

Directeur commercial

Pourquoi produire si l'entreprise ne peut pas vendre ses produits ? Il/Elle oriente le développement de l'entreprise sur ses marchés, à la recherche de nouveaux distributeurs ou de nouveaux clients.

Activités

- Définir une politique commerciale
- Proposer des axes d'évolution
- Concevoir le circuit d'information du service communication
- Développer le portefeuille clients (prospection, réponse aux appels d'offres...) et les échanges commerciaux
- Animer une équipe de commerciaux
- Assurer le suivi de commandes, garantir le service après-vente
- Participer aux comités de direction

Compétences

- Connaissances larges en gestion, marketing, droit...
- Maîtrise des techniques de vente et de négociation (caractéristiques techniques, prix, délais...)
- Connaissance des produits de l'entreprise
- Capacité d'argumentation et de conviction
- Gestion et animation d'un réseau
- Capacité à « sentir » le marché pour comprendre le besoin des clients... et anticiper
- Maîtrise de l'anglais