



Le marché des commerciaux résiste

LES OFFRES D'EMPLOI SONT REPARTIES À LA HAUSSE.
LA BANQUE, L'ASSURANCE OU ENCORE LA GRANDE
DISTRIBUTION AFFICHENT DE BONNES PRÉVISIONS.

► Pierre Lamblin, directeur des études à l'Apec, reste prudent. Il n'empêche. La dernière note de conjoncture de l'Association, en novembre, indiquait une progression des offres sur la fonction marketing commercial de 29% par rapport à novembre 2008. « Une telle progression n'avait pas été observée depuis octobre 2008 (+23%), mais il est encore trop tôt pour parler de reprise. Cette augmentation sera-t-elle durable ? » s'interroge Pierre Lamblin.

Entre janvier et novembre 2009, le nombre de postes de cadres recensés par l'Apec dans la fonction commerciale a chuté de 15% par rapport à la même période en 2008. Une baisse importante, moins cependant que la chute qu'ont connue les autres fonctions cadres (-29%). « Parmi les cadres commerciaux, la baisse la plus significative concerne les métiers de l'import-export, avec 35% d'opportunités en moins entre 2008 et 2009 », indique Pierre Lamblin. A contrario, l'informatique, l'audit-conseil, la banque, l'assurance et les activités de commerce ont totalisé plus des trois quarts

des embauches. Des secteurs qui affichent pour 2010 de belles prévisions.

Il est clair que les forces de vente sont, dans la conjoncture actuelle, le nerf de la guerre. Julien Crespel, 34 ans, responsable du merchandising chez Yoplait, le confirme. Son job : émettre des recommandations aux enseignes pour optimiser le rayon. « Une fonction relativement récente qui prend tout son sens pour vendre plus. »

Mesure de performance

Si les forces de vente s'imposent plus que jamais comme un élément stratégique et si les perspectives de recrutement sont plutôt bonnes, l'année 2010 s'annonce malgré tout difficile. « Plus difficile que 2009, qui bénéficiait encore de l'effet positif de l'année 2008 », estime Jean-Pierre Da Silva, président de l'Agora des [directeurs] commerciaux, club d'échange autour de la fonction, et directeur des opérations de Nature et Découvertes. Jacques Couret, vice-président de l'Agora et directeur commercial de Satas, partage ce point de vue. En 2010, le groupe spécialisé dans les

solutions des courriers recrutera une dizaine de commerciaux, soit le même volume qu'en 2009 et 2008. « À une différence près. En 2008, la qualité de nos recrutements était supérieure, car nous avions davantage de candidats. » La crise a sclérosé le marché du recrutement des commerciaux. « L'an dernier, les commerciaux se sont rattachés à leur contrat de travail et se sont montrés moins audacieux », insiste-t-il.

Finalement, la grande différence entre les années 2009 et 2010 tient à l'expérience vécue l'an dernier. « Il nous faut être plus hardis et doubler de finesse commerciale », martèle Guillaume Prince Labille, directeur régional Ile-de-France et des grands comptes nationaux de l'opérateur de télécommunications Completel. En octobre, il a mis en place une mesure de la performance permettant d'identifier les bons, les moyens et les faibles contributeurs. « Il faut être audacieux dans le pilotage de la performance. Une démarche qui s'accompagnera en 2010 d'un plan de recrutement ambitieux d'une trentaine de personnes. »

CAROLINE BEYER