



ÉTUDE DE FONCTIONS & RÉMUNÉRATIONS

# COMMERCIAL & MARKETING

2009 | 2010

Page  
Personnel  
COMMERCIAL  
& MARKETING



**Sébastien Hampartzoumian,**  
*Directeur Général*

EDITO

**A**vec son réseau de 200 consultants et 20 bureaux, Page Personnel propose à ses clients des solutions globales de recrutement en intérim, CDD et CDI à travers la France. Nos équipes de consultants spécialisés identifient et sélectionnent des profils de techniciens, d'employés, d'agents de maîtrise et de cadres de premier niveau.

Parmi nos 15 pôles d'expertise, la division Commercial & Marketing a été spécifiquement créée pour répondre aux besoins des entreprises qui recrutent des forces de vente sédentaires et terrain ainsi que des fonctions marketing.

En dépit d'une baisse significative du nombre de recrutements en 2009, recruter des fonctions commerciales reste difficile. Paradoxe ? Oui, car le nombre de candidats disponibles est conséquent. Non, car trouver «le» bon candidat requiert une approche fine et spécialisée.

En tant qu'acteurs et observateurs du marché du recrutement, les consultants bénéficient d'une connaissance pointue des métiers sur lesquels ils interviennent, et sont à même de communiquer auprès de leurs clients et

candidats sur les tendances de rémunérations pratiquées sur ces fonctions en France.

Cette étude sur ces métiers spécifiques s'appuie sur les 700 missions réalisées en 2008 et 2009 pour nos clients, les entretiens effectués avec nos candidats par nos 19 consultants spécialisés, et l'analyse précise de données issues de notre base informatique, outil de travail réactualisé en permanence par nos équipes opérationnelles.

Nous avons cherché à être le plus complet possible en présentant ici les fonctions traitées de façon récurrente par nos équipes. Bien évidemment, les éléments mis en exergue (profil, expérience, rémunération) sont à modérer et pondérer suivant les structures des entreprises et le dynamisme des secteurs d'activité : Industrie, High Tech, Services, Grande consommation.

La réalisation de cette étude s'inscrit dans notre approche globale du recrutement dictée par notre souhait de répondre toujours mieux aux attentes de nos clients et candidats et d'offrir à nos interlocuteurs plus de transparence et de proximité dans la relation qui nous lie.

Bonne lecture !

## COMMERCIAL

P 12 à 22

Commercial(e) sédentaire (ou télévendeur(se))	p. <b>12</b>
Commercial(e) terrain	p. <b>14</b>
Chef de secteur	p. <b>16</b>
Promoteur(trice) des ventes GMS	p. <b>18</b>
Chef de publicité	p. <b>20</b>
Technico-commercial(e)	p. <b>22</b>

## MARKETING

P 26 à 34

Chef de produit	p. <b>26</b>
Traffic manager	p. <b>28</b>
Chargé(e) de communication	p. <b>30</b>
Responsable trade marketing	p. <b>32</b>
Category manager	p. <b>34</b>

62 000

CANDIDATS INTERVENANT SUR LES  
MÉTIERs DU COMMERCIAL ET DU  
MARKETING RÉFÉRENCÉS DANS NOTRE  
BASE DE DONNÉES NATIONALE

