

Descriptif de poste

Le Chef de Service Technico-Commercial (CSTC-DPRO)

Mission

Dans le respect des orientations stratégiques confiées à la direction générale de l'entreprise et des instructions, plans et méthodologies et orientations requises par le directeur de tutelle : le directeur de la Production et de la Commercialisation (ou DPRO) en l'occurrence, le Chef de Service Technico-Commercial (CSTC-DPRO) assure la mise en œuvre, au nom de son directeur de tutelle (et de la hiérarchie), des tâches opérationnelles de promotion et de commercialisation après avoir contribué à proposer la stratégie. Il opère la mise en œuvre celle adoptée, l'organiser, l'animer et la superviser son déploiement direct via ses équipes directes et ses partenaires et opérateurs indirects et via ses réseaux extérieurs organisés de vente. Il étudie, en permanence, les voies et moyens d'accroître les ventes, le chiffre d'affaires et la marge commerciale en cherchant à optimiser la performance et assurer la pérennité de l'entreprise pour assurer les ressources de l'entreprise et son essor fonctionnel et bénéficiaire.

Tâches principales

- Contribuer à proposer et à élaborer
- Développer cette stratégie commerciale :
 - Contribuer à proposer une politique commerciale de l'entreprise et en tirer et proposer le plan d'action commercial à faire valider : fixation des objectifs commerciaux selon les objectifs de rentabilité économique de l'entreprise, développement des marchés existants et/ou de nouveaux marchés, ciblage des clients et conquête de prospects, priorisation des actions opérationnelles, prévisions des volumes de ventes, etc.
 - Contribuer à proposer des objectifs de vente à moyen ou à long terme.
 - Établir le budget de fonctionnement de la direction commerciale (moyens humains et financiers) en étroite collaboration avec la direction générale et la direction administrative et financière.
 - Définir le positionnement de l'entreprise, identifier les évolutions du marché et détecter les opportunités de croissance en collaboration avec la direction du marketing, en s'appuyant sur des études de marché (prospection d'une nouvelle clientèle, analyse concurrentielle, attractivité du secteur, choix des

canaux de distribution...). Le but étant de garantir la satisfaction et la fidélisation des clients actuels et futurs en améliorant et développant l'offre commerciale proposée.

- Contribuer à définir et mettre en place les objectifs de Promotion et établir un plan de marketing.
- Proposer Engager le programme de promotion et marketing.
- Elaborer les supports de promotion et marketing.
- Mettre en œuvre la promotion et le marketing :
 - Construire le discours promotionnel en vue de la diffusion et du développement de l'utilisation de nouveaux matériaux locaux, de nouveaux métiers sur tous les niveaux de leur chaîne de valeur respectifs (promotion à vocation nationale ou générale).
 - Construire le discours promotionnel en vue de la diffusion et du développement de l'utilisation de nouveaux matériaux locaux produits par la société (promotion à vocation commerciale pour l'entreprise).
 - Construire le discours commercial.
 - Accroître la visibilité de l'entreprise et promouvoir son image en collaboration avec la direction de la communication : organisation et participation à des salons, conférences et autres événements professionnels en tant que représentant de l'entreprise, mise en place de partenariats et sponsoring, etc.
 - Collaborer étroitement avec la Direction du Centre de Développement des Matériaux en vue de l'exploitation des éléments pertinents et crédibles à valoriser.
- Organiser des actions de commercialisation.
- Orchestrer les travaux des et encadrer les équipes commerciales :
 - Animer, motiver et fédérer les équipes autour d'une stratégie commerciale commune et leur transmettre les informations stratégiques (objectifs opérationnels, critères d'évaluation...) en organisant et animant des réunions d'équipe.
 - Organiser et coordonner les activités commerciales de ses collaborateurs (chefs des ventes, commerciaux) dans une logique d'optimisation de la performance individuelle et collective.
 - Accompagner le développement des compétences de ses collaborateurs : détecter les éventuelles difficultés auxquelles ils peuvent être confrontés, identifier leurs besoins et proposer des formations adéquates.
 - Intervenir en tant que référent en support des équipes commerciales et les accompagner sur le terrain lorsqu'il s'agit de dossiers complexes, lors des phases de négociation par exemple.
- Suivre et analyser des performances commerciales
 - Suivre et analyser les indicateurs de performance commerciale : résultats commerciaux au niveau global mais aussi déclinés par équipe, par zone géographique ou encore par collaborateur, en veillant à l'atteinte des objectifs individuels et collectifs.
 - Assurer un reporting auprès de la direction générale grâce à la conception et mise à jour de tableaux de bord présentant les indicateurs en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité (volumes de ventes, évolution par rapport au mois ou à l'année précédente, montant des bénéfices, taux de marge réalisé, valeur moyenne d'une transaction, taux de conversion, etc.) ou d'expérience client (niveau de satisfaction, intention de rachat, taux de recommandation...).
 - Réorienter, si nécessaire, le plan d'action commercial initialement élaboré avec la direction générale et proposer des pistes d'optimisation.
- Être force propositions proactives et initiatives au DPRO et à sa hiérarchie dans le cadre de sa fonction.

