



Commercialiser et diffuser

Fiche 3.3 Chargé(e) d'affaires en agencement d'intérieur

Attaché d'affaires, commercial, chef de secteur, responsable de projet,...

Le ou la chargé(e) d'affaires agencement est responsable de la relation commerciale ainsi que de la promotion et du développement des affaires de son secteur, conformément aux objectifs commerciaux établis par sa direction.

▲ Activités principales

Selon la taille et l'organisation de l'entreprise, il ou elle assure tout ou partie des activités suivantes :

Etude du marché avec la collaboration des commerciaux, des poseurs ou des apporteurs d'affaires :

- ▶▶ Analyser les opportunités, les tendances et étudier les appels d'offres
- ▶▶ Prospecter les donneurs d'ordres ou apporteurs d'affaires
- ▶▶ Etudier l'offre de la concurrence et son évolution

Elaboration pour son client ou prospect, d'une réponse « sur-mesure » à ses besoins ou à sa demande :

- ▶▶ Recueillir et préciser les données disponibles : plans et dossier de l'architecte ou esquisses, visite des locaux, contraintes à respecter (réglementations techniques, normes de sécurité et d'hygiène, etc.), ainsi que le budget
- ▶▶ Construire un premier projet : analyse technique et financière des besoins et exigences de son client en termes de types de travaux, niveau de qualité, critères esthétiques, délais et durée de vie, etc.
- ▶▶ Conseiller sur le choix des matériaux et des couleurs
- ▶▶ Contribuer au devis avec le bureau d'études

Négociation avec le client et suivi du projet

Accompagnement de l'avancement des travaux par rapport aux délais et régler les litiges

Analyse des résultats du projet réalisé et comparaison avec les objectifs :

- ▶▶ Vérifier sa qualité, son évolution et les délais
- ▶▶ Gérer son budget

Définition du plan de communication, de promotion et du plan d'action commerciale, en appui aux commerciaux :

- ▶▶ Cibles prospects, argumentaires, outils d'aide à la vente, campagnes de promotion, salons, fidélisation, etc.





Commercialiser et diffuser

Fiche 3.3

→ Résultats attendus

- ▶▶ Evolution des résultats de son secteur
- ▶▶ Taux de satisfaction de la clientèle
- ▶▶ Fidélisation des clients, notamment des apporteurs d'affaires

▲ Conditions d'exercice du métier

→ Autonomie et responsabilité

Selon la taille de l'entreprise, ce poste dépend du directeur commercial ou du chef d'entreprise. Dans beaucoup de petites sociétés, ce poste est assuré par le chef d'entreprise.

Autonome pour son secteur, il ou elle est responsable de son chiffre d'affaires, de sa marge et de son développement dans le cadre de la politique définie par sa direction.

→ Moyens et ressources

Equipements informatiques et de communication connectés au réseau de l'entreprise.

Gestion d'une documentation tant sur son secteur (catalogues, photos, dépliants...) que sur son environnement économique et la réglementation en cours.

→ Relations internes et externes

Travail en équipe au sein du service commercial et avec les autres services de l'entreprise : bureau d'études, production et administration.

Relations internes afin d'assurer le rôle d'interface entre le client, le bureau d'études, la production et l'administration, collaboration étroite avec le conducteur de travaux.

Relations externes constantes avec les clients, les apporteurs d'affaires (cabinets d'architectes, entreprises générales, grandes entreprises etc.). Il ou elle est à l'écoute du marché et de la concurrence.

→ Environnement de travail

Il ou elle travaille dans un bureau et très fréquemment en clientèle. Il ou elle peut être amené(e) à se déplacer également sur des salons et à l'étranger.

Les horaires peuvent être irréguliers, ils sont dépendants de ses rendez-vous.

▲ Compétences requises

→ Compétences spécifiques

- ▶▶ Assurer une veille efficace pour anticiper et identifier les besoins des clients et les marchés potentiels
- ▶▶ Etre à la fois créatif et concret, avoir une sensibilité artistique pour concevoir des solutions originales
- ▶▶ Transposer et donner forme aux besoins ou aux idées : esquisses, croquis, plans...
- ▶▶ Avoir une vision globale et connaître les matériaux, les processus de production et contraintes techniques pour vérifier la faisabilité d'un projet, et pour concilier contraintes, esthétique et budget
- ▶▶ Connaître les réglementations en vigueur et leurs sources
- ▶▶ Avoir des qualités relationnelles développées et un esprit d'équipe pour prendre en compte les besoins de chacun, argumenter et assurer un dialogue permanent
- ▶▶ Négocier avec des clients difficiles et des partenaires variés
- ▶▶ Motiver et stimuler une équipe transversale et des partenaires



Commercialiser et diffuser

Fiche 3.3

- ▶▶ Gérer un projet transversal, gérer son secteur
- ▶▶ Evaluer des risques et décider en situation d'urgence ou difficile
- ▶▶ Définir une stratégie pour son secteur et maîtriser les techniques marketing

→ Compétences transversales

- ▶▶ Etre à l'écoute et disponible
- ▶▶ Recueillir, analyser et synthétiser beaucoup d'informations
- ▶▶ S'adapter et réagir rapidement aux changements, les anticiper
- ▶▶ Avoir le sens du service
- ▶▶ Développer un argumentaire et l'adapter en fonction d son interlocuteur
- ▶▶ Savoir gérer un budget
- ▶▶ Faire preuve de rigueur et d'autonomie et savoir s'organiser
- ▶▶ Diffuser l'information pertinente, favoriser la compréhension
- ▶▶ Maîtriser l'informatique de gestion
- ▶▶ Pratiquer une ou des langues étrangères selon les types de clients

▲ Parcours professionnels

→ Formation initiale

Une formation de niveau III ou II, soit de type commercial (école de commerce) soit de type technique (diplômes de l'ENSAA, école Boule, école Camondo, diplôme d'architecte...), ainsi qu'une première expérience de 3 ou 4 ans, sont conseillées afin d'acquérir la double compétence technico-commerciale indispensable.

→ Formation continue

Les modules de formation continue et l'expérience du terrain permettent de développer les compétences requises telles que gestion de projet, technique marketing, négociation, animation d'équipe, suivi budgétaire, langues étrangères, informatique de gestion, etc.

→ Pré-requis

A l'arrivée dans l'entreprise, plusieurs mois sont nécessaires pour se familiariser avec les clients, les processus, les types de produits et leurs spécificités techniques. On peut débiter par un poste d'assistant commercial.

→ Passerelles

Evolution possible vers un poste d'adjoint au chef d'entreprise, ou bien vers un poste de management d'une unité opérationnelle ou d'une filiale à l'étranger.

Evolution possible vers toute autre entreprise de production ou de service en tant que chef de projet ou attaché commercial.