

VOTRE COMPTE RENDU (230 à 300 mots)
Proposition de corrigé

PRÉSENTATION DU THÈME

La table ronde «Avons-nous encore besoin des commerciaux ? » est animée par Sophie Choulet avec la participation de Jacques Miller (directeur général délégué de GPJ), de Florence Broussard (présidente de Palstis France) et Franck Roger (directeur exécutif de Solisol).

Le débat se focalise sur l'image des commerciaux, les difficultés de leur recrutement et le rôle d'internet dans l'évolution des métiers de commerciaux.

IDENTIFICATION DES PROBLÉMATIQUES TRAITÉES

Les participants soulignent que le commercial est perçu en France comme quelqu'un de malhonnête et intéressé uniquement par le profit. Cela ressort aussi d'un sondage sur la culture commerciale réalisé auprès de 9000 étudiants.

En s'interrogeant sur les causes de cette perception, on s'aperçoit que la problématique touche le rapport à l'argent en France. Selon J. Miller c'est un vrai problème culturel qui résulte en une dévalorisation de la fonction commerciale.

Par ailleurs, il semble que le recrutement de vendeurs est difficile en raison de la diversité des profils recherchés. En effet, un commercial doit pouvoir porter plusieurs casquettes et avoir des atouts propres au type d'activité qu'il représente. Outre des capacités relationnelles, il doit avoir une inclination pour le jeu. Il semble qu'en France, le goût pour le défi et la compétition est peu développé.

Ensuite, l'évolution d'internet qui est passé d'un media de masse à un media interactif et qui donne la parole à l'acheteur a profondément modifié les rapports entre le commercial et les clients.

PRÉSENTATION DES SOLUTIONS ENVISAGÉES

Pour réagir face à ces problèmes, les commerciaux doivent s'adapter au changement. Il est nécessaire d'investir de l'argent dans la formation commerciale pour avoir des commerciaux non seulement compétents mais aussi capables de communiquer avec des clients de plus en plus exigeants. Les entreprises quant à elles doivent investir dans la satisfaction de la clientèle. Il est aussi important de modifier la perception des médias concernant la fonction commerciale.

300 mots