19

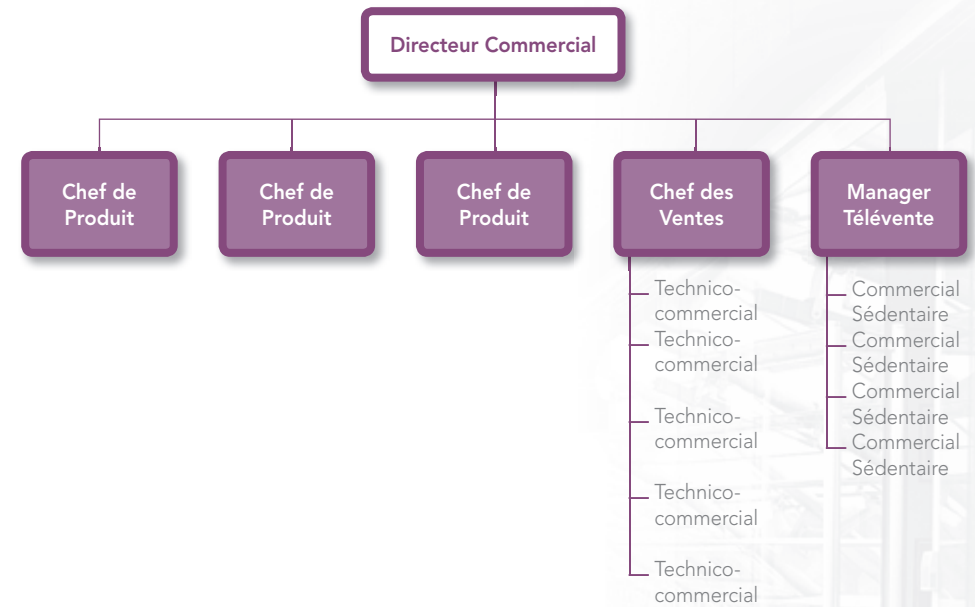
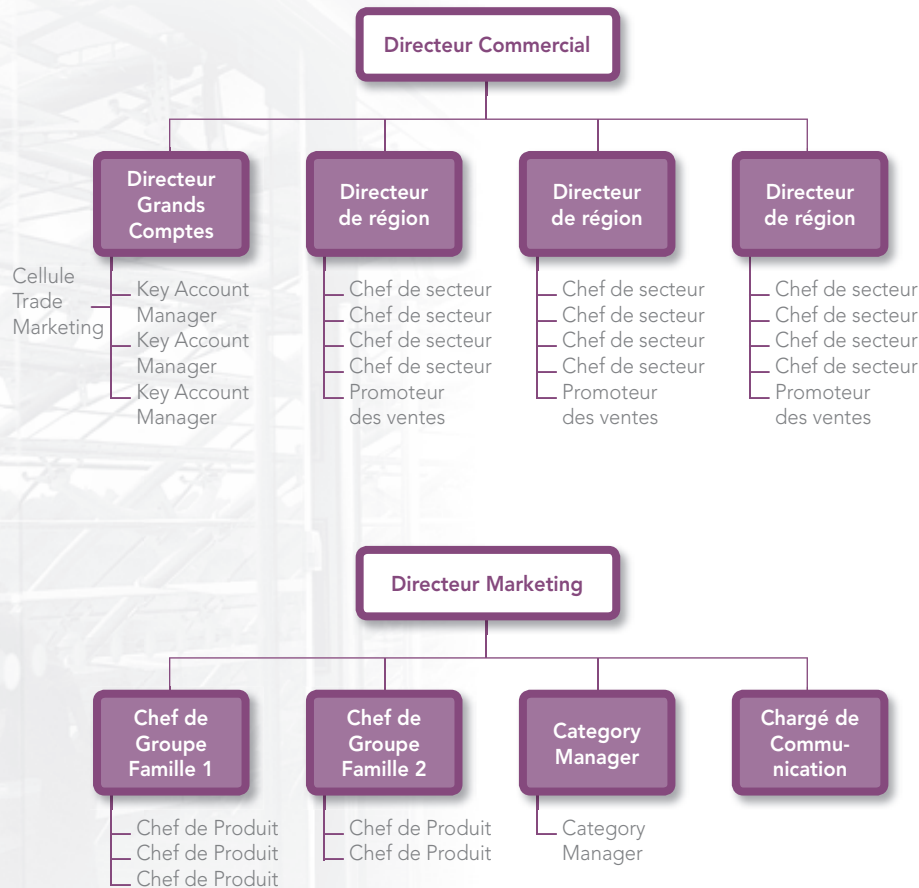
CONSULTANTS SPÉCIALISÉS EN  
COMMERCIAL & MARKETING  
À VOTRE ÉCOUTE SUR  
TOUTE LA FRANCE

