



PILOTAGE STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE



VENTE ET SUIVI DES OPÉRATIONS COMMERCIALES

Directeur/trice Commercial(e)



Missions

Le Directeur Commercial est chargé de définir et de mettre en œuvre la stratégie commerciale pour accroître les parts de marché et le chiffre d'affaires de l'entreprise. Il encadre les équipes commerciales et assure leur coordination avec les autres équipes. Il analyse leurs performances et ajuste les stratégies commerciales en fonction.

En tant que Directeur business unit en agence média, il aura la responsabilité de l'interface client auprès des directions marketing/communication et assurera la mise en œuvre de la stratégie média et jouera un rôle clé dans la gestion des appels d'offres.

AUTRES APPELLATIONS :

Directeur des ventes

Directeur de Pôle

Directeur de Business Unit

Directeur de zone

Directeur du Développement

Head of sales

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies communication extérieure

Régies publicitaires

Principales activités

- Définir la politique commerciale en lien avec les autres membres de la direction en cohérence avec les objectifs de croissance et de développement de l'entreprise, les évolutions du marché et des besoins clients.
- Décliner et déployer la politique commerciale de l'entreprise auprès des membres de son équipe, en tenant compte des spécificités et réalités terrain et des budgets commerciaux définis.
- Encadrer les équipes commerciales, répartition du portefeuille client, accompagnement et animation de ses équipes pour les aider à atteindre leurs objectifs et dans leurs montées en compétences
- Participer à la prospection et à la réponse à des appels d'offre pour développer l'activité de ses équipes, en lien avec les cibles définies dans la politique commerciale de l'entreprise.
- Analyser les performances des ventes et des campagnes pour identifier les axes d'amélioration et ajuster les actions commerciales selon les résultats.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Analyser la concurrence du client pour trouver les meilleurs leviers commerciaux et stratégies commerciales à adopter avec chacune de ses cibles et du marché
- Participer à l'élaboration de la politique commerciale et des objectifs de l'entreprise en cohérence avec le contexte du marché publicitaire
- Concevoir, gérer et suivre un budget en lien avec les différentes équipes administratives et financières et les commerciaux de son équipe

▼ Contribuer au développement commercial

- Participer à l'élaboration de la politique commerciale et des objectifs de l'entreprise
- Prospecter de nouveaux clients, de nouveaux marchés par une démarche commerciale volontariste auprès des agences media et des annonceurs, en étant également à l'écoute des appels d'offre en cours
- Répondre à des appels d'offre en lien avec l'équipe du planning stratégique pour s'implanter sur de nouveaux marchés ou auprès de nouveaux clients

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille sur la concurrence, les clients et marchés et les innovations pour identifier des risques et les opportunités sur ses marchés

▼ Négocier, acheter, vendre

- Accompagner ses équipes dans la négociation, notamment auprès de clients-clés, grands comptes ou particulièrement stratégiques dans l'optique de sécuriser les contrats en assurant un suivi pour garantir leur satisfaction et maintenir des relations durables

▼ Piloter un projet

- Analyser les performances des ventes, des parts de marché et des investissements publicitaires pour identifier les axes d'amélioration et ajuster les actions commerciales selon les résultats
- Mettre en place et suivre des indicateurs de suivi des objectifs commerciaux de ses équipes
- Ajuster la déclinaison opérationnelle de la stratégie ou des objectifs en fonction des résultats intermédiaires des équipes commerciales et des évolutions de marché intervenues entretemps

▼ Manager et organiser une équipe

- Présenter auprès de ses équipes les objectifs commerciaux de l'entreprise, leur déclinaison opérationnelle et les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir
- Animer, planifier et piloter d'un point de vue budgétaire et ressources humaines les activités et les équipes commerciales de l'entreprise
- Participer au recrutement et à la montée en compétences des équipes commerciales
- Accompagner et animer les commerciaux dans l'adoption de la politique commerciale de l'entreprise et des nouveaux outils destinés à améliorer leur efficacité et leur productivité.

+△ Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Stratégie
- > Vente et négociation commerciale
- > Management stratégique
- > Gestion budgétaire
- > Relation clients
- > Administration des ventes
- > Analyse de performance
- > Tendances marché publicitaire
- > Exploitation des outils de CRM
- > Langues étrangères (anglais notamment)

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Capacité de prise de parole en public
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de persévérance
- > Faire preuve de réactivité
- > S'adapter aux changements
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Face à la digitalisation accrue et aux nouvelles attentes clients, le/la Directeur/trice Commercial(e) doit intégrer de nouvelles solutions basées sur les données et l'IA pour personnaliser l'offre et anticiper les tendances du marché publicitaire. Il/elle accompagne les équipes commerciales dans l'appropriation et l'intégration de nouvelles technologies (dont les outils CRM par exemple).

Environnement de travail et **interlocuteurs**

En interne

- Direction Générale
- Chef de projet
- Directeur/trice de Clientèle
- Responsable de production
- Responsable Administration des Ventes
- Directeur de la création
- Directeur/trice Marketing, Etudes et Communication

En externe

- Prestataires
- Clients (Annonceurs, Agences media)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en école de commerce, marketing ou gestion

Expériences recommandées

- › Expérience confirmée (10 à 15 ans) en développement commercial, idéalement dans le secteur de la publicité ou des médias pour devenir directeur de zone ou de business unit. Une expérience similaire sur ces postes est attendue pour devenir directeur commercial



Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

