

Moins de 5 mois pour être opérationnel

Jeune diplômé, sans emploi ou sans expérience dans une fonction commerciale, l'entreprise d'entraînement virtuelle peut faire beaucoup pour vous. Son but : permettre à chacun d'être en situation, à un poste de travail. Pleins feux sur un 'bon' cas d'école, à Blois.

Depuis que Rémi David - 25 ans - titulaire d'un BTS action commerciale, a répondu à une petite annonce de Val de Loire Gourmand, à Blois, tout est allé très vite pour lui. A peine y était-il entré qu'il partait, pour quatre semaines, en stage à l'extérieur... Trois mois plus tard, le voici en pourparlers avec une société conseil très intéressée par son profil de commercial. Il aura passé, au final, quatre mois et demi dans une PME pas tout à fait comme les autres puisqu'il s'agit d'une EEP ou Entreprise d'Entraînement Pédagogique mise en place, ici, par la Chambre des métiers de Loir-et-Cher et financée par le Conseil régional ainsi que l'Etat.

Né en Allemagne, ce concept qui a pour finalité d'offrir aux employeurs la possibilité d'embaucher du personnel rapidement opérationnel, disponible et prêt à l'emploi, mobilise déjà 120 EEP en France et une dizaine dans les Dom Tom (2500 au total, dans 30 pays). Virtuelles pour les uns, vraies-fausses entreprises pour les autres, l'essentiel est qu'elles permettent aujourd'hui, à une grande majorité de jeunes diplômés sans expérience comme à des demandeurs d'emploi longue durée, de se

retrouver pour une durée de trois, cinq ou six mois en situation, à un poste de travail.

DU SAVOIR-FAIRE AU SAVOIR-ÊTRE

"C'est vrai qu'au début, après mon entretien de recrutement, je me suis posé la question : est-ce que je joue le jeu ? raconte Rémi David. J'avais à mon actif deux CDD de six mois qui m'avaient appris des choses mais pas assez non plus pour occuper une véritable fonction commerciale." De tout cela, Marie-Hélène Manchion, l'une des deux responsables pédagogiques de Val de Loire Gourmand, est parfaitement consciente : "Nous réunissons toutes les conditions pour que chaque salarié-stagiaire soit immédiatement accueilli dans des conditions optimales - nous n'embauchons que des gens qualifiés -, dispose de l'aide et des outils nécessaires

pour acquérir de nouvelles compétences, d'un soutien psychologique, et s'intègre rapidement à une équipe."

Rien de mieux, en effet, que l'émulation de groupe pour la vingtaine de personnes qui fait tourner, en permanence, les six services de l'EEP bloisise. Alors que d'autres commercialisent des services, du matériel ou font du négoce, celle-ci 'vend' fictivement les produits artisanaux (foie gras, fromages, vins...) de six producteurs du Loir-et-Cher mais gère, pour de vrai, un département logistique, commercial et communication, en plus de ses activités administratives. Elle édite des bons de commandes, signe des chèques 'specimen', passe des effets de commerce auprès de la banque du réseau des EEP, instruit des litiges, crée et envoie des mailings à l'occasion des salons organisés en région Centre... Grâce à ses 'artisans-parrains' qui jouent le jeu, elle dispose également de fiches-produits, de tarifs et argumentaires nécessaires au travail des vendeurs.

Pas question, pour ces derniers, d'attendre les prospects,



L'une des responsables Logistique du service commercial de l'EEP

il faut aller les chercher ! A pied d'œuvre comme l'ensemble des effectifs, dès 8h30 le matin, la cellule commerciale sur laquelle veille un chef de service, responsable des stocks et des offres produits, définit chaque jour son plan d'attaque : phoning et relances pour des rendez-vous, visites en entreprises. Elle se doit de vendre et 'faire du chiffre', pour 80 % de son temps ; les 20 % restant pouvant être mis à profit afin de suivre un atelier CV et lettres de motivation, préparer des entretiens d'embauche, faire des démarches personnelles.