514

MISSIONS RÉALISÉES  
PAR NOTRE DIVISION  
COMMERCIAL &  
MARKETING EN 2008

## GRANDE CONSOMMATION

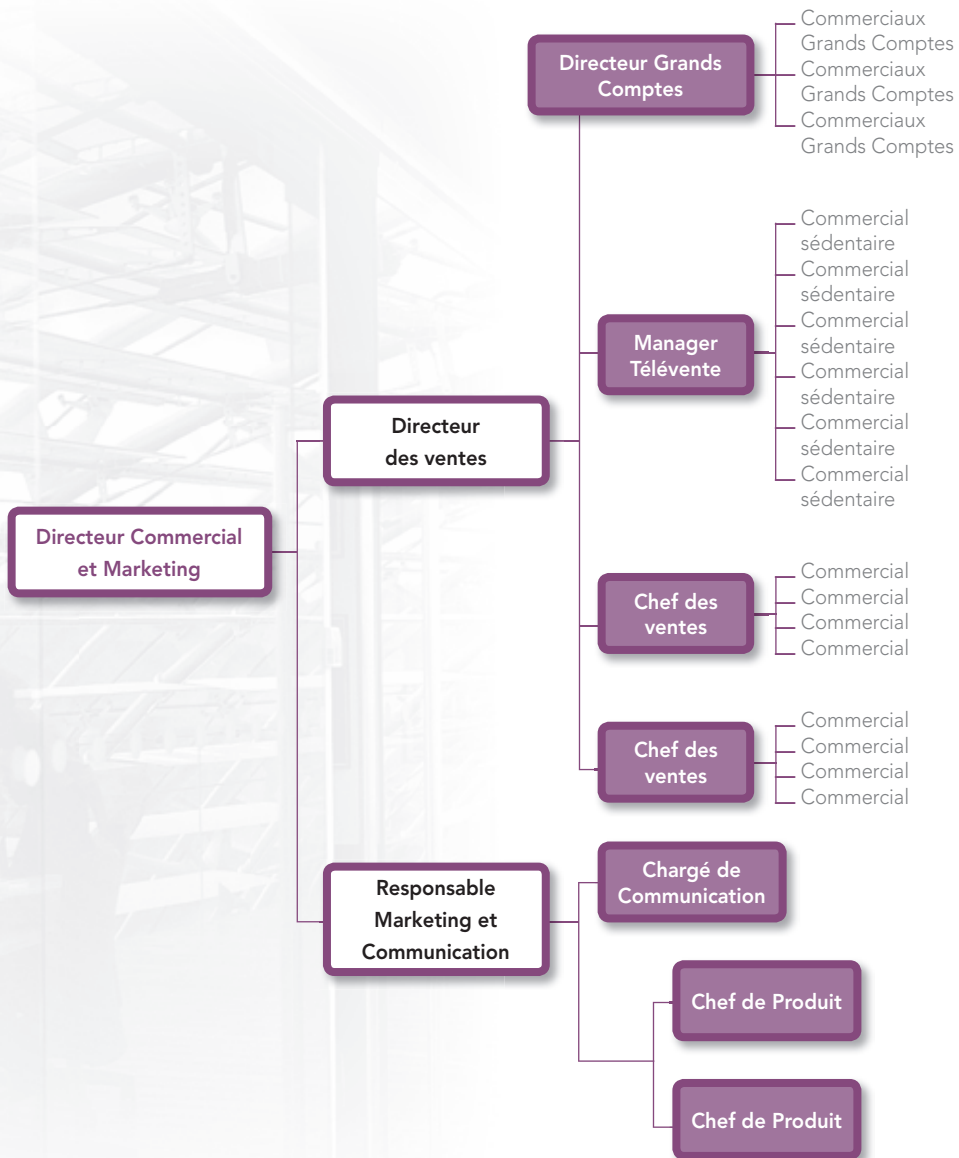
## INDUSTRIE



Les fonctions figurant sur cette page sont des termes génériques et par conséquent, mentionnées au masculin.

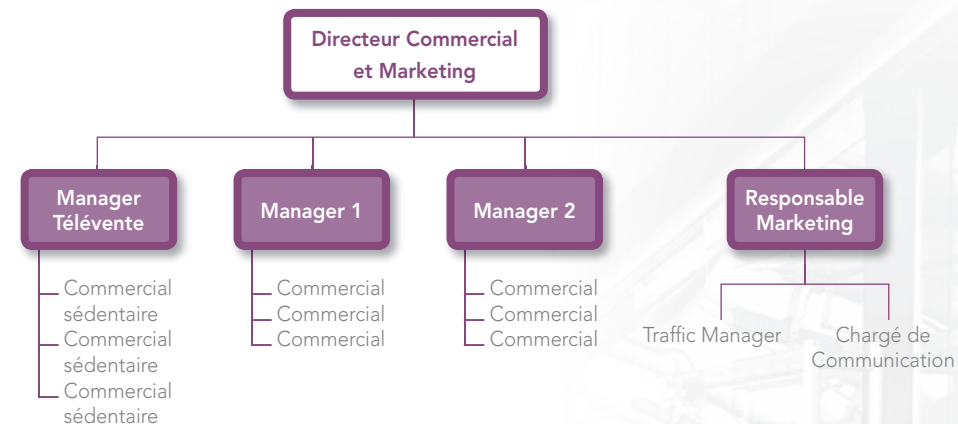
Les fonctions figurant sur cette page sont des termes génériques et par conséquent, mentionnées au masculin.

