

AMANDA CLOUZEAU, CONCEPTEUR VENDEUR/SNEC



Amanda Clouzeau, fondatrice et dirigeante, concepteur-vendeur.fr; vice-présidente, SNEC

“Il faut savoir tirer parti de l’adversité, et cette période délicate peut permettre aux acteurs de la profession de se concentrer à nouveau sur les fondamentaux qui font la valeur ajoutée de nos métiers si passionnants.”

Nous avons reçu et diffusé, en 2023, plus de 8000 offres d’emploi sur notre site Internet; un chiffre en nette progression par rapport aux années précédentes!

Quant à ce début d’année, force est de constater que les deux premiers mois se sont révélés pour le moins tendus. Un exemple : en février, un client historique m’a demandé de décaler le règlement de son recrutement car il devait conserver un peu de trésorerie pour payer son loyer... Depuis 12 ans que j’ai créé Concepteur Vendeur, personne ne m’avait, jusqu’alors, soumis une telle requête; cela en dit long sur l’activité de notre profession en ce début d’année! Il faut également tenir compte du fait que nombre d’acteurs du marché ont réalisé – forts des excellents résultats enregistrés en 2021 et 2022 – des investissements

parfois colossaux; or les prévisionnels, établis en fonction de ces investissements, sont parfois difficiles à tenir...

Il faut néanmoins savoir tirer parti de l’adversité, et cette période délicate peut – j’en suis convaincue – permettre aux acteurs de la profession de se remettre en cause et de se concentrer à nouveau sur les fondamentaux qui font leur valeur ajoutée: l’accueil client, la découverte des besoins, etc.

En dépit de ce contexte chahuté, Concepteur Vendeur a réalisé un très bon mois de mars et je sens le marché “frémir” depuis quelques semaines (*entretien réalisé le vendredi 12 avril, NDLR*). À fin mars 2024, 1122 offres d’emploi étaient d’ailleurs consultables sur notre site, soit une augmentation de 10% par rapport à N-1 (1110 offres).

Pour en revenir à l’activité de la profession, j’ai l’impression que les gérants de magasins qui misent sur la communication locale – sponsorings de clubs sportifs, flocage des véhicules, etc. – pour améliorer leur visibilité tirent mieux leur épingle du jeu que les autres.

Un constat, toutefois, m’inquiète un peu : depuis peu, je reçois de très nombreuses demandes de recrutements en urgence de gérants de magasins, précisant qu’un de leurs vendeurs n’est pas revenu travailler et quitte la profession du fait d’un passage très faible en points de vente, d’un salaire fixe insuffisant à son goût, etc.

C’est dans ce contexte que l’“Onboarding” prend alors toute sa place! Savez-vous qu’en France, plus de 20% des nouveaux arrivés quittent leur poste au bout d’une semaine? Pour rappel, il s’agit d’un processus qui regroupe toutes les pratiques liées à l’accueil et à l’intégration d’un nouveau salarié au sein de l’équipe. Un “Onboarding” réussi permet d’éviter que la nouvelle recrue ne démissionne, car elle est accompagnée durant toute sa période d’essai.

C’est pour cela que nous proposons en NOUVEAUTÉ à nos clients à la fin de leurs recrutements un “Onboarding” personnalisé du candidat sélectionné, en lui faisant passer un test de personnalité qui va générer une feuille de route en fonction de son profil: résultat, un salarié heureux d’aller travailler et une entreprise qui conserve plus longtemps ses talents!

Concernant les recherches de profils, on assiste de plus en plus à des recrutements de candidats hors “univers”. Les recruteurs sont aujourd’hui plus ouverts à des profils “hors secteur” et recherchent en priorité des commerciaux motivés, et qui ont le sens du service client!

Pour sa part, la CVthèque de Concepteur Vendeur affiche une progression impressionnante avec près de 100 000 candidats inscrits et, en 2023, seuls 54 candidats se sont désinscrits du site, ce qui est très peu et prouve qu’ils demeurent en veille active. Cependant, ils sont de plus en plus nombreux à s’enquérir du... télétravail. Il ne s’agit d’ailleurs pas tant, pour eux, de savoir s’ils peuvent prétendre au télétravail, mais plutôt de connaître le nombre de jours exacts auxquels ils peuvent prétendre! Certains vont même jusqu’à s’offusquer que l’une ou l’autre offre d’emploi ne soit pas plus précise sur ce point. Ce qui ne manque pas, du reste, de déconcerter les recruteurs qui, très souvent, sont confrontés de la part des vendeurs à des demandes de télétravail ou de congé le samedi, alors que tout un chacun sait que ce jour est décisif en ce qui concerne les ventes!

Enfin, les profils des candidats sont toujours divers et variés: certains viennent de la vente automobile, d’autres de la restauration, d’autres encore de l’immobilier, ce qui se comprend compte tenu de la mauvaise passe que traverse actuellement ce secteur. Par ailleurs, certains profils d’architectes “juniors” candidatent... mais, sans formation commerciale, ceux-ci éprouvent des difficultés à se faire embaucher, en cette période où les exigences des recruteurs portent essentiellement sur le “commercial”. Incidemment, je trouve dommage que les écoles d’architecture ou les BTS de type agencement/design d’espace n’intègrent pas un module de vente à leur cursus de formation; sans ce dernier, certains candidats s’orientent mal et se rendent compte trop tard qu’ils n’ont pas la fibre commerciale.