- Encadrement, coordination, suivi et développement d'une ou plusieurs équipes
- Accompagnement des équipes de ventes pour certaines opérations commerciales
- Mise à jour et suivi de la documentation produits pour le réseau commercial et de la codification produits / clients
- Veille sur les pratiques commerciales en provenance des différents produits/marchés, veille économique, réglementaire et concurrentielle

SAVOIR-FAIRE

- Traduire une politique en priorités d'actions dans son domaine d'activité

—
 Formation / Expérience professionnelle nécessaire

Ecoles de commerce ou formation supérieure commerciale & technique / Expérience professionnelle dans la filière commerciale

—
 Condition(s) particulière(s) d'exercice

Maitriser la langue anglaise est souhaité

Déplacements fréquents sur le terrain, dans la zone couverte

- Analyser des marchés nationaux et/ou internationaux et identifier leur potentiel
- Définir les objectifs et les moyens de ventes pour ses équipes
- Élaborer / optimiser les budgets relatifs à son domaine d'activité
- Analyser les résultats périodiques et décider des mesures à engager
- Négocier et conclure des ventes, des contrats et accords commerciaux, en prenant toutes les garanties techniques, économiques et juridiques, dans un environnement national et/ou international
- Piloter, animer, motiver une ou plusieurs équipes
- Utiliser les progiciels de gestion de la relation client (CRM - Customer Relationship Management)
- Développer et améliorer les solutions e-commerce en cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise
- Coordonner des partenaires internes et externes, notamment en utilisant des plateformes collaboratives
- Echanger avec des partenaires multiples en utilisant des plateformes collaboratives pour identifier des innovations potentielles
- Communiquer avec différents interlocuteurs, dans le cadre d'un travail en équipe pluridisciplinaire en mode projet, en prenant en compte leurs demandes et les informations qu'ils apportent

LES MÉTIERS ACCESSIBLES

- Chargé(e) d'études marketing