

Chapitre 6 : Biologie technico-commerciale

Prospecter de nouveaux clients, développer un portefeuille de clients, leur proposer une gamme de produits, négocier des marchés, assurer le suivi des contrats... Ces actions relèvent de la fonction commerciale. Les atouts d'un technico-commercial ? La connaissance technique du/des solutions qu'il commercialise et ses compétences commerciales.

1- Définition :

Au sein d'une entreprise commerciale ou industrielle, le technico-commercial **prospecte** pour le développement des parts de marché et du portefeuille clients de son entreprise. C'est un fin **négociateur**, au double profil, **commercial** et **technique** et armé de connaissances lui permettant de détecter et répondre aux besoins de l'entreprise cliente.

2- Un double profil : commercial et technique :

Le profil « double compétence » de ce professionnel reflète la caractéristique de son travail. Dans la vente aux entreprises, l'approche technique est prédominante. Le cadre technico-commercial mêle une solide connaissance du produit, voire du processus de fabrication pour les industries, à des compétences commerciales.

3- Le technico commercial sédentaire (TCS) et le technico commercial itinérant (TCI) :

Le TCS : a pour mission de développer les ventes par téléphone en apportant une solution rentable dans le respect des objectifs individuels en garantissant la satisfaction de tous nos clients afin de contribuer aux résultats économiques de l'entreprise.

Le TCI : est chargé de conquérir et développer une part de marché rentable sur son secteur, sur l'ensemble de l'offre, dans le respect de la politique commerciale en apportant une solution globale à ses clients afin de contribuer aux résultats économiques de l'entreprise.

4- Fonction du technico commercial :

La mission principale du technico-commercial est de commercialiser des produits techniques. Comme son nom l'indique, il porte une double casquette avec des compétences à la fois techniques et commerciales. Il exerce de nombreuses activités.

Il doit tout d'abord prospecter de nouveaux clients, démarcher des professionnels en se déplaçant parfois chez eux (dans des usines, des collectivités territoriales, des entreprises...), par téléphone, afin de leur vendre des services techniques, des fournitures industrielles

comme de l'outillage, des réactifs, des médicaments, etc...). Il doit être capable, après avoir réalisé des études de marchés, de proposer les solutions précises dont ont besoin les clients potentiels. Il doit donc en ce sens maîtriser parfaitement l'art de la négociation. Il doit ensuite effectuer le suivi commercial, assurer le service après vente et surtout entretenir des relations avec ses clients.

5- Quelle est la différence entre le « Commercial » et le « Technico-commercial » ?

Le **commercial** met en avant les avantages produits aux clients. Son objectif : convaincre les clients d'acheter.

Le **technico-commercial** définit la solution la mieux adaptée à ses clients. Il dispose de connaissances techniques du produit, compétences qui lui permettent d'expliquer aux clients son fonctionnement et les avantages techniques liés à son utilisation. Il a acquis ses connaissances grâce aux formations en entreprise et aux études qu'il a suivies (mécanique, électrique, etc.).

6- Qualités du technico commercial :

- ❖ Le technico commercial doit posséder un grand **sens du contact**, de l'**écoute**, et surtout une vraie **aptitude à la diplomatie** !
- ❖ Il doit par ailleurs être capable de combiner **dynamisme** et **patience**, **capacité** d'adaptation et d'anticipation avec une **rigueur professionnelle** et un **sérieux** sans faille.
- ❖ Connaissances en **marketing**
- ❖ Le technico-commercial doit aussi posséder de solides **compétences en vente** et **négociations** ainsi qu'une grande **capacité de résistance** au stress car ses horaires, ses très nombreux contacts avec ses supérieurs et ses clients font du technico-commercial une profession sous pression.
- ❖ Il doit en plus être **autonome** et **organisé**.
- ❖ Il doit avoir une **excellente locution**.
- ❖ Une bonne **endurance**, son métier impliquant souvent de longues journées et des déplacements fatigants.
- ❖ **Compétences commerciales** et de **gestion**
- ❖ **Connaissance des langues** plus que souhaitable
- ❖ **Connaissance des produits** de sa firme ainsi que de la concurrence
- ❖ Posséder des **compétences techniques** dans le domaine concerné

7- Les activités du technico commercial :

