

GUIDE PRATIQUE

Recruter les bons commerciaux : le guide complet !

CONSEILS D'EXPERTS & BONNES PRATIQUES



Edito

| Pourquoi ce guide ?

Un commercial n'est pas seulement un vendeur : c'est le visage de votre entreprise sur le terrain. Chaque rendez-vous, chaque appel, chaque échange contribue à façonner l'expérience que le client va associer à votre marque. Un argumentaire solide peut convaincre un prospect, mais c'est souvent la qualité de la relation humaine qui transforme cette première rencontre en partenariat durable.

Au-delà de la signature d'un contrat, les commerciaux sont :

- Des ambassadeurs **qui incarnent vos valeurs** et renforcent votre image de marque.
- Des capteurs de signaux faibles, **attentifs aux évolutions du marché et aux attentes des clients.**
- Des **catalyseurs de croissance**, qui fidélisent, génèrent des ventes additionnelles et stimulent les recommandations.

Recruter un bon profil commercial est donc un enjeu majeur. Il ne s'agit pas seulement d'évaluer la capacité à vendre, mais de comprendre comment un candidat s'inscrit dans votre stratégie commerciale, votre culture et votre contexte de marché. Un commercial performant dans une entreprise peut se révéler inadapté dans une autre, simplement parce que les cycles de vente, les clients ou les modes de fonctionnement diffèrent.

Dans un environnement de plus en plus digitalisé et concurrentiel, les compétences techniques ne suffisent plus. Les soft skills – curiosité, écoute active, adaptabilité, persévérance – sont désormais décisives pour garantir des performances durables.

Chez PerformanSe, nous sommes convaincus que la réussite commerciale repose sur un alignement juste entre un profil, un contexte et une culture d'entreprise.

Bonne lecture à tous !

Le saviez-vous ?

60% 

des clients déclarent que **leur fidélité dépend avant tout de la qualité de la relation** avec leur commercial (Salesforce, 2024).

70% 

des managers commerciaux **considèrent que les soft skills sont plus difficiles à évaluer que les compétences techniques** (LinkedIn Talent Solutions, 2023).

40 à 60 jours 

c'est en moyenne le **temps nécessaire pour recruter un commercial, un processus coûteux en raison de la complexité du profil recherché** (Glassdoor, 2024).

Profil des commerciaux : ce que révèlent les données

Les commerciaux sont-ils tous extravertis et en quête de pouvoir ? Nous avons exploré les données d'un échantillon de **13 548 personnes** ayant passé nos tests psychométriques sur les préférences comportementales, les leviers motivationnels et la relation au travail. L'enjeu : repérer ce qui différencie les commerciaux des non commerciaux sur le plan comportemental. **L'analyse statistique des données de la fonction commerciale révèle quelques surprises...**

Qu'est-ce qui différencie les commerciaux des autres fonctions ?

PerformanSe a observé que les populations commerciales se distinguaient de manière significative sur trois préférences comportementales principales :

- **L'extraversion**, qui se traduit par une aisance relationnelle et une grande facilité à s'exprimer en public.
- **L'affirmation de soi** – confiance en soi, signe d'une forte estime personnelle.
- **La combativité** – esprit de compétition, reflet d'une capacité à se dépasser et à entrer dans une logique de challenge.

« L'analyse de nos données montre que les commerciaux sont plus extravertis que la moyenne. Ils manifestent également une plus forte affirmation de soi, autrement dit une confiance en eux plus marquée, et une combativité qui traduit un véritable esprit de compétition », **explique Arnaud Trenvoux, Responsable R&D PerformanSe.**

A ces trois traits combinés s'ajoute une plus forte auto-efficacité (confiance en ses compétences) qui témoignent d'un profil type où l'image de soi serait plus élevées que chez les non-commerciaux. **Autrement dit, les commerciaux croient davantage en leur capacité à réussir et à surmonter les obstacles.** C'est une quête de dépassement de soi qui s'exprime dans leur manière d'aborder le travail.

Quelques idées reçues battues en brèche

Dès lors que l'on creuse l'analyse statistique, **le portrait-robot du commercial apparaît moins uniforme qu'on pourrait l'imaginer.** Par exemple, on entend souvent que le commercial doit être avant tout à l'écoute de ses clients. Or, nos résultats montrent que, tout comme dans la population générale, on trouve parmi les commerciaux aussi bien des profils très à l'écoute que d'autres qui le sont beaucoup moins. Autrement dit, l'écoute ne constitue pas un trait caractéristique de la fonction commerciale dans son ensemble : **il s'agit davantage d'une caractéristique individuelle.**

« Les commerciaux ne privilégient pas une écoute empreinte d'affectivité et d'empathie, mais ils sont néanmoins en mesure d'exercer une écoute plus distanciée et analytique, leur permettant de saisir avec justesse les besoins de leurs clients. », nuance **Arnaud Trenvouez.**

De la même manière, des qualités comme l'indépendance ou la persévérance ne se révèlent pas significativement plus fortes chez les commerciaux que chez les non commerciaux.

Et si l'on regardait du côté du contrat psychologique ?

