

Journée Entreprise - Miltenyi Biotec

Métier: Ingénieur commercial

Panorama de presse du 5/10/2015

I. Ingénieur commercial : quelques définitions (pp2-4)

- Fiche métier du Syntec-ingénierie
- Fiche métier - *L'Usine Nouvelle* Nov. 2013

II. Portraits/parcours d'ingénieurs commerciaux (pp5-13)

- Extraits du Dossier Métiers de la Vente - *Docteurs&Co /ABG*, mars 2007
- Medtronic: double compétence pour les vendeurs - *L'Express*, 12/09/2007
- Interview Responsable commerciale, Merck - *AdocNews*, novembre 2012
- Interview Responsable commerciale, SRC Bertin Technologies - *360° R&D ASRC mag*, 9/07/2015
- "J'associe compétences commerciales et technologiques" - *L'Usine Nouvelle*, 9/12/2014
- Ingénieur commercial, un vendeur haut de gamme - *Capital*, 16/04/2010
- Stéphanie Castille, le génie des chantiers - *L'Usine Nouvelle*, 18/09/2015
- Technico-commercial haut de gamme - *Docteurs&Co /ABG*, octobre 2005

- À voir sur le web:
Portrait vidéo de Rachel Terrasse, docteur en Biologie et Commerciale chez Texcell:
<http://www.intelligence.fr/Page/DocteurAndCo/Article.aspx?ArticleId=1472> - *ABG Intelligence*, 14/09/2015

III. Annonces (pp14-16)

- Panel d'offres d'emploi d'ingé commercial issues de *La Gazette du laboratoire* 2014/2015

Ingénieur commercial - définitions



1. L'ingénierie et ses métiers : Ingénieur Commercial SYNTEC-INGÉNIERIE

Autres appellations en français	Autres appellations en anglais
<ul style="list-style-type: none"> • Ingénieur technico-commercial • Responsable d'affaires • Ingénieur d'affaires • Chargé d'affaires (commerciales) • Responsable de compte • Commercial sédentaire • Commercial terrain 	<ul style="list-style-type: none"> • Key Account Manager • Sales representative • Tender engineer
Mission	
<p>L'ingénieur commercial gère et développe un portefeuille de clients. Il recueille les besoins clients et propose des offres commerciales adaptées.</p>	
Activités principales	Activités complémentaires
<ul style="list-style-type: none"> • Gérer un portefeuille de clients et prospects • Analyser et comprendre les besoins des clients • Vendre des solutions adaptées à ses clients • Promouvoir l'offre de services ou de produits de l'entreprise • Développer l'activité auprès de prospects • Rendre compte de son activité commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> • Participer aux actions de communication (salons, etc.) • Participer au suivi des collaborateurs chez les clients • Gérer les litiges commerciaux en lien avec le client et l'équipe projet

Compétences transverses	Niveau attendu	Descriptif
"Leadership" et esprit d'entreprise	● ● ○ ○	Partager sa propre vision auprès des collaborateurs de l'entreprise et des interlocuteurs externes.
Adaptabilité et Flexibilité	● ● ● ○	Évaluer l'impact des changements et proposer les réponses ou les solutions adéquates.
Analyse et Synthèse	● ● ○ ○	Analyser l'information issue de différentes sources pour identifier les relations et les tendances. Synthétiser les informations clés dans un format pertinent.
Communication orale et écrite	● ● ● ○	Utiliser des techniques d'expression écrites et orales adaptées en fonction du message à délivrer et du public cible.
Conviction et Influence	● ● ● ○	Identifier et décrypter les positions des différents interlocuteurs stratégiques internes et externes, repérer et toucher les bons relais d'influence auprès des personnes à convaincre.

Créativité, sens de l'innovation		Proposer et appliquer des solutions déjà éprouvées à des contextes nouveaux ou différents.
Gestion de Projet		Gérer un projet indépendant ou un lot au sein d'un programme plus important.
Gestion de la performance		Utiliser les indicateurs de performance pour adapter son activité et aider à la prise de décision. Définir et mettre en œuvre des plans d'actions correctives.
Orientation client		Être force de proposition par rapport au besoin exprimé tout en mobilisant les parties prenantes nécessaires (internes - externes).
Rigueur et Organisation		Prioriser et planifier sa propre charge de travail, évaluer et corriger les activités réalisées.
Sens Relationnel		Anticiper les attentes et les réactions de ses interlocuteurs pour favoriser un échange positif et constructif.
Travail et animation d'équipe		Collaborer avec les membres de l'équipe de façon ouverte en communiquant ses retours et impressions sur les travaux.