## SERVICES



Les fonctions figurant sur cette page sont des termes génériques et par conséquent, mentionnées au masculin.

## HIGH-TECH



Les fonctions figurant sur cette page sont des termes génériques et par conséquent, mentionnées au masculin.

Commercial(e) sédentaire (ou télévendeur(se))	p. <b>12</b>
Commercial(e) terrain	p. <b>14</b>
Chef de secteur	p. <b>16</b>
Promoteur(trice) des ventes GMS	p. <b>18</b>
Chef de publicité	p. <b>20</b>
Technico-commercial(e)	p. <b>22</b>



# COMMERCIAL

## COMMERCIAL(E) SÉDENTAIRE

### ■ DESCRIPTION

On trouve des postes de Commerciaux sédentaires ou télévendeurs(euses) dans les secteurs des Services, de l'Industrie et dans l'environnement High-Tech. Ils peuvent intervenir de façon autonome sur une cible définie (TPE / TPI par exemple) ou en binôme avec un Commercial terrain.

- Gestion d'un portefeuille de clients existants
- Actions de prospection ponctuelles ou permanentes
- Analyse des besoins et rédaction d'offres commerciales
- Négociation et vente en direct par téléphone
- Reporting d'activité

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale de type BTS
- Cette fonction s'adresse principalement à des candidats juniors ou à des candidats possédant une expérience commerciale par téléphone

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Très divers en fonction des sociétés

### ■ ÉVOLUTIONS POSSIBLES

- Commercial(e) terrain
- Responsable de cellule télévente

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
22	24	30	26	30	40

Répartition Fixe / Variable en % : de 55/45 pour le secteur des Services à 80/20 dans l'industrie.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe et le variable.

© Page Personnel

## COMMERCIAL(E) TERRAIN

### ■ DESCRIPTION

On trouve ces postes sous des intitulés différents (Attaché commercial, Délégué commercial, Ingénieur commercial) dans les secteurs des Services, du High-Tech et de l'Industrie.

- Responsabilité d'un portefeuille de clients et prospects sur un secteur géographique défini ou sur une typologie de clients précise
- Mise en pratique du plan d'action commerciale afin de développer l'activité en CA et en marge
- Prospection téléphonique et physique
- Visite des clients et prospects, analyse des besoins, rédaction d'offres commerciales
- Négociation et finalisation des contrats
- Reporting

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale Bac +2 à bac +5
- Cette fonction s'adresse à la fois à des candidats juniors et des candidats déjà expérimentés. Elle peut aussi concerner des Commerciaux sédentaires désireux d'évoluer sur le terrain.

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Chef des ventes, Directeur régional

### ■ EVOLUTION

- Vers un poste de Commercial(e) Grands Comptes, un poste au siège (marketing) ou un poste de management

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
24	26	32	30	36	55

Répartition Fixe / Variable en % : de 55/45 dans le secteur High-Tech à 80/20 dans l'Industrie.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe, le variable et presque systématiquement une voiture de fonction (5 places dans 80% des cas).

## CHEF DE SECTEUR

### ■ DESCRIPTION

On trouve des Chefs de secteur au sein des sociétés commercialisant des biens de consommation destinés au grand public. Les Chefs de secteur gèrent des distributeurs dans le secteur de la grande distribution ou le secteur de la distribution sélective.

- Gestion autonome et animation d'un portefeuille de points de vente sur un secteur géographique
- Assurer la présence en magasin des produits, dans le cadre des contrats négociés par enseigne
- Optimiser l'implantation des produits par les techniques de merchandising et en participant activement à la réimplantation des points de vente de son secteur
- Contrôler la rotation des produits et mettre en œuvre les actions permettant de la favoriser (prix, emplacement, promotion, TG)

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale Bac +2 à bac +5
- Cette fonction s'adresse à la fois à des jeunes diplômés et à des candidats déjà expérimentés.
- Elle est également accessible à des promoteurs des ventes qui souhaitent évoluer.