On pourrait penser que les commerciaux s'inscrivent dans une logique de contrat transactionnel, c'est-à-dire un rapport au travail centré sur l'échange de contributions contre des contreparties (salaire, bonus, avantages). Pourtant, nos données montrent bien le contraire. **La population commerciale exprime un souhait marqué pour un contrat psychologique relationnel, c'est-à-dire un engagement qui dépasse la simple transaction.**

Cela signifie :

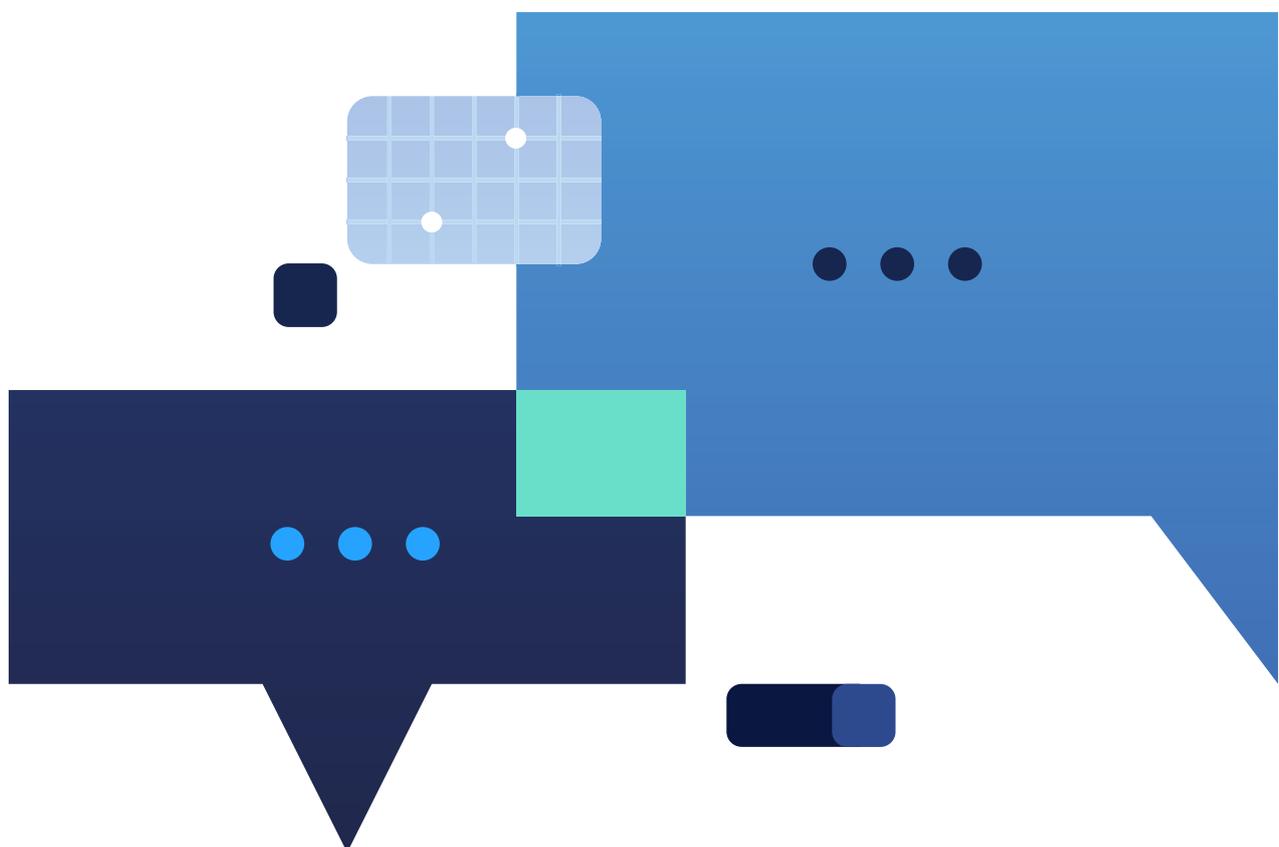
- **une identification forte aux valeurs** de l'entreprise,
- **un investissement personnel au-delà des missions** formelles et du cadre de travail,
- **une projection dans le temps**, avec une envie de participer à la réussite de l'entreprise.

Ce type de contrat psychologique relationnel illustre le fait que **les commerciaux recherchent avant tout une relation durable et de confiance avec leur organisation**, plutôt qu'un simple rapport d'échange limité aux résultats immédiats. Un autre point marquant vient renforcer ce constat : les commerciaux, plus que les non commerciaux, attribuent leurs réussites et leurs échecs à eux-mêmes.

Contrairement aux idées reçues, ils ne rejettent pas la responsabilité sur le produit, le client ou l'équipe. **Bien au contraire, ils ont tendance à considérer que les échecs sont de leur fait et non celui de leur environnement.** Cette posture traduit une forte responsabilisation individuelle et une croyance profonde en leur capacité à influencer le cours des choses.