... ET SAVOIR-DEVENIR

Dans le processus 'd'auto-apprentissage' d'une entreprise virtuelle, l'apport du savoir-faire des plus expérimentés s'avère être un atout particulièrement précieux pour les jeunes diplômés. "Face à des décideurs mais aussi des employeurs potentiels auxquels je présente notre concept, je dois être convaincant en moins de dix minutes ! lance Rémi David. Le but de la manœuvre est certes qu'ils deviennent tous de 'vrais-faux clients' et acceptent de passer des commandes fictives qui accroissent notre CA, mais

surtout qu'ils nous informent sur leur politique de recrutement, sur leurs besoins à terme. J'ai dû apprendre à recentrer mon discours, à écouter, à poser les bonnes questions... Je travaille en binôme, ce qui m'a beaucoup aidé."

Jeanne-Marie Santelli, 49 ans, ancienne salariée à la recherche, elle aussi, d'une activité commerciale a joué son rôle de mentor avec beaucoup d'entrain. "J'ai pour principe de ne jamais revenir bredouille d'une visite, comment-t-elle. Nous demandons systématiquement un organigramme, à défaut deux ou trois noms de décideurs. Ce qui permet d'avoir, à l'EEP, une remontée régulière d'infos emploi que nous affichons. Le seul contact téléphonique avec les entreprises démarchées porte parfois ses fruits. En sondant un jour le terrain auprès de l'une d'elles, j'ai aidé un jeune à décrocher un poste de commercial : il était là depuis quinze jours !"

Un retour à l'emploi dans ce laps de temps est une exception qui ne confirme pas la

régle, toutefois. Parmi les structures les plus dynamiques en régions, Val de Loire Gourmand a permis aux 80 salariés-stagiaires qu'elle a accueillis, l'an dernier, de se reclasser en entreprises dans un délai variable de trois à huit mois. Des résultats à pondérer en fonction des qualifications et compétences acquises ainsi que des tranches d'âges représentées.

"Notre taux de placement des jeunes diplômés tourne autour de 80 % ; celui des demandeurs d'emploi est de 60 % environ", constate Marie-Hélène Manchion qui, avec le concours solide de la Chambre des métiers et de partenaires actifs (EDF/GDF, France Télécom...), ne ménage pas ses efforts pour aller encore plus loin sur le terrain de l'emploi. L'équipe a recruté récemment une dizaine de candidates pour démarrer un projet de travail en temps partagé dans l'artisanat et compte initier un public toujours plus large à un environnement de plus en plus changeant. Elle sera, pour fin 98, à l'heure de l'Euro !

Bien choisir son entreprise d'entraînement

Les 130 entreprises pédagogiques regroupées, en France et dans les Dom Tom, au sein du réseau REEP-Euro-Ent* et rattachées, pour une grande majorité, à un centre de formation, proposent toutes une embauche virtuelle des candidat(e)s à un poste de travail, dans une activité tertiaire ou administrative. Mais avec des bonheurs divers. De fait, les EEP les plus dynamiques sont souvent celles qui soutiennent à fond, politiquement et financièrement, les collectivités locales et territoriales.

Si la moyenne nationale oscille autour de 60 % de placements, certaines régions marquent leur différence avec des taux records de 80 % dans le Nord-Pas-de-Calais, 75 % en Haute-Savoie, près de 70 % en Franche-Comté et en région Centre... alors qu'une EEP en région parisienne, relais des ANPE pour accueillir des personnes en difficultés psychologiques, ne dépasse pas les 20 %. Des reclassés directement proportionnels, donc, aux ressources des bassins d'emplois comme à celles des candidats. L'intérêt d'une EEP est très lié, enfin, à sa capacité d'ouverture sur la réalité de l'entreprise. D'où l'idée du réseau d'encourager ses membres à opérer avec une ou plusieurs entreprises mairaines qui les aident au niveau de la formation, des documents, prennent parfois des stagiaires pendant un mois comme le prévoit le programme et, mieux encore, embauchent.