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Chef des ventes, Directeur de région

### ■ EVOLUTION

- Vers un poste au siège en marketing, vers un poste au sein de la cellule Grands Comptes ou vers un poste de management

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
23	25	31	27	29	38

Répartition Fixe / Variable en % : environ 85/15.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe, le variable et systématiquement une voiture de fonction (5 places dans 80% des cas).

© Page Personnel

## PROMOTEUR(TRICE) DES VENTES GMS

### ■ DESCRIPTION

On trouve des postes de Promoteurs(trices) des Ventes au sein de certaines entreprises de grande consommation distribuant leurs produits auprès des distributeurs (GSA / GSS / GSB / négoce). Ils peuvent intervenir de façon autonome sur une cible de distributeurs particulière ou en soutien du Chef de secteur.

- Gestion d'un portefeuille de clients existants composés de Petites et Moyennes Surfaces
- Présentation des gammes de produits et incitation des Chefs de rayon à la commande
- Suivi des références pour optimiser la DN
- Implantation des produits en rayon et montage des têtes de gondoles
- Négociation d'actions adaptées dans chaque enseigne : merchandising, opérations promotionnelles
- Reporting d'activité hebdomadaire

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale de type Bac à bac +2
- Cette fonction s'adresse principalement à des candidats juniors ayant au moins une première expérience commerciale (ou stage long) acquise soit chez un Fournisseur, soit chez un Distributeur.

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Rattaché(e) au Chef des Ventes Régional

### ■ EVOLUTION POSSIBLE

- Chef de secteur

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
20	23	25	23	25	32

Répartition Fixe / Variable en % : 90/10.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe, le variable et fréquemment une voiture de fonction (2 places dans 60% des cas).

© Page Personnel

# CHEF DE PUBLICITÉ

## ■ DESCRIPTION

Le(la) Chef de Publicité commercialise des espaces publicitaires (presse, internet, radio, affichage...). Il(elle) est salarié(e) dans une régie publicitaire ou directement au sein d'une entreprise éditant un support.

- Consolider et développer les relations avec les annonceurs
- Développer le CA avec l'apport de nouveaux clients
- Développer une stratégie afin de positionner les supports commercialisés dans le processus décisionnel des annonceurs
- Assurer le suivi des campagnes publicitaires

## ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale (Bac +2 à bac +5).
- Cette fonction s'adresse à des profils juniors ou expérimentés

## ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Poste rattaché à un Directeur de clientèle ou un Manager commercial

## ■ EVOLUTION

- Evolution vers un poste d'encadrement ou un poste Grands comptes (Directeur(trice) de clientèle)

## ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
25	27	31	35	40	50

Répartition Fixe / Variable : 70/30 environ.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe et le variable.

© Page Personnel

## TECHNICO-COMMERCIAL(E)

### ■ DESCRIPTION

Le(la) Technico-commercial(e) intervient dans le secteur industriel ou plus généralement dans le secteur des biens d'équipements intégrant une dimension technique.

- Responsabilité d'un portefeuille de clients et prospects sur un secteur géographique
- Mise en pratique du plan d'action commerciale afin de développer l'activité en CA et en marge
- Analyse des besoins, rédaction d'un cahier des charges afin de proposer une solution en mode catalogue ou en mode projet
- Interface avec les services techniques internes et externes
- Négociation et finalisation des contrats
- Reporting

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Ce poste s'adresse à des candidats présentant soit une formation technique (BTS et DUT techniques) soit une formation commerciale. Les candidats ayant suivi un double cursus sont bien sûr très recherchés. Une première expérience au minimum en alternance ou lors d'un stage long est souvent impérative.
- Les candidats ayant une formation technique Bac +4/5 ou une école d'Ingénieur sont également très appréciés.

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Rattachement à un(e) Chef des ventes ou un(e) Directeur(trice) commercial(e)

### ■ EVOLUTION

- Vers un poste d'Ingénieur commercial(e) Grands Comptes ou une fonction managériale. Une évolution au siège sur un poste de Responsable produit intégrant une dimension marketing est également envisageable.

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
24	26	30	30	35	40

Répartition Fixe / Variable : 80/20.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe, le variable et presque systématiquement une voiture de fonction (5 places dans 80% des cas).