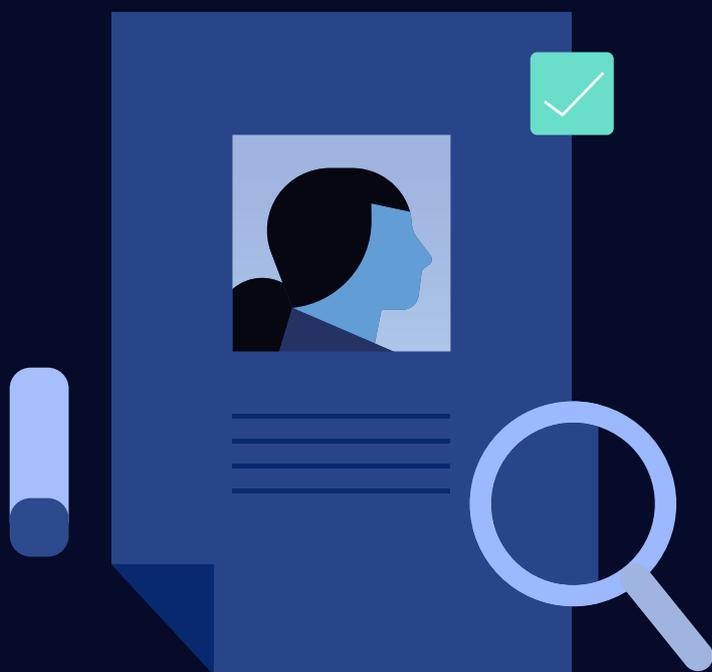
En bref...

Les commerciaux se distinguent par une forte croyance en leurs capacités et par la conviction que leurs résultats dépendent avant tout de leurs propres actions. Cette posture nourrit **un profil compétitif et confiant**, où le goût du challenge occupe une place centrale. Au-delà de la performance individuelle, ils expriment aussi une volonté de s'inscrire dans un projet collectif, en partageant les valeurs et la réussite de leur entreprise. C'est cette combinaison de compétitivité personnelle et d'investissement durable qui façonne l'originalité de la fonction commerciale.



ÉTAPE 01

Avant de recruter : définir votre besoin



Avant de recruter : définir votre besoin

Recruter le bon commercial, ce n'est pas chercher un profil "universel" qui conviendrait à tout le monde. **C'est identifier le profil idéal pour VOTRE contexte.** Cette réflexion passe par deux étapes : analyser votre environnement de vente, puis déterminer le type de commercial adapté.

Quel est votre type de vente ?

1

La vente complexe :

plusieurs décideurs, solutions personnalisées, cycles longs. Ici, la patience, la capacité à créer une relation de confiance et à naviguer dans des organisations complexes sont essentielles.

2

La vente projet :

basée sur un besoin précis, co-construite avec le client, avec un suivi attentif jusqu'à la livraison. Elle exige coordination, adaptabilité et gestion de projet.

3

La vente simple :

cycles courts, décisions rapides. L'efficacité, la réactivité et la capacité à conclure vite priment sur la construction d'une relation long terme.

Quel est votre profil type d'acheteur ?

- **L'Explorateur** : curieux, avide de nouveautés, séduit par l'innovation et la différenciation.
- **Le Relationnel** : attaché à la confiance et à l'authenticité dans les échanges.
- **Le Rationnel** : décide sur la base d'éléments factuels, ROI, études comparatives.
- **L'Expert** : attend un discours technique précis et une démonstration de performance.

Quel style de commercial recherchez-vous ?

Le chasseur :

aime la conquête, recherche en permanence de nouvelles opportunités.

Esprit de compétition

Curiosité

L'expert :

s'appuie sur une forte expertise technique pour conseiller avec précision.

Méthode

Adaptation

L'éleveur :

excelle dans la fidélisation, anticipe les besoins de ses clients.

Relation de confiance

Ecoute

Le négociateur :

sait défendre ses positions tout en maintenant une relation constructive.

Persévérance

Assertivité

Astuce RH : croiser ces trois variables (type de vente, type de client, style de commercial) vous permet de créer une véritable **cartographie de votre profil idéal**.

Compétences clés par profil

Grille d'évaluation des compétences techniques et comportementales selon les profils commerciaux

Chasseur

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Prospection commerciale | <input type="checkbox"/> | • Proactivité | <input type="checkbox"/> |
| • Techniques de vente | <input type="checkbox"/> | • Aisance relationnelle | <input type="checkbox"/> |
| • Maîtrise du CRM | <input type="checkbox"/> | • Esprit de conquête | <input type="checkbox"/> |

L'expert

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Connaissance du produit | <input type="checkbox"/> | • Méthodique | <input type="checkbox"/> |
| • Conseil client | <input type="checkbox"/> | • Esprit d'analyse | <input type="checkbox"/> |
| • Pédagogie | <input type="checkbox"/> | • Sens de l'observation | <input type="checkbox"/> |

L'éleveur

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| • Veille marché | <input type="checkbox"/> | • Ecoute active | <input type="checkbox"/> |
| • Gestion du portefeuille | <input type="checkbox"/> | • Sens du relationnel | <input type="checkbox"/> |
| • Fidélisation client | <input type="checkbox"/> | • Anticipation | <input type="checkbox"/> |

Le négociateur

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Techniques de négociation | <input type="checkbox"/> | • Argumentation | <input type="checkbox"/> |
| • Gestion des objections | <input type="checkbox"/> | • Persévérance | <input type="checkbox"/> |
| • Closing | <input type="checkbox"/> | • Orientation résultats | <input type="checkbox"/> |

Astuce RH : pendant l'entretien, cherchez des exemples précis où ces compétences ont été mises en œuvre, plutôt que des déclarations générales.

70 à 85%

du succès en vente repose sur les soft skills du commercial plutôt que sur les compétences techniques.