Compétences coeur de métier

Vente et négociation	<ul style="list-style-type: none"> • Définir des objectifs commerciaux et élaborer la stratégie à adopter pour les atteindre • Détecter et analyser des nouveaux besoins client (à partir d'études de marché, suite à des rendez-vous...) • Analyser un Appel d'Offres/cahier des charges et prendre la décision d'y répondre (selon ses points faibles et forts, l'état de la concurrence...) • Animer et assurer la prospection commerciale • Rédiger une proposition commerciale / réponse à appel d'offres dans le respect des procédures de la consultation • Développer et animer un réseau de contacts ou de partenaires commerciaux • Conduire la négociation commerciale et conclure la vente
Gestion budgétaire, financière et économique	<ul style="list-style-type: none"> • Estimer les coûts (de développement, lancement...) et évaluer le prix • Réaliser des études de marché et des études de faisabilité économique (capacité financière pour le lancement d'un nouveau produit, retour sur investissement d'une offre...)
Gestion réglementaire et contractuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les réglementations en vigueur dans sa spécialité ou son secteur • Assurer la gestion administrative et économique d'un contrat • Gérer des litiges commerciaux • Rédiger ou vérifier la conformité d'un contrat
Veille, analyse et gestion documentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître son marché, les différents acteurs et l'état de la concurrence
Maîtrise des logiciels	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les logiciels de bureautique (traitement de texte, tableur, présentation...) • Maîtriser des logiciels de gestion (gestion de planning, gestion des stocks, estimations, CRM, ATS...)
Anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Converser en anglais en contexte professionnel • Utiliser un vocabulaire technique en anglais • Comprendre de la documentation technique en anglais • Écrire en anglais les livrables, notes, e-mails... nécessaires à la réalisation des activités

Prérequis d'accès au métier

Années d'expériences requises	<ul style="list-style-type: none">• Accessible aux débutants• L'Ingénieur commercial peut débiter sur ce type d'emploi sans expérience significative. Toutefois, la complexité d'une offre ou d'un environnement technologique peut entraîner la recherche de profil plus expérimenté.
-------------------------------	---

2. Usinenouvelle.com > [L'Usine Campus](#) > [Métiers de l'ingénieur](#)

INGÉNIEUR COMMERCIAL

Publié le 21 novembre 2013

Le job

Vendeur et expert à la fois. Vendeur, car son objectif premier est d'assurer la vente des produits ou des prestations de sa société. Expert, car il mobilise son savoir technique pour proposer des solutions adaptées aux entreprises clientes et devancer leurs besoins. Travaillant sous la responsabilité du directeur commercial, il explore l'ensemble du marché potentiel, recherche de nouveaux "prospects" et entretient une relation suivie avec ses clients habituels. Il négocie le contrat de vente, suit son déroulement et veille au respect des engagements. Sa performance individuelle est fortement valorisée. Son salaire comprend une partie fixe et une partie variable.

Motivé, motivé

■ Une pincée de haute technicité et une louche de contacts, d'imprévus, de déplacements... L'essentiel de la vente dans le milieu médical et scientifique.

Ingénieur technico-commercial, ingénieur commercial, ingénieur de vente, ingénieur d'application, chef de produit. Qui fait quoi dans les métiers commerciaux ?

● Les trois premiers intitulés de postes sont siamois. La partie commerciale domine dans l'activité professionnelle quotidienne, même si le matériel vendu (scanner, microscope) implique des connaissances scientifiques poussées et par conséquent un doctorat ou un diplôme d'ingénieur. Jean-Louis Brassart, consultant pour Alternatys, constate qu'un niveau Master ne suffit pas car les entreprises recrutent du personnel doté d'une réelle expérience de labo. De plus, dans le secteur bio et pharma, les entreprises peuvent être à la recherche de scientifiques maîtrisant des techniques très pointues. Aussi, Annette Lane, consultante pour Delta France

Europe, conseille de mettre en avant sur le CV les techniques rares maîtrisées.

● L'ingénieur d'application (Field Application Scientist ou FAS pour son acronyme anglo-saxon) vient en support technique avant ou après la vente, par exemple lors de démonstrations complexes ou de sessions de formation (cf. le témoignage de Fabrice Magnino dans *Docteurs&Co* n°7). Pour ces postes, la maîtrise de l'anglais est indispensable car

la plupart des entreprises sont anglo-saxonnes ou allemandes. Bien sûr, si les échanges avec les clients français empruntent naturellement la langue de Molière, il est à prévoir que les contacts avec les fournisseurs auront lieu systématiquement dans la langue de Shakespeare, quand on ne vous demandera pas de maîtriser celle de Goethe. Comment indiquer son niveau d'anglais sur le CV ? « Je déteste voir "anglais : lu, écrit,