© Page Personnel

Chef de produit	p. <b>26</b>
Traffic manager	p. <b>28</b>
Chargé(e) de communication	p. <b>30</b>
Responsable trade marketing	p. <b>32</b>
Category manager	p. <b>34</b>



# MARKETING

## CHEF DE PRODUIT

On trouve des Chefs de Produits dans tous les secteurs d'activité.

### ■ DESCRIPTION

- Elaboration du plan Marketing sur sa ligne de Produits
- Analyse et suivi de l'évolution du marché pour adapter le mix produit
- Elaboration et suivi des actions promotionnelles en coordination avec les services commerciaux et logistiques
- Conception en liaison avec les prestataires externes des packagings supports promotionnels, fiches produits

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- BAC +5 de type ESC en général
- Une première expérience au siège (Assistant(e) Chef de Produit, Chef de Produit Junior) ou sur le terrain sur un poste commercial est quasiment systématique

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Rattachement à un Chef de Groupe ou un Directeur Marketing

### ■ ÉVOLUTION

- Vers un poste de Chef de Groupe ou un Poste de Responsable Marketing

### ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
25	27	30	30.	37	50

Répartition Fixe / Variable : 90/10.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe et le variable.

# TRAFFIC MANAGER

## ■ DESCRIPTION

C'est une fonction qui se développe et qui constitue un maillon essentiel dans le développement du site marchand ou du site promotionnel.

- Suivi et optimisation des campagnes search marketing (Google, Yahoo...)
- Création et suivi des outils de mesure sur le trafic généré
- Intégration et référencement de la société sur les sites marchands
- Animation du réseau de sites affiliés
- Mise en ligne des achats d'espace tels que les bandeaux, mots clés, etc.

## ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation de type Bac +5, école de commerce ou université
- Une première expérience marketing ou commerciale dans l'environnement du e-commerce est indispensable

## ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Rattachement possible au Directeur Marketing, au Directeur Commercial ou à la Direction générale

## ■ EVOLUTION

- Vers un poste de Responsable Web Marketing, Responsable Marketing

## ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
25	27	30	30	38	45

Répartition Fixe / Variable en % : 80/20.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€/ an et incluent le fixe et le variable.

© Page Personnel

# CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION

## ■ DESCRIPTION

Le(la) Chargé(e) de Communication intervient généralement en support du Directeur de la communication ou directement auprès de la Direction Générale dans les plus petites structures. Il(elle) a un rôle de gestion et de mise en place des projets initiés par son Manager.

- Création et gestion des supports de communication en externe (site web, documentations, etc.) en coordination avec les prestataires externes
- Suivi logistique et gestion des prestataires dans le cadre des opérations de communication ou des opérations commerciales (salons)
- Création et montage d'opérations de communication internes (challenges, voyages, etc.)

## ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation supérieure de type Bac +2 à bac +5
- Ce poste peut concerner des profils juniors ou plus expérimentés

## ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Rattachement au Directeur de la Communication ou à la Direction Générale

## ■ EVOLUTION

- Vers un poste de Responsable de la Communication. Il(elle) peut aussi se spécialiser sur une compétence particulière (relations presse, communication institutionnelle).

## ■ RÉMUNÉRATION

Débutant(e)			Confirmé(e)		
Min	Med	Max	Min	Med	Max
20	24	27	24	26	32

Répartition Fixe / Variable en % : 100% fixe.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et comprennent le fixe et le variable.

© Page Personnel

## RESPONSABLE TRADE MARKETING

### ■ DESCRIPTION

C'est un poste qu'on trouve principalement chez les industriels de la Grande Consommation et qui a pour principal objectif d'optimiser la collaboration entre l'industriel et le distributeur. Le(la) Responsable Trade Marketing est en étroite relation avec les équipes commerciales (Key Account Manager et équipes terrain) et logistiques.

- Analyse de la politique commerciale du distributeur
- Elaboration d'opérations et d'actions promotionnelles adéquates
- Suivi de la mise en place des actions en coordination avec les équipes de vente, la logistique et les prestataires éventuels
- Valider le déroulement des actions, vérifier leurs résultats et leur rentabilité

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation de type Bac +2 à bac +5
- Une première expérience marketing ou commerciale sur le terrain est souvent privilégiée

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Directeur Commercial ou Directeur d'enseigne

### ■ EVOLUTION

- Vers un poste de Compte clé junior
- Vers un poste de Management commercial (si le collaborateur a déjà une expérience terrain)

### ■ RÉMUNÉRATION

Confirmé(e)		
Min	Med	Max
35	40	55

Répartition Fixe / Variable en % : 90/10.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et incluent le fixe et le variable.