Source : LinkedIn Learning, 2023.

Compétences clés par phase du cycle de vente

Le parcours d'un commercial performant n'est pas une suite d'actions improvisées : c'est un processus structuré où chaque étape demande des compétences précises, techniques et comportementales. Bien comprendre et évaluer ces compétences est crucial pour identifier les talents qui sauront convertir un prospect en client fidèle. **Voici les 4 étapes incontournables du processus de vente et leurs compétences associées :**

#1.

La prospection

| Trouver et créer l'opportunité

La prospection est **la première marche vers la réussite commerciale**. Elle consiste à identifier de nouveaux clients potentiels et à créer un premier contact prometteur. Un bon commercial ne se contente pas d'attendre que les opportunités arrivent : il va les chercher.

Compétences clés à évaluer :

Veille commerciale

capacité à analyser le marché, détecter les tendances, surveiller la concurrence et anticiper les besoins émergents.

Prospection

savoir cibler les bons interlocuteurs, créer l'intérêt, obtenir un rendez-vous et qualifier rapidement un prospect.

Pourquoi c'est important :

Un commercial qui maîtrise la prospection garantit un flux constant d'opportunités dans le pipeline. Sans cette compétence, même le meilleur argumentaire n'aura personne à convaincre.

| **Astuce RH** : en entretien, demandez au candidat de vous raconter comment il a identifié sa dernière grande opportunité de vente. Cherchez les signaux faibles qu'il a su repérer.

#2.

La découverte

| Comprendre en profondeur les besoins du client

La découverte est l'étape où l'on **pose les bases de la relation**. C'est ici que le commercial doit comprendre, au-delà de la demande exprimée, les motivations, contraintes et priorités du client.

Compétences clés à évaluer :

Recueil du besoin

poser les bonnes questions,
reformuler pour valider la
compréhension et montrer
un réel intérêt pour le client.

Analyser

exploiter les informations
recueillies pour identifier
les enjeux prioritaires et
détecter les opportunités
implicites.

Pourquoi c'est important :

Une mauvaise découverte conduit souvent à une proposition hors sujet. Un bon commercial sait que vendre, c'est avant tout comprendre.

| **Astuce RH :** lors d'une mise en situation, jouez le rôle d'un client flou sur ses besoins. Voyez comment le candidat creuse et reformule avant de proposer.

#3.

L'argumentation

| Convaincre avec pertinence

C'est le moment où le commercial **transforme les besoins identifiés en une proposition claire et attractive**. L'argumentaire ne se limite pas à vanter les mérites d'un produit : il doit répondre précisément aux attentes détectées.

Compétences clés à évaluer :

Expertise conseil

connaissance approfondie du produit, du marché et de la concurrence, capacité à adapter son discours à l'interlocuteur.

Convaincre

savoir présenter ses arguments avec assurance, répondre aux objections et instaurer un échange constructif.

Pourquoi c'est important :

Un argumentaire pertinent fait passer le client de l'intérêt à l'envie d'acheter. C'est aussi l'étape où la différenciation se joue.

Astuce RH : demandez au candidat de préparer un argumentaire en 10 minutes sur un produit fictif. Observez sa capacité à structurer ses idées et à s'adapter à votre profil de "client".

#4.

Le closing

| Transformer l'essai

Le closing est le **moment décisif** où l'on transforme une opportunité en signature. Il demande un savant mélange de persuasion, de timing et de diplomatie.

Compétences clés à évaluer :

Esprit de compétition



motivation à atteindre (et dépasser) ses objectifs, capacité à rester actif et impliqué jusqu'au bout.

Négociateur



trouver un terrain d'entente en préservant ses marges et en respectant les attentes du client.

Pourquoi c'est important :

Sans un bon closing, tout le travail de prospection, de découverte et d'argumentaire peut être réduit à néant. C'est ici que l'énergie et la rigueur paient.

Astuce RH : en mise en situation, introduisez une objection de dernière minute. Observez si le candidat se crispe ou s'il sait rebondir avec des solutions.

Compétences clés du cycle de vente

| Grille d'évaluation des compétences selon les étapes du processus de vente

01. Prospection

- | | | | |
|---|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| • Maîtrise des outils de prospection | <input type="checkbox"/> | • Anticipation | <input type="checkbox"/> |
| • Génère des opportunités | <input type="checkbox"/> | • Curiosité | <input type="checkbox"/> |
| • Analyse du marché et veille concurrentielle | <input type="checkbox"/> | • Esprit de conquête | <input type="checkbox"/> |

02. Découverte

- | | | | |
|---|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Techniques de questionnement | <input type="checkbox"/> | • Écoute active | <input type="checkbox"/> |
| • Compréhension des besoins et des enjeux | <input type="checkbox"/> | • Analyse | <input type="checkbox"/> |
| • Capacité à relier besoins et solutions | <input type="checkbox"/> | • Sens de l'observation | <input type="checkbox"/> |