Témoignage



Vanessa Lurquin, docteur en biologie moléculaire et biochimie

« Je suis arrivée dans l'entreprise allemande Leica Microsystems en août 2003. J'ai débuté comme ingénieur de vente sur l'ouest de la France pour la microscopie (division recherche). Le passage de la thèse à cet emploi technico-commercial a été assez facile. Pendant mon doctorat, je ne me voyais pas devenir chercheur, c'est pourquoi j'ai décidé de préparer, en parallèle, un Master en administration des entreprises à l'IAE de Nantes. J'étais aussi très impliquée dans l'association des

doctorants qui organisait tous les ans un colloque bio-techno. En tant que membre organisateur, je cherchais des intervenants, des sponsors, je m'occupais de la logistique... Cette expérience s'est révélée déterminante lors de mon embauche car je connaissais tous les labos de recherche publics et privés de la région nantaise et mes recruteurs m'ont dit avoir apprécié. Il est vrai que cela a facilité les contacts clientèle. Fin 2004, j'ai été promue chef de produit pour la vidéomicroscopie et depuis 2006, je suis également spécialiste produit pour la microscopie confocale sur le nord de la France. En plus des activités de prospection, démonstration, négociation, vente puis formation des clients, qui occupent généralement les ingénieurs de vente, je suis en sus

en relation avec les usines implantées en Allemagne pour tous les aspects techniques du matériel. Je fais du benchmarking et j'élabore des études de marché, sans oublier les activités promotionnelles à organiser, notamment pour des congrès scientifiques. S'il est vrai que mes journées de travail sont longues et chargées, en compensation, je jouis d'un salaire confortable avec une part variable allant jusqu'à 30 % du fixe. Et surtout, je n'ai pas quitté le monde de la recherche en biologie, sans être chercheur moi-même. »

Contact:

vanessa.lurquin@leica-microsystems.com

parlé". Cela ne signifie rien», tonne Annette Lane. Mieux vaut indiquer son score au TOEIC/TOEFL.

Attention, un poste d'ingénieur d'application peut cacher un poste d'ingénieur commercial. Corinne, docteur en biologie, en a fait l'amère expérience. Recrutée comme ingénieur d'application dans une entreprise de biotechnologie sans objectifs de vente inscrits noir sur blanc sur son contrat de travail, elle s'est pourtant vu reprocher de ne pas avoir atteint les objectifs commerciaux avant d'être remerciée quelque temps plus tard. Alors, si l'on attend de vous des résultats, mieux vaut être sûr d'être formé ou encadré, comme Thérèse de Bizemont à ses débuts (cf. témoignage p. 8).

● Enfin, si le poste de chef de produit fait souvent rêver les docteurs, confie Annette Lane, sachez qu'il est rarement octroyé à des juniors. Ainsi, c'est seulement après avoir fait ses preuves comme ingénieur de vente que Vanessa Lurquin est devenue chef de produit, au bout d'un an et demi passé chez Leica Microsystems (cf. témoignage p. 6). Bref, si vous pensez contourner la vente sur des postes que vous supposez davantage orientés support technique ou service après-vente (SAV), le commerce ne semble pas être votre vocation, ce qui est d'ailleurs le cas de 90% des candidatures réceptionnées par Jean-Louis Brassart.

Entre le commerce et les docteurs, ce serait le désamour ? À la lecture du CV ou de la lettre de motivation, la faible motivation des candidats docteurs éclate fréquemment. Deux exemples.

Premier exemple : la photo sur le CV. « À chaque vague de recrutement, je reçois des CV avec des photos qui donnent l'impression que les candidats

concourent pour le plus beau tee-shirt ! », déplore Jean-Louis Brassart... Et les lauréats de ce concours sont souvent docteurs. Dans le secteur privé et plus encore dans les métiers commerciaux, la tenue vestimentaire est capitale car les contacts à l'extérieur sont nombreux, que ce soit avec des clients ou des fournisseurs. Or, la photo sur le CV est la première impression donnée par le candidat au recruteur. Alors, reléguez tee-shirt ou cache-cœur pour la séance photo et l'entretien d'embauche.

Une formation ?

Deuxième exemple : la lettre de motivation. Jean-Louis Brassart poursuit : « Je reçois beaucoup de lettres de motivation pour des postes d'ingénieur technico-commercial où le mot vente ou commerce n'y figure même pas. Par contre, la thèse est décrite par le menu avec force détails, plus ou moins incompréhensibles y compris pour un initié ». Entre les 10% des candidats restants, comment la sélection s'opère-t-elle ? Une formation complémentaire en gestion ou en marketing est-elle indispensable ? Jean-Louis Brassart répond par la négative. « Ce sont les qualités personnelles qui sont déterminantes. Sont jugés la force de conviction et le goût du challenge, la capacité d'organisation et l'autonomie. » Aussi, une attitude proactive est-elle plus que souhaitée : « Informez-vous ! », conseille Jean-Louis Brassart et pendant l'entretien, « posez des questions sur le poste, sur les responsabilités qui y sont associées, sur l'entreprise qui recrute ». Malheureusement, il entend trop souvent à la question posée « Pourquoi voulez-vous devenir commercial ? », la réponse émanant de docteurs : « Parce que la recherche, c'est bouché ». Si par contre, la vie de labo ne vous passionne pas mais que vous appréciez particulièrement un matériel ou une technique (il faut aimer ce que l'on vend, c'est primordial indique Corinne), et si vous voulez bouger, fuir la routine, avoir des contacts variés... pensez aux métiers commerciaux. Les débouchés existent et les candidats motivés sont rares.