## CATEGORY MANAGER

### ■ DESCRIPTION

Le(la) Category Manager est une fonction récente, mise en place chez les industriels de la Grande Consommation. Il(elle) a vocation à optimiser la collaboration avec les distributeurs pour une gamme de produits donnée.

- Analyse catégorielle du marché (positionnement des distributeurs, des produits concurrents) pour une gamme de produits
- Conception d'un assortiment optimal intégrant la représentation des différents segments et l'optimisation du linéaire, pour chaque distributeur
- Présentation des solutions aux enseignes, participations aux négociations menées par les comptes clés
- Coordination étroite avec le compte clé et les équipes terrain pour la mise en place des plans retenus

### ■ FORMATION & EXPÉRIENCE REQUISES

- Formation commerciale Bac +5
- Un parcours sur le terrain comme Chef de Secteur puis au siège sur des fonctions marketing est privilégié

### ■ RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

Directeur d'enseigne, Directeur Commercial ou Directeur Marketing

### ■ EVOLUTION

- Vers un poste de Compte clé
- Vers un poste de Directeur(trice) de Région pour les candidat(e)s ayant un premier parcours commercial

### ■ RÉMUNÉRATION

Confirmé(e)		
Min	Med	Max
35	40	55

Répartition Fixe / Variable en % : 90/10.

Les rémunérations indiquées sont des rémunérations brutes en K€ / an et comprennent le fixe et le variable.

### **A propos de Page Personnel...**

Appartenant au Groupe Michael Page International Plc, Page Personnel est l'un des acteurs majeurs du recrutement temporaire et permanent en France.

Page Personnel s'appuie sur un réseau national de 200 consultants spécialisés répartis sur 20 bureaux, intervenant au sein de 15 divisions spécialisées :

ADV, Achats & Logistique / Assistanat / Assurance / Audit, Conseil & Expertise / Banque / Commercial & Marketing / Comptabilité & Finance / Distribution & Commerce / Immobilier & Construction / Informatique / Ingénieurs & Techniciens / Juridique & Fiscal / Public & Parapublic / Ressources Humaines / Santé.

### **Une présence à l'international...**

Page Personnel est aussi largement représentée hors de l'hexagone :

- En Europe (Allemagne, Suisse, Espagne, Portugal, Italie, Pays-Bas, Belgique, Luxembourg, Royaume-Uni et Suède)
- En Amérique du Nord (Etats-Unis) et Latine (Brésil et Mexique)
- Et en Océanie (Australie)

### **L'offre de Michael Page International Plc**

Michael Page International Plc recrute pour ses clients des professionnels en intérim, CDD et CDI à tous les niveaux d'expérience, du technicien au dirigeant, grâce à l'expertise de ses consultants répartis au sein des marques suivantes :

- **Michael Page Executive Search** est dédiée à la recherche de Dirigeants et de Managers de transition sur des postes de Direction Générale et de Direction Opérationnelle, fonctionnelle ou encore d'experts. Son champ d'intervention couvre également la recherche d'administrateurs, l'audit et le coaching d'équipes dirigeantes ;
- **Michael Page International** est spécialisée dans le recrutement de cadres confirmés en CDI et CDD ;
- **Michael Page Interim Management** se consacre exclusivement à la recherche de cadres confirmés pour des missions d'intérim ;
- **Page Personnel** intervient sur l'intérim et le recrutement (CDD/ CDI) de techniciens, d'employés, d'agents de maîtrise et de cadres premier niveau.

Pour toute information, contactez :

**Page Personnel**

163, avenue Achille Peretti

92200 Neuilly-sur-Seine

Relations Clients : 01 41 92 70 10

relationsclients@pagepersonnel.fr

www.pagepersonnel.fr



BORDEAUX | CERGY | LILLE | LYON | MARSEILLE | MASSY | NANTES |  
| NEUILLY-SUR-SEINE | NOISY-LE-GRAND | ORLÉANS | PARIS | RENNES | ROISSY |  
| ROUEN | SOPHIA ANTIPOLIS | STRASBOURG | TOULOUSE | VERSAILLES