03. Argumentation

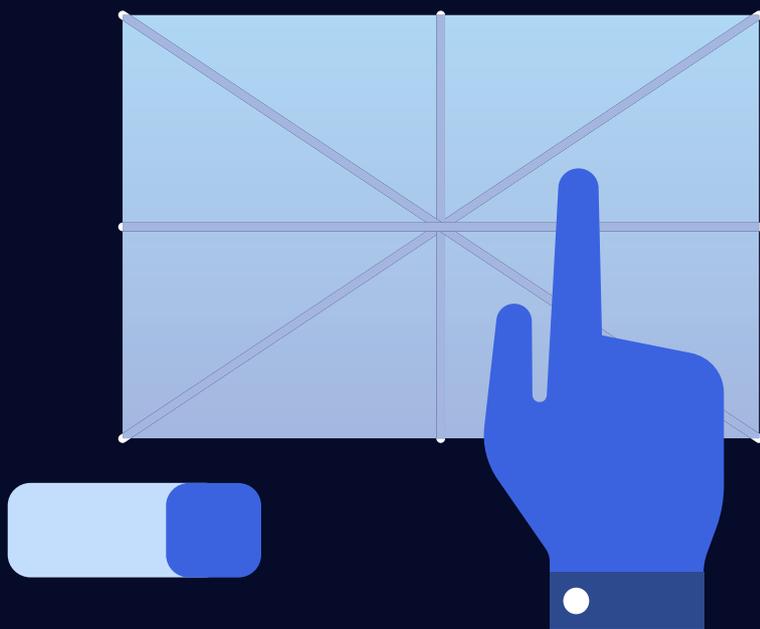
- | | | | |
|--|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| • Connaissance produit | <input type="checkbox"/> | • Assurance | <input type="checkbox"/> |
| • Structure d'un discours de vente | <input type="checkbox"/> | • Adaptabilité | <input type="checkbox"/> |
| • Techniques de réponse aux objections | <input type="checkbox"/> | • Echange constructif | <input type="checkbox"/> |

04. Closing

- | | | | |
|---|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Maîtrise des techniques de négociation | <input type="checkbox"/> | • Esprit de compétition | <input type="checkbox"/> |
| • Gestion des conditions contractuelles | <input type="checkbox"/> | • Résilience | <input type="checkbox"/> |
| • Connaissance des leviers de décision client | <input type="checkbox"/> | • Persévérance | <input type="checkbox"/> |

ÉTAPE 02

S'appuyer sur des méthodes d'évaluation efficaces.



02. S'appuyer sur des méthodes efficaces

Recruter un commercial ne peut pas reposer uniquement sur un entretien classique ou sur l'impression générale laissée par un candidat. Pour avoir une vision complète de son potentiel, de son style de travail et de ses axes de progrès, il est nécessaire **de croiser plusieurs méthodes d'évaluation**. En combinant des approches objectives, pratiques et comportementales, vous réduisez considérablement le risque d'erreur de casting et vous augmentez vos chances d'intégrer le bon profil.



#1. Test Psychométrique

Outil standardisé qui évalue personnalité, motivations et aptitudes. Avec l'outil **BOOST**, évaluez un candidat sur les comportements prédictifs de la performance commerciale : identifiez s'il est fait pour vendre, comment il vend, et dans quel environnement il performera le mieux.

| **Avantages** : vision concrète du style commercial, capacité d'adaptation.



#2. Mise en situation

Simuler un rendez-vous client ou une négociation permet d'observer en direct l'aisance relationnelle, la réactivité et la gestion des objections.

| **Avantages** : vision concrète du style commercial, capacité d'adaptation.

| **Astuce RH** : en mise en situation, introduisez une objection de dernière minute. Observez si le candidat se crispe ou s'il sait rebondir avec des solutions.



#3. Assessment Center

Approche intégrée qui associe tests psychométriques, exercices pratiques et entretiens structurés afin d'évaluer à la fois les aptitudes, les comportements et la motivation. C'est la méthode la plus prédictive de la réussite commerciale.

| **Avantages** : vision globale et fiable de la performance future, réduction maximale du risque d'erreur de recrutement.

BOOST : outil d'évaluation des aptitudes commerciales

BOOST permet d'évaluer un candidat ou collaborateur sur les comportements prédictifs de la performance commerciale. Vous identifiez rapidement s'il est fait pour vendre, comment il vend, et dans quel environnement il performera le mieux !

01. Le profil commercial

Cette section du rapport présente le potentiel commercial du candidat, exprimé en pourcentage, afin d'évaluer ses prédispositions à réussir dans une fonction de commerciale. **Elle met en évidence ses qualités et dispositions personnelles** — qu'il soit Chasseur, Expert, Éleveur ou Négociateur — offrant ainsi une lecture claire de sa manière naturelle d'aborder la relation client et le développement commercial.

Votre profil commercial

Quelle commerciale êtes-vous?

Potentiel Commercial

Renvoie aux qualités et dispositions personnelles qui soutiennent la réussite commerciale.

39%

Ce profil laisse apparaître des prédispositions modérées pour les actions de vente.

Le contact s'installe plus volontiers lorsque le contexte est connu et les échanges se déroulent avec simplicité, avec une posture attentive et le contact reste présente, mais exprimée avec une certaine réserve qui traduit une prudence d'aborder la relation de vente.

Style Commercial

Reflète la manière d'aborder la vente et la relation client. Il traduit la personnalité privilégiée pour atteindre ses objectifs.

66%

Éleveuse

Les personnes avec ce profil privilégient la relation client, sont attentives aux besoins, connectées aux évolutions du marché et cultivent la fidélisation et la proximité client.

