



Commercial(e)

Appellations voisines : Chef des ventes, Chargé de développement commercial, Responsables comptes clés, Directeur des ventes, Responsable ventes directes, Directeur commercial



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le commercial travaille en équipe avec l'ensemble des commerciaux sous la responsabilité de la direction commerciale, en lien avec les services de marketing, communication et promotion.

Il peut être interne à la maison d'édition / maison de disques ou label, ou faire partie d'une structure de diffusion externe.

Son métier nécessite des déplacements réguliers, notamment dans les phases de négociation.



MISSIONS

Le commercial met en œuvre la stratégie commerciale, coordonne sa mise en œuvre et en contrôle ses résultats.

En particulier, il :

- décline la stratégie de vente ;
- définit, en fonction des produits ou des projets, la cible de clients et de prospects ;
- organise, en lien avec les éditeurs, les campagnes de ventes ;
- réalise le suivi des clients, traite les demandes ou réclamations de leur part ;
- met en place les moyens nécessaires à la gestion des campagnes, à la gestion des commandes, de la facturation et des données clients ;
- assure une veille des marchés et de la concurrence et fait remonter les informations pertinentes à sa hiérarchie, aux éditeurs et aux équipes marketing ;
- suit et analyse les résultats en termes d'objectifs et de budgets.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de commercial peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant commercial, Attaché commercial, Chargé de ventes, Responsable des ventes ou Directeur des ventes / Directeur commercial.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de e-commerce, administrateur des ventes (chargé de clientèle), chargé de supply chain digital, représentant ou délégué pédagogique**
- Par la formation : **Chargé de cession de droits / synchro, Agents technico-commerciaux aux librairies musicales**
- Par la reconversion : **Chargé de marketing, chargé de promotion, data analyst**



Commercial(e)

Appellations voisines : Chef des ventes, Chargé de développement commercial, Responsables comptes clés, Directeur des ventes, Responsable ventes directes, Directeur commercial



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Évaluer le potentiel de vente d'une œuvre ou d'un programme pour définir la stratégie commerciale
- Comprendre et connaître le marché pour adapter son approche commerciale
- Négocier et gérer des contrats commerciaux
- Gérer et respecter un budget
- Analyser les tendances de vente pour ajuster les stratégies commerciales
- Faire remonter au service marketing et éditorial les informations pertinentes
- Développer un portefeuille clients et prospects
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente
- Techniques de vente
- Techniques de négociation
- Outils CRM (Customer relationship management)
- Logiciel de gestion des commandes

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité
- Créer et entretenir des relations avec les clients, les éditeurs, les distributeurs mais aussi les différentes équipes au sein de la structure



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de commercial est accessible à partir d'une formation de niveau Bac, Bac +3 ou équivalent dans les domaines du commerce, des éditions ou de l'administration. Les formations de niveau Bac +5 (école de commerce, marketing, master en commercialisation du livre) peuvent faciliter l'accès aux postes de direction.

Expérience : Le métier de commercial est accessible après une première expérience d'1 ou 2 ans pour le premier niveau hiérarchique (chargé des ventes). Jusqu'à 6 ans d'expérience peuvent être requis pour accéder au métier de directeur commercial. Dans l'édition musicale, une attention particulière est accordée à l'expérience métier et la maîtrise des environnements de travail.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- définir et décliner la politique commerciale « grands comptes » ou accompagner les responsables comptes clés dans leur négociation, et assurer leur suivi et leur développement ;
- définir l'organisation de l'équipe commerciale et les encadrer, participer au recrutement des commerciaux, veiller au développement de leurs compétences et à leur formation ;
- conseiller les équipes éditoriales sur les produits ou projets au regard des marchés, leurs prix et les modes de commercialisation les plus adaptés ;

En fonction de la maturité de la transition digitale dans les organisations, les équipes commerciales peuvent être mixtes (positionnées sur la vente physique ET supply chain digitale) ou bien spécialisées exclusivement sur l'un de ces canaux.