E. J.

Témoignage



Amélie Arboré, docteur en chimie organique, technico-commerciale chez Memolex

50 000 km par an

« Après la thèse, je ne me destinais pas spécifiquement au commerce, par contre je ne me voyais pas dans le secteur académique. Je pensais intégrer un département R&D et évoluer vers le réglementaire. J'ai dû élargir ma cible et j'ai saisi l'opportunité d'entrer chez Memolex. C'est une PME de dix personnes qui vend des polymères techniques et des additifs pour la formulation des plastiques, peintures, encres et adhésifs. En mars 2005, à mes débuts, j'ai repris le portefeuille clients de l'ancien commercial. Je l'ai pérennisé et étoffé. Mes principaux clients sont dans le domaine du PVC : ils fabriquent du mobilier de jardin, des fenêtres, des revêtements de sol... Fin 2005, j'ai été promue responsable des nouveaux développements de la société dans le secteur des additifs. J'ai prospecté des nouveaux fournisseurs, étrangers principalement (Chine, Corée, Inde) et j'ai développé un portefeuille de clients spécialisés dans la formulation des peintures, encres et adhésifs. Mes connaissances en chimie organique et en chimie de formulation ont été capitales. Elles seront aussi très utiles pour se conformer aux normes imposées par REACH, action que je vais suivre pour nos clients et nos fournisseurs. En France et même à l'étranger (l'année dernière je suis partie en Asie visiter les usines de nos fournisseurs), je me déplace énormément et ça me plaît, tout comme le côté peu routinier du travail entre les comptes rendus de visites, le suivi technique des clients, le sourcing des fournisseurs, les études de marché sur les nouveaux produits, les négociations commerciales. Si les contacts me manquaient à la fac, dans le commerce, c'est essentiel. »

Chiffres clés

■ Pour un technico-commercial débutant, comptez sur un salaire compris entre 30 et 35 k€ (fixe + commissions), avec des variations autour de cette fourchette si vous travaillez pour un fabricant ou un distributeur.

Contact : a.arbore@wanadoo.fr

L'Express 12/10/107

Medtronic : double compétence pour les vendeurs

Chez le spécialiste du matériel médical, un commercial doit posséder un vrai bagage scientifique. Question de crédibilité.

► CHAQUE ANNÉE, Medtronic, une entreprise spécialisée dans la conception et la vente de matériel médical, recrute une vingtaine de commerciaux. Plus précisément des ingénieurs technico-commerciaux. Ces profils, « ITC » pour les intimes, doivent avoir une double compétence : savoir maîtriser les bonnes pratiques de la vente. Mais aussi posséder le bagage technique nécessaire pour parler aux clients (établissements hospitaliers publics et privés) des machines sophistiquées qu'ils proposent.

Dans sa politique de recrutement, l'entreprise, qui emploie 500 personnes en France, s'intéresse donc en priorité à des profils scientifiques, comme des ingénieurs

formés au biomédical. Ou à des diplômés d'écoles de commerce qui sont intéressés par le monde de la santé.

« L'ingénieur biomédical avec un bagage commercial, c'est le profil idéal, mais il n'existe pas, affirme Benoît Barbiche, responsable du développement des ressources humaines. Alors, quelle que soit la personne recrutée, on lui fait suivre un parcours de formation en interne qui peut s'étaler sur un an. »

Un « mouvement de balancier »

Durant ce laps de temps, les commerciaux se familiarisent avec les technologies développées par la R & D. Et les scientifiques peuvent développer leurs aptitudes de vendeur. La complexité du métier rend la formation quasi permanente.

Chaque collaborateur, managers compris, doit suivre un cycle de formation au sein de l'école de vente maison, la Sales Academy, qui



« On peut passer d'une fonction scientifique à une autre plus commerciale et vice versa », explique Bruno Barbiche. DR

fonctionne pour toute l'Europe. « Tout le monde est concerné, même les commerciaux qui ont vingt-cinq ans de métier », ajoute Benoît Barbiche.