57%

Négociatrice

Les personnes avec ce profil sont convaincantes, restent à l'écoute de la demande et font avancer la discussion.

Les personnes avec ce profil sont directes et avancent avec détermination.

02.

Compétences commerciales

Le métier commercial repose sur un processus structuré, jalonné d'étapes qui demandent chacune des compétences spécifiques. Cette page permet d'évaluer ses atouts et ses marges de progression selon les quatre moments clés du cycle de vente.

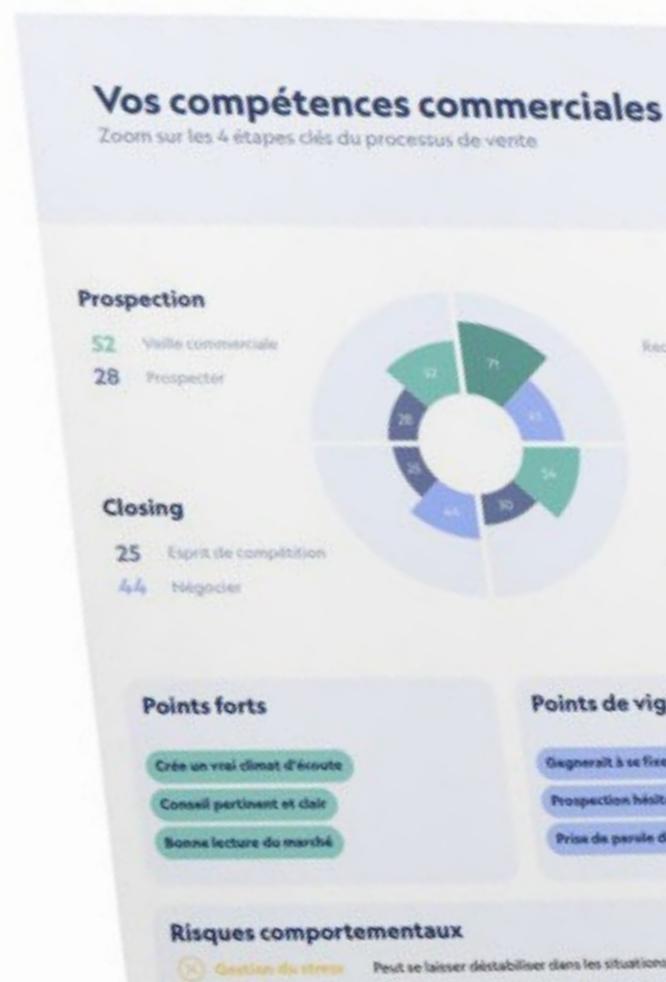
03.

Environnement de vente idéal

La performance commerciale repose aussi sur l'adéquation entre un profil et son environnement. Cette section du rapport identifie les contextes où le candidat est le plus à l'aise, le type de ventes qui lui correspond, les profils d'acheteurs privilégiés et son mode de fonctionnement au quotidien.

Vous souhaitez tester BOOST ?

DEMANDE DE DEMO



Questions d'entretien par profil commercial

Questions d'entretien adaptées au profil commercial recherché.
Si vous recherchez un profil...

Chasseur :

- Donnez un exemple où vous avez ouvert un marché ou conquis un client difficile.
- Comment maintenez-vous votre motivation quand les résultats tardent ?

Expert :

- Comment adaptez-vous un discours technique à un interlocuteur non expert ?
- Racontez une fois où votre expertise a permis de remporter une vente.

Eleveur :

- Comment avez-vous transformé un client occasionnel en client fidèle ?
- Citez un exemple où vous avez anticipé un besoin avant que le client ne l'exprime

Négociateur :

- Racontez une négociation difficile où vous avez trouvé un accord
- Comment gérez-vous une objection de dernière minute, avant la signature ?

Questions d'entretien

| Guide de questions d'entretien pour approfondir les résultats d'un test psychométrique

Votre profil commercial

Objectif : Explorer la posture dominante et le style naturel du candidat

- Comment vous retrouvez-vous dans ce style commercial ?
- Quelles situations vous permettent le plus d'exprimer cette posture ?
- Qu'est-ce qui, selon vous, vous rend efficace dans une relation client ?

Vos compétences commerciales

Objectif : Faire émerger des exemples concrets et tester la prise de conscience des forces/faiblesses

- Parmi les étapes de la vente, lesquelles sont les plus naturelles pour vous ?
- Y a-t-il une étape que vous trouvez plus délicate à aborder ?
- Comment préparez-vous vos rendez-vous client ? Sur quoi vous appuyez-vous ?