- Assurer la fixation annuelle des principaux objectifs ciblés et des objectifs minimaux de chaque volet de ses activités pour chaque année et pour chaque trimestre ou deux mois après le début de sa prise de fonction.
- Assurer la production mensuelle et annuelle d'un rapport de d'avancement qualitatif, quantitatif, comparatif et critique de chaque volet de son département.
- Assurer toute autre tâche directement ou indirectement liée à sa fonction que lui affectera le DPRO ou sa hiérarchie.
- Assurer tout intérim provisoire, cumulativement à ses tâches, qui lui sera affecté.
- Le CSTC-DPRO peut également se voir ajouter toute autre tâche régulière, Grade

Grade

Au moins de catégorie « Cadres supérieurs » de la série 3 dans l'index de classement de catégorie de personnels utilisés.

Dépendances

En amont

- Le CSTC-DPRO dépend directement du DPRO en fonction et du Directeur Général.
- Le CSTC-DPRO développe les orientations et exécute les instructions des autres membres de sa hiérarchie de la mesure de leur cohérence ou de leur acceptation par son DPRO en fonction ou du Directeur Général.

En parallèle

- Le CSTC-DPRO doit collaborer étroitement et en symbiose avec les autres chefs de service et cadres de l'entreprise afin d'assurer le meilleur support possible en vue de la réalisation raisonnable de leurs activités. Il doit leur apporter toutes informations qu'ils demandent pertinemment dans le cadre de l'activité de l'entreprise.

En aval

- Le CSTC-DPRO dirige au moins les sous-services qui lui seront identifiés ou précisés par les textes internes de l'entreprise ou par des décisions de sa hiérarchie.
- Le CSTC-DPRO peut se voir ajouter d'autres sous-services réguliers, provisoires ou exceptionnels, sous sa dépendance, si cela s'avérait utile.

Qualités requises pour l'admissibilité à la fonction

Qualités indispensables :

- Diplômée de niveau Bac+4, de préférence en ingénierie de gestion technico-commerciale, gestion de projets, de génie civil, d'exploitation, de production, de gestion ou management de l'entreprise ou disciplines similaires, avec 5 ans d'expérience en tant que cadre dans une entreprise de type PME au moins et si sans le niveau bac+4 : au moins 15 ans d'expérience de l'entreprise (de type PME au moins) dont 10 ans d'expérience en tant que cadre.
- Au moins 5 ans d'expérience dans un domaine de gestion technico-commerciale, de gestion d'exploitation d'une usine, d'ingénierie d'exploitation, de production, de gestion de projets, de gestion ou management de l'entreprise ou disciplines similaires, management de l'entreprise ou discipline similaire, en tant que cadre.
- Maîtrise écrite et orale de l'arabe et bonne connaissance du français ou vis-versa.
- Capacité avérée à la rédaction de rapports de travail.

En outre, les qualités suivantes sont souhaitables :

- Expérience souhaitable, de l'ordre de deux années, dans la gestion technico-commerciale.
- Connaissance du Droit Commercial.
- Maîtrise des applications Word et Excel et applications standard de bureautique.

Grille d'évaluation

Les candidats au poste, disposant des qualités indispensables citées ci-avant, peuvent être départagés, éventuellement, par le score global qu'ils obtiendront par suite d'une évaluation sur la base de la grille ci-après.