Il n'est pas rare que des

salariés issus de la recherche ou des consultants techniques se découvrent des aptitudes commerciales qu'ils souhaiteraient exploiter. Dans ce cas, l'entreprise encourage ces velléités de mobilité. Pour Benoît Barbiche, une carrière dans un métier aussi complexe que l'ingénierie médicale doit ressembler à un « mouvement de balancier ». « On peut passer d'une fonction scientifique à une autre plus commerciale, et vice versa. Il y a aussi des commerciaux qui, au bout d'un moment, aimeraient bien voir leur client sous un angle plus technique. Dans une carrière, on a besoin de se renouveler. »

Pour bien gérer ces mouvements, d'un domaine à l'autre, le rôle du manager est essentiel. Lui aussi doit être fort sur les deux tableaux : la vente et la technologie. « Ce n'est pas un hasard si nos managers sont issus de la promotion interne, note Benoît Barbiche. Ils doivent être capables de diriger une équipe complexe. Cela va bien au-delà de la gestion d'un centre de profit. La dimension technique fait la différence. »

B.A.



Interview Céline Guenebaud : Responsable des produits chimiques

société Merck

Afin de vous faire découvrir les métiers du commercial, nous avons interviewé pour vous Céline Guenebaud, docteur en biologie et aujourd'hui responsable des produits chimiques pour la société Merck. Céline revient pour vous sur les activités de son métier, les compétences clés mobilisées mais aussi sur l'atout que constitue son doctorat dans son évolution professionnelle.

Mini CV

2010

Doctorat spécialisé en biologie moléculaire et cellulaire, CNRS UMR5238 (69).

2010-2011

Ingénieur technico commercial Merck Bio sciences

2011

Responsable des produits chimiques pour la société Merck

Marina Fournier : Pouvez-vous nous parler en quelques mots de votre rôle et de vos missions actuels au sein de la société Merck ?

Céline Guenebaud : Je suis aujourd'hui responsable France de la vente des produits chimiques pour la société Merck. J'assure ainsi différentes missions : j'ai une fonction commerciale auprès de nos clients mais également un rôle de support technique et de support commercial terrain auprès de notre distributeur. Enfin, j'ai un rôle très important de communication et de synthèse où je me dois de faire remonter toutes les informations terrain auprès de la maison mère et notamment celles concernant les

prix du marché, les promotions de nos concurrents et les actions mises en place par notre distributeur ; l'objectif étant de définir des plans d'action globaux adaptés au marché actuel et aux besoins de nos clients.

M.F : Quelles sont les compétences les plus importantes pour occuper votre poste actuel ?

C.G : A mon sens, la communication et l'écoute sont véritablement les compétences clés de mon poste actuel. Ce sont d'ailleurs des compétences que j'ai eu l'occasion de développer durant ma thèse et particulièrement en communication. Durant le doctorat, nous sommes en effet amenés à communiquer

énormément, que ce soit de la communication écrite notamment par la rédaction de papiers ou de la communication orale dans le cadre par exemple de participation à des congrès. Après cela, un entretien commercial avec un client n'est absolument plus intimidant et la manière de communiquer n'est finalement pas si différente que ce que l'on peut faire en thèse.

Les compétences techniques sont également primordiales. Elles permettent d'échanger avec le client mais surtout de bien comprendre et identifier ses besoins. Je pense que si l'on n'est pas un minimum scientifique c'est une démarche qui est impossible.

M.F : Vous êtes docteur en Biologie. Que vous a apporté votre doctorat dans votre parcours professionnel ?

C.G : En dehors des compétences que j'ai déjà citées

précédemment, je pense que la grande plus-value du doctorat c'est avant tout la crédibilité qu'il nous confère auprès du client. Quelque part, Le titre du docteur permet une certaine légitimité qui va rassurer le client sur la capacité de son interlocuteur à appréhender clairement ses besoins.

La polyvalence est un autre point tout aussi important développé durant la thèse et très utile dans la poursuite de carrière. C'est vrai que durant le doctorat, nous sommes amenés à toucher à différentes situations

[...] durant le doctorat, nous sommes amenés à toucher à différentes situations professionnelles, que ce soit dans la recherche pure et dure, dans le développement de projets ou dans l'encadrement d'étudiants : on apprend donc beaucoup à s'adapter !

professionnelles, que ce soit dans la recherche pure et dure, dans le développement de projets ou dans

l'encadrement d'étudiants : on apprend donc beaucoup à s'adapter ! Et c'est une compétence qui m'a énormément servie chez Merck. J'ai été embauché en biologie parce que j'avais fait une thèse en biologie, mais depuis un an et demi, je suis passée sur la chimie. Je suis donc passée de responsable commercial en biologie à responsable France des produits chimiques.



9 juillet 2015 - *Portrait*



Pascale Compain : Responsable Commercial département EPE, SRC Bertin Technologies

Quel est votre parcours ?