*Pour avoir la liste des entreprises pédagogiques et faire une candidature spontanée auprès de l'une d'elles, contacter le REEP - Euro-Ent - 2, rue Molière - 42335 Roanne Cedex - Tél.04.77.23.26.70.

→ Conseils pour réussir

"Les atouts d'un jeune commercial ? Sa mobilité et la pertinence de ses choix de stages !"

Nicolas Buisson, Directeur de la division Force de vente au sein du cabinet de recrutement Michael Page.

Carière Commerciale : Le monde du travail, avec ses nouvelles donnees, est en train de changer à vitesse grand V. Pour les spécialistes, cela ira nécessairement de pair, aussi, avec une révolution dans les mentalités. En tant que consultant, spécialiste des métiers commerciaux, comment appréciez-vous les parcours des jeunes diplômés ?

Nicolas Buisson : Il est clair que le métier de commercial a beaucoup évolué et évolue encore en termes de fonction. A cette mobilité de statut, professionnelle, s'ajoutera, de plus en plus, la mobilité géographique. Un jeune de moins de trente ans,



Nicolas Buisson, Directeur de la division Force de vente au sein du cabinet de recrutement Michael Page.

aujourd'hui, doit être absolument prêt à bouger dans l'Hexagone, et à l'international. Il se privera, sinon, d'un potentiel d'expérience énorme pour l'an 2000 !

La tendance naturelle des candidats est malheureusement encore trop souvent d'examiner les offres que nous leur faisons, en fonction du prestige des entreprises ou de la qualité de vie qu'ils trouveront dans telle ou telle région. Or, il est tout de même paradoxal qu'à une époque de fort chômage, des postes de commerciaux ne soient toujours pas pourvus dans certaines régions ! C'est justement en restant ouvert à toutes les opportunités, y compris dans des départements a priori 'ignorés' d'un grand nombre, que les plus astucieux mettront rapidement les chances de leur côté pour faire leurs premières armes. Pour un consultant, il s'agit là bien sûr d'une attitude très positive. Les entreprises sont, par ailleurs, toujours redevenables à un jeune commercial d'être pro, sans préjugés et

capable de se démarquer dans ses choix.

C. C. : Ce qui revient à mettre l'accent sur la nécessité en effet, pour un jeune diplômé, de vendre ses avantages personnels. Quelles sont, pour vous, les expériences qui valorisent un candidat ?

N. B. : L'itinéraire que se construit, petit à petit, un professionnel, doit être placé sous le signe de l'ouverture dès le départ. Cela commence par les stages ! Un jeune qui veut piloter sa carrière de manière efficace doit arriver sur le marché de l'emploi en ayant réalisé quatre à cinq stages conséquents, au minimum. Ne pas saisir cette chance, dès l'âge de seize ans puisque c'est possible, serait vraiment dommage. Une autre orientation, de plus en plus nécessaire de nos jours, est que chacun ait une grande connaissance des marchés internationaux - européens mais également japonais, américains, etc. - D'où le

conseil, à tous, de voyager. Certains programmes de type Erasmus permettent de se forger des expériences à l'étranger.

Car les entreprises qui rechercheront de plus en plus de compétences, à l'avenir, préféreront de toute évidence des commerciaux qui ont une vision exhaustive de leur marché, de la concurrence, qui sont capables d'analyser les évolutions, en permanence, de faire du merchandising, de la veille technologique... et non plus seulement des vendeurs pour 'faire du chiffre'. Tel que le monde se dessine, on attendra des équipes qu'elles deviennent de vraies forces de proposition, que chaque élément soit un 'self-starter', donc un être doué d'une intelligence certaine de situation, capable d'adapter son discours pour s'adapter à la clientèle. En toutes circonstances.

Pour toute information, contacter Nicolas Buisson au 01.41.92.70.70.

Propos recueillis par Nicole Villaret



Rémi David et Jeanne-Marie Santelli, en mission de prospection à l'EEP Val de Loire Gourmand, à Blois