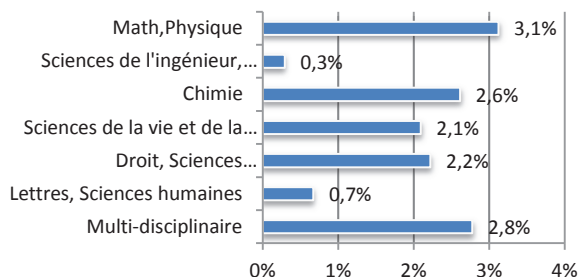
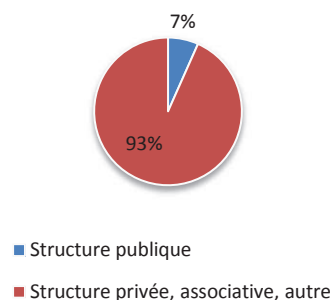


LES METIERS DU COMMERCIAL

Disciplines



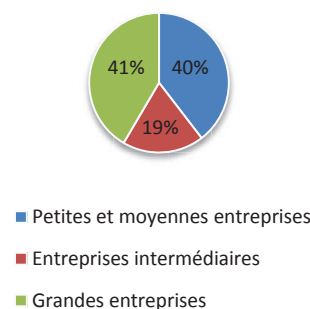
Type de structure



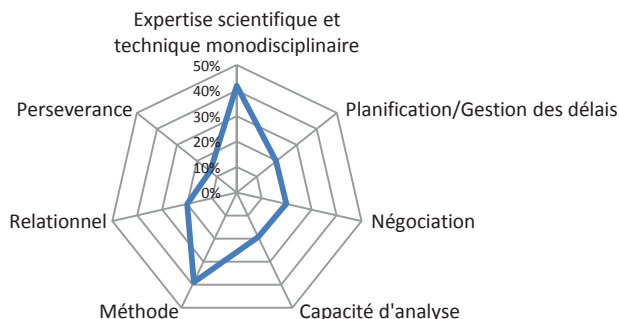
Secteurs d'activité

Métallurgie	16,4%
Fabrication de produits informatiques, électroniques et optiques	13,8%
Programmation et diffusion	12,9%
Administration publique et défense	7,9%
Programmation, conseil et autres activités informatiques	6,9%
Recherche-développement scientifique	6,4%
Activités d'architecture et d'ingénierie	5,6%
Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles	5,3%
Activités pour la santé humaine	4,7%
Construction de bâtiments	3,7%

Type d'entreprise (secteur privé)



Compétences clés



Postes clés





LES MÉTIERS DU COMMERCIAL

Dr Laurence Leguay

FONDATRICE & CEO DE « PAR AILLEURS »

1/ Rôle et Missions

Après 15 années d'expérience, je me suis lancée dans la création de mon agence de communication depuis maintenant 3 ans. Cela implique notamment la constitution juridique de l'entité de A à Z, la recherche d'associés, la mise en place de la stratégie de marketing ainsi que la réalisation d'un business plan sur 3 ans. Il s'agit ensuite de diriger entièrement son agence, non seulement la partie commerciale, mais aussi les parties organisationnelles et ressources humaines.

Le métier d'entrepreneur demande donc une implication dans tous les domaines ! Il faut surtout être capable d'analyser nos propres capacités et compétences et de les mettre au regard de ses propres envies. Il y a dans notre agence une répartition forte des compétences entre les 3 associés : une directrice stratégique en charge de la partie conseil, une directrice marketing scientifique et réglementaire et moi-même qui m'occupe de toute la partie gestion et commerciale. J'assure aujourd'hui les missions de prospection à 90% !

2/ Compétences clés mobilisées

Le job d'entrepreneur nécessite de nombreuses compétences. Tout d'abord, il faut un fort relationnel, vis-à-vis de ses clients mais aussi de son équipe. Dans notre agence de petite taille, il y a une forme de communication informelle qui est très élevée, qui est volontaire et très efficace ! Il y a également besoin d'une grande capacité d'adaptation, aux différents environnements dans lesquels on évolue, aux types projets, au type de missions et surtout au type de clients. En parallèle, une forte capacité d'analyse au sens large est essentielle : analyse du marché, des clients, des projets

POUR ALLER PLUS LOIN !

Consultez l'intégralité de ces exemples de parcours à l'adresse suivante :

www.compétences-docteurs.fr

auxquels nous participons et de notre politique interne. Il faut bien sur également des compétences commerciales et des compétences managériales que ce soit pour manager ses collaborateurs, ses clients ou les différents projets. Et plus globalement une compétence en terme de gestion de projet : on gère les projets de ses clients mais on gère aussi son entreprise ! Enfin, la capacité d'initiative est primordiale, c'est-à-dire que si vous attendez que les projets arrivent tous seuls, il ne se passera pas grand-chose ! la capacité d'initiative est sans doute la plus importante en fait, de là vient tout le reste : l'envie de faire, et de faire bien les choses.

3/ Plus-value du doctorat

Le doctorat est une approche très intellectuelle qui m'a permis de développer entre autre une capacité d'analyse, une capacité rédactionnelle, une capacité de travail et même une forme de capacité d'adaptation directement transposables à différentes activités et qui sont pour l'agence absolument essentielles. Les docteurs sont en effet capables de transposer les compétences acquises au cours de leur doctorat dans la jungle qu'est aujourd'hui le monde du travail ! Par exemple, la capacité d'analyse développée lors du doctorat est finalement très similaire à la capacité d'analyse d'un marché pour pouvoir lancer son entreprise. Et puis il y a aussi la capacité à poser une problématique et l'envisager sous tous les côtés, sous toutes les coutures et cela n'est pas donné à tout le monde. Ce diplôme a une vraie valeur sur le marché, peut-être plus en Europe qu'en France, mais c'est aussi aux docteurs eux-mêmes de revaloriser leur expérience et de savoir se vendre !

Mini CV

1998

Doctorat Sciences
Politiques
Université de Lille 2

1998-2003

Directrice Commerciale
Qualipige

2004-2007

Directrice Conseil /
Responsable Business
Unit Marketing et
Communication – Protéines

2008-2010

Directrice Conseil /
Responsable Business
Unit Marketing et
Communication – Protéines

2007 à aujourd'hui

Fondatrice et Présidente –
Par Ailleurs (Agence
conseil en santé et
nutrition, communication
et publicité)

AUTRES FICHES DISPONIBLES

R&D

ENSEIGNEMENT

INFORMATIQUE

PRODUCTION

COMMUNICATION

MARKETING

COMMERCIAL

DIRECTION

CONSEIL

SUPPORT