J'ai suivi une formation en école d'ingénieurs (Polytech'Orleans), puis un DEA de Chimie de la Pollution Atmosphérique à Jussieu. J'ai eu un premier emploi (5 ans) en qualité de Technico-Commercial pour une société d'ingénierie qui travaillait sur des projets de dépollution de sol et de traitement de COV/Odeurs. J'ai ensuite travaillé pendant 7 ans pour une société Danoise qui réalisait des projets et des installations en traitement d'effluents gazeux, avec un rôle commercial et suivi des réalisations sur l'Europe du Sud. Puis, j'ai rejoint [Bertin Technologies](#) en 2008.

En quoi consiste votre métier au quotidien ?

Pas vraiment de quotidien en fait. Mon métier consiste à contacter des clients et des prospects, qualifier leurs besoins, assembler les compétences internes et externes pour répondre aux demandes, établir les offres et les chiffrages, et suivre la vie de l'offre jusqu'à la commande. Dans certains cas, je peux suivre (partiellement) les projets.

Qu'est-ce qui vous a séduit pour faire ce métier ?

La diversité des projets en "taille" et en thématique et l'aspect multi-disciplinaire de l'environnement. Les études peuvent impliquer à la fois des compétences en réglementaire, génie des procédés, avec des correspondances évidentes de plus en plus fréquentes avec l'énergie.

Quel est le projet sur lequel vous avez travaillé dont vous êtes la plus fière ?

Le projet Valenthin (Valorisation de l'énergie thermique industrielle) qui réunit 14 partenaires pour faire émerger des solutions innovantes de récupération d'énergie sur des sites industriels (Solvay, Rio Tinto, Arkema). Bertin Technologies était en charge des études pour identifier et quantifier les gisements de chaleur fatale sur les sites industriels en fonction du niveau de température et de l'activité industrielle.

Une autre mission de Bertin Technologies (en cours) est la réalisation de matériaux à changement de phase micro-encapsulés, permettant à la fois le transport et le stockage de l'énergie.

<http://www.asrc.fr/fr/carrieres/>

"J'associe compétences commerciales et technologiques"

Publié le 09 décembre 2014 | L'Usine Nouvelle n° 3401HSING



Patxi Drieux, 27 ans, ingénieur produits en matériaux composites chez Mersen

Il est au centre du monde et il aime ça. Travaillant à Gennevilliers sur le site historique de Mersen, Patxi Drieux est chargé de la gamme de produits composites du groupe pour toute la planète. Avec une palette d'applications allant des systèmes de freinage d'avions aux équipements de four qui sont rarement standards. De quoi satisfaire le goût pour la technique de cet ingénieur en matériaux, diplômé de l'École nationale supérieure de Limoges, qui a également mené une thèse de doctorat à Bordeaux : " Ce qui me plaît vraiment, c'est d'appréhender les besoins et les contraintes techniques du client."

À charge ensuite de définir comment y répondre avec le bureau d'études et la production... mais aussi de traiter la partie commerciale, du chiffrage du devis jusqu'à la réalisation du contrat. Pas sa tasse de thé au départ.

Il en avait d'ailleurs "pas mal discuté lors des entretiens d'embauche" il y a un an, alors qu'il avait postulé pour un emploi en R&D. La technicité des matériaux de Mersen l'avait convaincu de franchir le pas.

Mais il apprécie aujourd'hui le "recul" par rapport à son expérience de doctorant que lui procure **sa double casquette technico-commerciale**. D'autant qu'elle élargit ses perspectives : "Ce poste d'interface permet des évolutions ouvertes vers le marketing ou la R&D."

Manuel Moragues

Ingénieur commercial, un vendeur haut de gamme



© DR

Source : Capital.fr du 16/04/2010

Fer de lance des industriels ou des sociétés de services, l'ingénieur commercial est une valeur montante en ces temps de crise. Pour décrocher des affaires pensées sur-mesure, ce cadre polyvalent doit disposer de compétences techniques et humaines, mais aussi de créativité. L'analyse de Cyril Capel, directeur associé du cabinet CCLD Recrutement.

Prospecter, détecter des besoins, proposer des solutions techniques, les chiffrer, mettre au point un cahier des charges, négocier le contrat, piloter le projet... L'ingénieur commercial bataille sur tous les fronts. C'est l'homme des ventes complexes, l'homme du produit sur-mesure, aux antipodes du vendeur de savonnettes qui fait du démarchage. Le métier est riche de missions variées. D'ailleurs, il peut s'appeler ingénieur d'affaires, "business manager", "business developer", chargé d'affaires, ingénieur avant-vente. "A la différence d'un vendeur classique, le bon candidat doit allier des compétences techniques, commerciales et managériales, observe Cyril Capel, associé du cabinet de recrutement CCLD. Et en ces temps de crise, un tel profil s'arrache".