- ❖ **Définir** le plan d'action commercial et **établir** le plan de tournée
- ❖ **Concevoir** l'étude de faisabilité technique de la demande client et **établir** l'offre commerciale
- ❖ **Négocier** avec le client les modalités du contrat de vente
- ❖ **Suivre** la réalisation et **proposer** des solutions au client
- ❖ **Suivre** et **analyser** les résultats des ventes et proposer des ajustements
- ❖ **Participer** à la définition de la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise
- ❖ **Elaborer** un cahier des charges d'appel d'offres et **analyser** la réponse à des appels d'offres
- ❖ **Informé, mettre** en place des actions de formation auprès de collègues de l'entreprise, des clients lors de lancements de nouveaux produits
- ❖ **Mener** des actions de gestions humaines (recrutement, formation)
- ❖ **Coordonner** l'activité d'une équipe
- ❖ **Mener** des actions commerciales lors de manifestations événementielles
- ❖ **Visite** d'entreprises et de négociants, **prospection** de nouveaux clients et démarchage de la clientèle existante
- ❖ **Promotion** des produits fabriqués par la firme qui l'emploie
- ❖ Service après-vente
- ❖ **Archivage** informatique de ses activités et feed-back auprès de sa hiérarchie
- ❖ **Rédaction** et **diffusion** d'outils de promotion commerciale
- ❖ **Traitement** des **réclamations** et plaintes reçues
- ❖ Tâches administratives en rapport avec ses activités de vente

8- Les objectifs de suivre une formation technico commercial :

Formation des interlocuteurs avertis aussi bien sur le plan technique que commercial auprès d'utilisateurs de matériels et réactifs dans les laboratoires d'analyses industrielles de recherche ou de biologie médicale.

Permettre à ses titulaires d'exercer leur activité dans de nombreux secteurs de l'instrumentation en tant que délégué technico commercial, ingénieur d'application ou assistant marketing.

9- Les avantages et les inconvénients de ce métier :

Points + :

- ❖ La richesse humaine d'un métier qui amène à rencontrer de nombreuses personnes, souvent très diverses.
- ❖ L'autonomie d'un métier qui n'est pas un métier de bureau, et conduit son titulaire à gérer de façon propre ses tournées et ses ventes

Points - :

- ❖ Les nombreux déplacements, impliqués par la nécessité de rencontrer les clients ou prospects, et les horaires parfois décalés, en fonction des disponibilités de ces clients ou prospects, sont souvent incompatibles avec une vie familiale rangée.
- ❖ Les contacts humains peuvent s'avérer parfois difficiles, certains clients ou prospects étant peu accueillants, ce qui nécessite alors de prendre sur soi.

10- Une journée-type ?

La journée d'un ingénieur technico-commercial commence tôt s'il doit prendre la route ou l'avion, et peut se terminer tard, après le dernier rendez-vous.

Les journées ne se ressemblent pas. Le technico-commercial organise ses journées selon ses projets (visite clients, ...) et les objectifs à atteindre.

Il a affaire à différents interlocuteurs tout au long de la journée, parfois de secteurs d'activité différents. Ses clients n'ont pas les mêmes besoins, les mêmes contraintes, et il doit sans cesse adapter son discours.

Sa charge de travail varie : il peut être confronté à des pics d'activité, suivis de périodes plus calmes.

La pression du chiffre à atteindre fait partie des contraintes du métier. Ce commercial a en effet des comptes à rendre !

11- Où exercer lorsque l'on est Technico-Commercial ?

Beaucoup d'entreprises sollicitent les services du technico-commercial. Parmi celles-ci, on retrouve les **fabricants de machines** ou de matières premières, les **grossistes**, les **centrales d'achats** de la grande distribution, les **hypermarchés**, les **points de vente spécialisés**... Il planifie lui-même ses rendez-vous clientèles et doit donc être disponible et bien organisé. Souvent en déplacement, il travaille pourtant en équipe et, notamment, en collaboration avec d'autres services.

Il a de multiples interlocuteurs et est supervisé par le **directeur commercial**, qui lui fixe des objectifs à atteindre. De plus, il peut être responsable d'une unité ou d'un service. Lorsqu'il encadre une équipe, il définit leurs tâches et supervise leurs activités.

Responsables du module : Dr. SAMAI I Dr. TAHAR W