

FICHE MÉTIER

DIRECTEUR COMMERCIAL

Autres appellations

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

Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

Agences médias

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

Le métier en vidéo

<https://youtu.be/HEeEd8VwfE8>

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

CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance du marketing, des médias et de la production
- Connaissance de l'écosystème web/mobile/print/médias 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

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

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

PROFIL SOUHAITÉ

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

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

- **Analyse et élaboration d'une stratégie**
 - Elaborer la stratégie de prospection commerciale de son entreprise à partir d'une analyse de la concurrence, des évolutions du marché, de l'exploitation de données économiques, de la législation en vigueur



- **Développement commercial**
 - Développer son portefeuille de clients et prospects par le démarchage à partir d'un plan d'actions, d'une argumentation, par l'entretien de relations, le développement de partenariats, par la présentation de nouvelles offres, par l'écoute et l'analyse de la demande du client, le cas échéant en assurant un service après-vente ou en pilotant des actions de relations publiques
- **Pilotage de projet**
 - Piloter et coordonner des budgets en recherchant la rentabilité d'un centre de profit, en tenant compte de l'objectif final et des conditions de réalisation des projets
 - Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
- **Management et organisation d'équipe**
 - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
- **Négociation et achats**
 - Négocier des conditions générales de vente et des dispositions contractuelles avec un client à partir d'informations-clés, de l'enjeu du client, en préparant ses arguments et la grille des concessions ou contreparties