

# DIRECTEUR COMMERCIAL

## Autres appellations

Directeur général de Business Unit  
Directeur commercial de Business Unit  
Directeur des ventes régional

## Présent dans les secteurs

Agences Conseils en communication  
Agences médias  
Régies publicitaires médias  
Régies publicité extérieure

---

## MISSIONS

Le directeur commercial élabore et pilote l'application de la politique et de la stratégie commerciale de l'entreprise dans son champ d'action. Il détermine les objectifs commerciaux en liaison avec la direction générale et supervise leur réalisation grâce à la prospection et à la vente, en lien avec des équipes internes et/ou externes.

---

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Appliquer la politique commerciale de l'agence auprès des principaux clients

- Mise en œuvre et déclinaison de la politique commerciale répondant aux besoins des clients en matière de stratégie de communication et de création.
- Conseil auprès des clients
- Validation de la création à partir des propositions des équipes commerciales en matière de stratégie publicitaire et de communication

#### Élaboration et gestion des budgets

- Prévisions budgétaires
- Contrôle de l'élaboration des devis de réalisation
- Contrôle des budgets
- Gestion des budgets en termes de rentabilité financière et des coûts commerciaux
- Participation à la gestion financière d'un portefeuille client en termes de retour sur investissement
- Analyses de la rentabilité de clients

#### Management des équipes

- Supervision de l'organisation commerciale
- Proposition d'actions correctives
- Recrutement des managers de vente

## **Vente et prospection**

- Développement et fidélisation des portefeuilles clients
- Définition de la stratégie de prospection et de la démarche commerciale
- Participation à la négociation de contrats clients les plus importants
- Animation de présentations clients sur des budgets importants, aussi à l'international

## **Activités spécifiques à certains segments de la branche**

### **En agences-conseils en communication, en agences médias et en régies de publicité extérieure**

- Orchestration des équipes (commerciale, de création, de production, etc.) qui participent à la réalisation d'une campagne publicitaire
- Supervision de la qualité du travail des équipes commerciales qu'il dirige

### **En régies publicitaires médias**

- En régie publicitaire média le directeur commercial est responsable de la politique commerciale de l'agence ou de sa Business Unit
- Il recrute des directeurs des ventes régionaux si déploiement en région

---

## **RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES**

### **Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise**

- Création
- Production
- Stratégie, études et analyses marché
- Marketing de l'offre

### **Relations avec les acteurs externes**

- Clients
- Agences médias
- Relations institutionnelles

---

## **COMPÉTENCES CLÉS REQUISES**

### **Savoir-faire du métier**

#### **Mener une réflexion stratégique, et élaborer une politique commerciale et du conseil (média...)**

- analyser la concurrence et élaborer un diagnostic
- exploiter des données économiques
- anticiper des demandes et des besoins d'un client et élaborer des propositions et des solutions
- appréhender des évolutions économiques et des évolutions du marché
- appliquer la législation en vigueur

### **Gérer l'activité commerciale comme un centre de profit**

- optimiser des budgets en cohérence avec la gestion d'un centre de profit
- appréhender des marges et rechercher la rentabilité d'un centre de profit
- adapter des tarifications

### **Manager et animer des services internes et externes d'une agence qui intervient sur les plans techniques et créatifs dans l'élaboration des campagnes**

- motiver, mobiliser et animer ses équipes
- dialoguer et communiquer avec ses équipes et des équipes de spécialistes :
- concilier des impératifs financiers, artistiques et techniques
- gérer des conflits et/ou des situations complexes et/ou sensibles
- conseiller, superviser et recadrer ses équipes et des équipes de spécialistes

### **Conduire des relations commerciales avec des interlocuteurs de haut niveau**

- définir la prospection stratégique : plan de prospection, de vente
- assurer des présentations avec pertinence et conviction
- piloter et coordonner des budgets nationaux et internationaux
- développer des relations de travail et des partenariats
- négocier des conditions générales de vente et des dispositions contractuelles : récupérer des informations clés, identifier son principal enjeu, préparer ses arguments, préparer la grille des concessions/contreparties, expliquer ses changements de position, déterminer son image

### **Connaissances et maîtrise des outils**

- Connaissance du marketing, des médias et de la production
- Connaissance de l'écosystème web/mobile/print/medias audiovisuels
- Connaissance de l'offre produits
- Connaissance du discours commercial/des techniques de vente et de l'orientation client
- Connaissance de la gestion budgétaire
- Connaissance de logiciels spécifiques (gestion, tableurs...)
- Maîtrise de management
- Langues étrangères (anglais) : vocabulaire professionnel que ce soit sur le numérique, la production publicitaire, le marketing, ou la communication en général

---

## **FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES**

### **Formation recommandée**

Bac +5 d'école de commerce

### **Expérience recommandée**

Minimum 8 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) dans le domaine du commercial ; avec management et gestion de budgets, par exemple un poste de responsable / directeur des ventes