

# Service commercial et marketing

## A QUOI SERT LE SERVICE ?

Il est chargé de définir et d'appliquer la stratégie commerciale (communication, vente). Le service commercial écoule les stocks fabriqués par le service production, transmet à la comptabilité le montant des recettes et les justificatifs. Côté "marketing", il faut construire une image pour l'entreprise et son activité. C'est sur la base de cette image que les clients seront ou non attirés par votre activité.

Vous travaillerez également en étroite collaboration avec le service technique, afin que la production soit à jour aux moments des actions commerciales

## QUI FAIT QUOI ?

Dans ce service on trouve :

### ➤ **Le directeur commercial**

Il est le chef du service. Ses tâches sont :

- ✓ Superviser, gérer et coordonner l'équipe de commerciaux
- ✓ Coordonner la réalisation et l'exploitation de l'étude de marché
- ✓ Fixer des objectifs aux commerciaux/assistants marketing
- ✓ Etablir un calendrier des ventes
- ✓ Déterminer la communication de la mini-entreprise
- ✓ Contacter la presse
- ✓ Rendre des comptes à la direction générale

### ➤ **Les commerciaux/assistants marketing**

Placés sous le directeur commercial, ils organisent la communication et la vente de la mini-entreprise.

Leurs tâches sont :

- ✓ Suivre les objectifs fixés
- ✓ Réaliser et dépouiller l'étude de marché
- ✓ Travailler sur l'argumentaire de vente
- ✓ Travailler sur les outils de communication (logo, slogan, badge, carte)
- ✓ Faire un point de ses ventes et les transmettre au directeur (suivi des ventes)
- ✓ Assurer la communication (communiqué de presse, affiches, prospectus, site Internet...)



## ETES-VOUS FAIT POUR CES METIERS ?

Pour être dans ce service, il faut :

- ✓ Être dynamique
- ✓ Être enthousiaste
- ✓ Être persévérant
- ✓ Être créatif
- ✓ Être innovant
- ✓ Avoir le sens de la négociation
- ✓ Savoir convaincre

Il faut aimer :

- ✓ Aller vers les autres
- ✓ Communiquer
- ✓ Prendre la parole en public

## PLANNING DES TÂCHES

### Service commercial

Missions	Supports
Choix du produit fini avec l'ensemble des autres services	Synthèse de l'étude de marché, fiche technique du produit
Identifier les point forts du produit ou service	Tableau votre valeur ajoutée
Élaborer un planning d'actions et définir les lieux de commercialisation potentiels	Planning d'actions et objectifs de ventes
Préparer l'argumentaire et les rendez-vous avec la clientèle	Méthode SONCAS, CAP
Suivre les ventes et les stocks (en collaboration avec le service technique)	Récapitulatif des ventes Modèle de devis Modèle de bon de commande Modèle de reçu
Assurer la livraison, les garanties, le SAV	Aide garantie et service après vente

### Service marketing

Missions	supports
Récupérer les point forts du produit ou service	
Définir la charte graphique	
Préparer votre communication	Communiqué de presse Lettre aux sponsors
Budgétiser les outils de communication	
Élaborer le packaging	Aide emballage et conditionnement
élaborer les supports de communication	Aide Communiquer et faire de la publicité