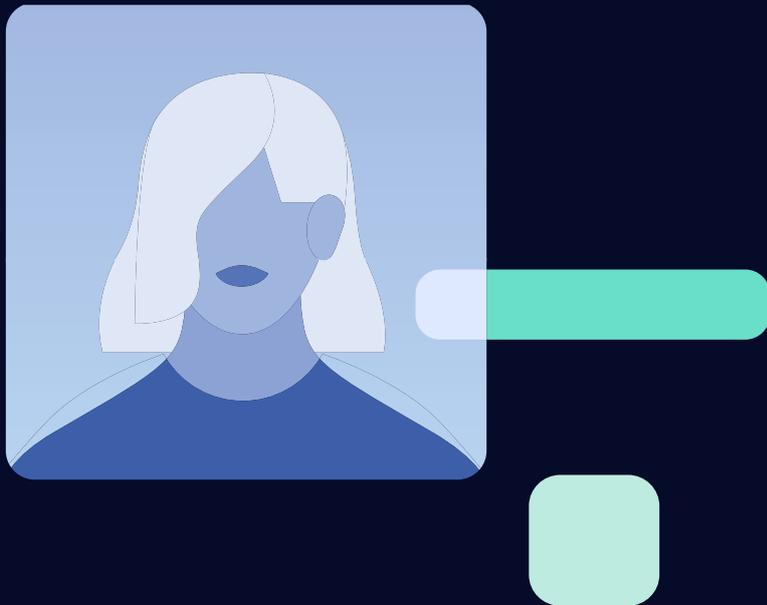
Votre environnement de vente idéal

Objectif : Identifier les conditions de réussite du candidat

- Quel type de cycle de vente vous motive le plus : rapide, relationnel, stratégique ?
- Comment réagissez-vous face à des interlocuteurs exigeants ou à des contextes instables ?

ÉTAPE 03

Réussir l'intégration : la clé d'une performance



03. Réussir l'intégration : la clé d'une performance

Recruter le bon commercial n'est que la première étape. **Pour transformer ce recrutement en succès durable, l'intégration joue un rôle décisif.** Un onboarding efficace ne peut pas être standardisé : il doit s'adapter au profil du commercial que vous avez sélectionné. Les attentes, les besoins d'accompagnement et les leviers de motivation diffèrent selon qu'il s'agit d'un Chasseur, d'un Éleveur, d'un Expert ou d'un négociateur.

Un onboarding bien conçu permet de consolider l'adéquation entre :

- **le profil choisi** (chasseur, éleveur, expert ou as de la négo),
- **le contexte de vente de l'entreprise,**
- **et les axes de développement individuels identifiés** lors des évaluations.

Pourquoi personnaliser l'intégration ?

- **Accélérer la montée en puissance** : en misant sur les points forts déjà présents.
- **Réduire le risque d'échec** : en anticipant les zones de fragilité du commercial.
- **Renforcer l'engagement** : en montrant que l'entreprise reconnaît et valorise son style de travail.
- **Créer un contrat relationnel durable** : au-delà du salaire et des objectifs, il s'agit de construire une relation de confiance et d'alignement.

En somme, une intégration réussie est celle qui combine formation, accompagnement et suivi, mais surtout qui s'adapte au style et aux besoins du profil recruté.

Guide d'intégration par profil commercial (1/2)



Le chasseur :

Priorité d'intégration : lui donner rapidement les clés du marché et de l'offre pour qu'il puisse démarrer la prospection.

Accompagnement : coaching terrain sur les messages clés, entraînement à l'utilisation des outils (CRM, prospection digitale).

À surveiller : son impatience naturelle. Prévoir un suivi régulier pour canaliser son énergie et garder la motivation en cas de résultats différés.



L'expert :

Priorité d'intégration : immersion technique (produits, services, benchmarks marché).

Accompagnement : mentorat par un profil senior, accès privilégié aux équipes techniques et marketing.

À surveiller : sa tendance à rester trop centré sur l'expertise. L'aider à simplifier son discours pour le rendre accessible à des interlocuteurs non spécialistes.

Guide d'intégration par profil commercial (2/2)



L'éleveur :

- **Priorité d'intégration** : connaissance approfondie du portefeuille client et des process internes (SAV, suivi client).
- **Accompagnement** : mise en binôme sur des visites clients, formation à l'utilisation des données clients pour anticiper les besoins.
- **À surveiller** : éviter qu'il se limite à la gestion de l'existant. Encourager l'ouverture à de nouvelles opportunités commerciales (upsell, cross-sell).

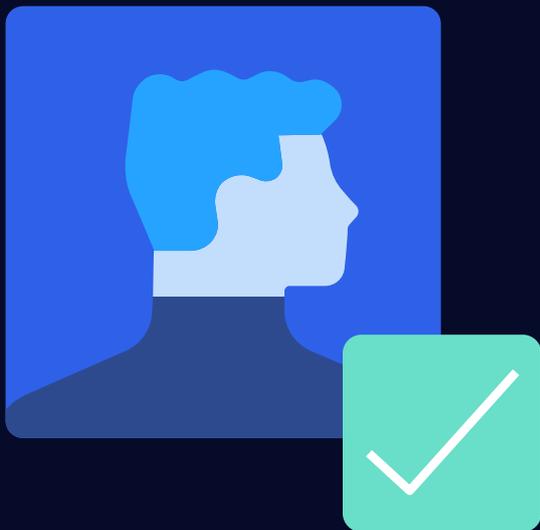


Le négociateur :

- **Priorité d'intégration** : ateliers pratiques sur la négociation et le closing (mises en situation).
- **Accompagnement** : observation lors de rendez-vous stratégiques, feedback détaillé post-négociation.
- **À surveiller** : sa propension à "jouer le match seul". L'aider à travailler en synergie avec les équipes internes (avant-vente, support, marketing).

TÉMOIGNAGE RH

Les bons commerciaux : une ressources (très) rare !



