



# Les commerciaux nouveaux sont arrivés !

**Une nouvelle génération exigeante, des outils plus perfectionnés, des expertises pointues... les vendeurs 2010 vivent une vraie révolution, sur fond de reprise des recrutements.**

**L**es commerciaux reviennent sur le devant de la scène. Selon le dernier baromètre de l'Association pour l'emploi des cadres (Apec), les entreprises devraient en recruter entre 28 000 et 31 000 cette année. Soit plus que le nombre prévu d'embauches d'informaticiens. Une première ! « Les entreprises ont gelé leurs recrutements en 2009, y compris de commerciaux, rappelle Francis Petel, directeur de l'Observatoire de la fonction commerciale au sein de l'association des Dirigeants commerciaux de France (DCF). Comme le turnover dans ce métier est traditionnellement élevé, même en période de crise, elles ont vu leurs forces de vente se réduire. D'où la forte reprise actuelle des embauches. »

## Des moutons à six ou sept pattes

Pour autant, les entreprises ne sont pas prêtes à recruter le premier commercial venu. Loin de là. « La bagarre économique est telle qu'elles veulent les meilleurs, à la fois bons négociateurs, fins stratèges, grands communicants et excellents managers », observe Jean-Michel Azzi, PDG de Maesina International Search, un cabinet de recrutement spécialisé dans les fonctions mar-



➤ Recrutement : la chasse aux bons commerciaux est ouverte. <

keting et commerciales. Les recruteurs ne recherchent plus des moutons à cinq, mais plutôt à six ou sept pattes. « Résultat : les délais de recrutement sont passés de trente à quarante-cinq jours en deux ans », note Didier Perraudin, directeur associé du cabinet Uptoo. Cer-

taines entreprises préfèrent se tourner vers les vendeurs juniors moins sollicités et les former. Une stratégie pas forcément plus aisée, tant la nouvelle génération est exigeante. Ceci dit, pour attirer les candidats, qu'ils soient jeunes diplômés ou expérimentés, les entreprises doivent

investir dans les outils informatiques et télécom, considérés comme les signes extérieurs de réussite chez les commerciaux. Enfin, les recruteurs voient se multiplier les chargés de clientèle, à cheval entre les fonctions commerciales et marketing.

● JEAN-PHILIPPE DUBOSC