Un travail de fourmi

"L'investigation est une étape essentielle du métier, résume Cyril Capel. Il faut effectuer une veille active sur les opportunités d'affaires (des "leads", dans le jargon de la profession), trouver la bonne clé d'entrée chez le client. C'est un travail de fourmi, qui nécessite une grande réflexion stratégique". Pour bien positionner son offre, l'ingénieur commercial doit connaître sur le bout des doigts les produits et les prestations de sa société. C'est pourquoi il est souvent spécialisé dans un secteur d'activité : chimie des procédés, énergie, matériaux, automatisme, etc. A lui aussi de se faire épauler en interne par le juriste et le comptable pour n'omettre aucun aspect réglementaire dans le devis et le contrat. Ambassadeur de son entreprise chez son client, l'ingénieur commercial est "à la charnière des deux parties", précise le recruteur chez CCLD.

Avoir plus d'une corde à son arc

Le titulaire du poste - souvent un bac+5 - n'a pas forcément un diplôme d'ingénieur. Ce qui compte aux yeux des recruteurs, c'est d'aimer vendre. D'ailleurs, les employeurs n'hésitent pas à former des jeunes issus des écoles de commerce à leurs produits. Ils apprécient aussi particulièrement les ingénieurs qui ont un master 2 ou un DU spécialisé vente.

Homme d'orchestre, l'ingénieur commercial sait argumenter, écouter, négocier. Il doit être capable de coordonner un projet de A à Z, y compris de manager des prestataires de service. A l'aise avec les chiffres, souvent bilingue, il dispose d'un esprit curieux et vif pour pouvoir innover. Après avoir fait ses preuves dans la fonction, deux voies d'évolution s'offrent à lui. Soit il fait carrière dans la filière commerciale en tant que chef des ventes, puis directeur régional, voire directeur commercial. Soit il opte pour le management et devient chef de projet, avant de gérer des entités toujours plus importantes.

Marie-Madeleine Sève

<http://www.capital.fr/carriere-management/zoom-sur-un-metier/ingenieur-commercial-un-vendeur-haut-de-gamme-494022#AyDxXF9oisKe1R5R.99>

Stéphanie Castille, le génie des chantiers

Par Arnaud Dumas - Publié le 18 septembre 2015



Stéphanie Castille 27 ans, ingénieur commercial chez Holcim Bétons

La technique des chantiers, ça la connaît. Ingénieur géologue, diplômée de l'ENSG de Nancy, Stéphanie Castille a été formée pour maîtriser tous les aspects du génie civil. Cela ne lui suffit pas, elle veut aussi développer son sens du relationnel. Depuis le début de sa jeune carrière, elle fait du commerce. Et ça lui réussit ! La division bétons de [Holcim](#), actuellement en cours de rachat par [Lafarge](#), ne s'y trompe pas. En mai 2014, le groupe suisse la recrute pour développer le secteur du Grand Ouest.

Alors qu'elle postule pour un poste à Vannes (Morbihan), on lui confie le secteur de Rennes (Ille-et-Vilaine) dont les projets en cours sont jugés plus ambitieux. *"Je pense que j'ai le plus beau secteur de France, s'enthousiasme-t-elle, en s'extasiant sur le nombre de grues que l'on voit dans la région. Les constructions du métro et du Palais des congrès de Rennes sont des chantiers de grande ampleur et d'une technicité incroyable !"*

Elle apprend en accéléré le métier, multiplie les réunions avec le laboratoire de formulation des bétons, la centrale d'exploitation et les clients, enchaîne les visites de chantier. Et n'a pas peur de se frotter à un milieu à 100 % masculin, quitte à fermer les yeux sur quelques remarques vaseuses. Aujourd'hui, elle veut continuer à monter en compétences sur la partie commerciale de son job. Sans perdre de vue son objectif. Elle espère bien évoluer chez Holcim et manager une équipe. Une expérience qu'elle a déjà connue lors de son premier poste dans un bureau d'étude et qui lui a plu.

Conseil à une débutante :

"Rester fidèle à ses convictions et ses engagements. Faire preuve de ténacité, mais garder ouverture d'esprit, enthousiasme et grande adaptabilité"

Technico-commercial haut de gamme

■ *La maîtrise d'une technique très pointue, la connaissance du monde de la recherche et le PhD, trois atouts pour être un « scientifique sur le terrain ».*



© DR

Contact : fabrice.magnino@stratagene.com

Aéroport Charles-de-Gaulle. Fabrice Magnino est en partance pour Montréal. Invité au meeting des céréaliers d'Amérique du Nord, il va animer un atelier de travail sur une technique très utilisée pour la quantification des OGM, la PCR quantitative*. Chez Stratagene, l'entreprise américaine de biotechnologie qui l'emploie, il est *Field Application Scientist (FAS)*. Concrètement, c'est un « scientifique sur le terrain ». Sans bureau, il est en continuel déplacement. Outre les congrès, il intervient chez les futurs clients pour réaliser des démonstrations un peu compliquées afin d'aider les commerciaux du groupe quant à l'aspect scientifique

de cette technologie. Et pour les acheteurs de l'appareillage, Fabrice explique comment mettre en place les expériences au sein du laboratoire, comment analyser et publier les résultats. Il faut préciser que ses clients sont très souvent des chercheurs, et sans son titre de docteur, il pourrait difficilement entrer en contact avec eux dans des pays comme l'Allemagne, l'Autriche ou l'Inde. Son PhD et sa connaissance du monde scientifique sont des atouts primordiaux dans son travail quotidien, à mi-chemin entre la recherche et le commerce.