Les bons commerciaux : une ressource (très) rare !

inetum.
Positive digital flow

Inetum, leader européen des services digitaux, regroupe 27 000 collaborateurs dans 19 pays. Porté par son ambition de croissance et d'échelle, Inetum a généré un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros en 2024. Les fonctions commerciales y sont stratégiques, et, comme l'explique **Paul DOUCET, Responsable recrutement**, l'évaluation des soft skills occupe une place centrale dans le recrutement des équipes commerciales.

Le recrutement des commerciaux constitue pour vous un enjeu majeur...

Absolument ! Parce que le groupe est en pleine dynamique et en fort développement. Le commerce est le nerf de la guerre et les talents commerciaux sont rares en raison d'une concurrence exacerbée pour les recruter. Tous les postes de la ligne commerciale sont clés pour notre organisation : les ingénieurs commerciaux juniors ou confirmés, les Business Managers, les directeurs commerciaux...

Quels sont les profils que vous recherchez au sein du groupe ?

La culture du Groupe, liée au fait que nous

sommes à la fois une entreprise agile et un grand groupe international, induit beaucoup de proximité, de liberté, de réactivité et d'innovation dans nos modes de fonctionnement. Nous cherchons donc des candidats à l'état d'esprit positif, entreprenants, pragmatiques, réactifs, ouverts, capables de s'adapter très vite, et que nous attirons avec cette promesse très concrète d'autonomie réelle et d'évolution rapide possible dans leur carrière. Nous fabriquons ainsi des parcours de carrière que chacun peut moduler pour créer son propre chemin quel que soit son métier de mission en mission, et selon ses appétences technologiques ou sectorielles.

Quelles sont les soft skills pour vous les plus importantes ?

Les soft skills sont vraiment l'essentiel du job commercial, et c'est aussi pourquoi nous utilisons désormais des questionnaires de tendances comportementales en appui de tous nos recrutements de commerciaux. Pour nous, l'agilité intellectuelle est une compétence clé par exemple, de même que la capacité de dépassement, mais aussi le sens du client, du service, la capacité à comprendre ses besoins pour mieux y répondre.

Comment utilisez-vous les tests de recrutement aujourd'hui ?

Nous avons longtemps utilisé les tests de manière ponctuelle, plutôt quand nous avons un doute sur un candidat, pour en préciser l'importance. Aujourd'hui, nous avons généralisé l'usage des tests PerformanSe, notamment Perf'Co, dans le cadre d'un entretien RH. Ils nous permettent d'évaluer les compétences commerciales et le savoir être des candidats afin de mieux

objectiver nos processus de sélection et d'être une véritable aide à la décision. Le fait de modéliser des attendus sur une série de compétences clés a permis d'homogénéiser les approches au sein du Groupe, et nous assurent ainsi – pour l'ensemble des candidats retenus - d'un socle de soft skills clairement partagées.

Quelles sont les soft skills pour vous les plus importantes ?

En général, les résultats des tests modifient peu la perception que nous avons d'un candidat suite à un entretien, mais ils nous aident à préciser la représentation que nous pouvons nous en faire. Ils offrent ainsi la possibilité d'un échange ouvert et constructif avec le candidat. Du côté des managers, les résultats vont nous permettre de mieux définir, argumenter, communiquer sur les zones de vigilance et de progrès des candidats retenus, pour faciliter leurs intégrations. Et ils nous aident à leur proposer aussi des talents différents de ceux dont ils ont l'habitude... notamment pour les profils les plus juniors ou des profils qui ne viennent pas de l'IT !

« Les soft skills sont vraiment l'essentiel du job commercial, et c'est aussi pourquoi nous utilisons désormais des questionnaires de tendances comportementales en appui de tous nos recrutements de commerciaux. »

Paul DOUCET,
Responsable recrutement

inetum.
positive digital flow

Conclusion

Miser sur l'humain pour booster la performance commerciale

Dans un environnement où les marchés évoluent rapidement et où les attentes des clients se complexifient, **la force commerciale reste l'un des piliers les plus stratégiques de l'entreprise**. Recruter le bon commercial ne se limite pas à trouver un vendeur compétent : c'est identifier un profil qui saura s'épanouir dans votre contexte, établir des relations durables avec vos clients et contribuer activement à votre croissance.

En définissant clairement vos besoins, en croisant l'analyse du type de vente, du profil client et du style de commercial, puis en évaluant à la fois les compétences techniques et les soft skills, vous vous donnez toutes les chances de faire un choix éclairé. **La combinaison de méthodes variées — entretiens structurés, mises en situation, tests psychométriques, voire Assessment Center — renforce encore la fiabilité de vos décisions.**

Mais le recrutement n'est qu'une première étape. Le développement continu des compétences, l'accompagnement sur le terrain et un suivi régulier sont essentiels pour maintenir la motivation et la performance dans le temps.

En plaçant l'humain au cœur de votre stratégie commerciale, et **en vous appuyant sur des outils d'évaluation fiables comme BOOST**, vous transformez le recrutement en un véritable levier de réussite à long terme. Car au final, un bon commercial n'est pas seulement celui qui conclut des ventes... c'est celui qui bâtit la confiance, inspire la fidélité et fait grandir la valeur de votre entreprise.

**Vous souhaitez
tester BOOST ?**

DEMANDE DE DEMO

Un Smartphone ?