E. J.

* La PCR (*Polymerase Chain Reaction*) quantitative permet de réaliser des études fines d'expression de gènes. Elle peut servir à la détection rapide et à la quantification d'agents pathogènes viraux, bactériens et parasitaires.

Offres d'emploi

Technico-Commercial

Entreprise fabricante d'instrumentations et de solutions analytiques de haute technologie de laboratoire, poursuit sa croissance en recrutant pour sa filiale France un(e) :

**INGENIEUR COMMERCIAL
INSTRUMENTATION ANALYTIQUE H/F
Région SUD France – CDI**

Familier des équipements analytiques de laboratoire, vous mettez votre connaissance scientifique et votre aptitude commerciale pour développer les missions suivantes :

- Vous prenez en charge le développement commercial des solutions d'équipements proposées depuis le contact initial jusqu'à la conclusion des contrats.

- Vos échanges constructifs avec votre clientèle industrielle et académique hautement qualifiée, utilisateurs et décideurs, vous permettent d'assurer de façon optimale et réactive une relation de confiance favorable au développement de votre activité.

- A l'aise dans vos fonctions, vous travaillez avec l'équipe en place et les services de l'entreprise (Marketing, SAV, etc...).

- De formation scientifique Bac+5/8 (chimie, physicochimie appliquée...), vous justifiez impérativement d'une première expérience commerciale réussie et êtes familier des techniques analytiques. Anglais technique impératif.

Poste basé «home office».

Merci d'envoyer votre candidature (CV et lettre de motivation) **par mail exclusivement** sous la référence **SF0901** à notre conseil :

ACAVI – Catherine ABRIAL
jobs@acavi.fr

Offres d'emploi

Technico-Commercial

SCP SCIENCE est une société internationale basée à Montréal dont la filiale française est située en région parisienne sud, ZI de Courtaboeuf (Les Ulis - Essonne). La société est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation d'équipements pour les laboratoires (Blocs de digestion, Minéralisateurs micro-ondes, Robots pour la manipulation d'échantillons, Robots pour analyses spécifiques) mais aussi d'étalons, de réactifs, de matériaux de référence certifiés et de verrerie et consommables principalement pour les techniques d'analyse élémentaire (AAS, GFAAS, ICP-OES, ICP-MS, EDXRF, WDXRF, ROTRODE).

La société en très forte croissance recrute **des ingénieurs technico-commerciaux sur la région parisienne, le nord et le nord-ouest de la France.**

Définition de poste et missions :

Sur votre territoire vous serez en charge de la gestion d'un portefeuille clients sous la direction du responsable des ventes et vous aurez pour responsabilités :

- Atteindre les objectifs de ventes et de marges fixées par la direction,
- Assurer la présentation et la démonstration des appareils et des différentes lignes de réactifs, étalons et consommables commercialisés par la société,
- Produire des prévisions de vente et rendre compte régulièrement de vos activités de terrain,
- Assurer l'installation des appareils ainsi que la formation des opérateurs afin de garantir une utilisation optimale du matériel installé,
- Assurer le suivi de la satisfaction client en réalisant des enquêtes régulières et transmettre les informations au responsable des ventes et au RAQ,
- Recueillir et remonter les informations afférentes aux évolutions de nos marchés, aux tendances et aux nouveaux besoins,
- S'impliquer dans les événements de

promotion auxquels la société participe ou qu'elle organise (Forums, salons, séminaires, roadshows, etc...).

Profil :

De profil scientifique (Niveau BAC+5) avec une solide formation en chimie analytique de préférence dans le domaine de l'analyse élémentaire avec une connaissance des techniques analytiques (AAS, ICP, XRF).

Vous aurez une première expérience de vente dans le domaine analytique ou dans celui de la commercialisation de réactifs chimiques de laboratoire.

Vous devrez avoir une bonne maîtrise de l'anglais (lu, parlé et écrit) ainsi que des outils informatiques (Suite bureautique, base de données).

Vous devrez posséder d'excellentes qualités relationnelles et d'écoute.

De nombreux déplacements étant à prévoir la détention du permis B est obligatoire.

Mr LEBRAT
Direction des Ventes
12, avenue du Québec
Bâtiment I.2 - Silic 642
91965 COURTABOEUF cedex
mlebrat@scpscience.com

1. Ingénieur commercial - 23 Sept 2015

Malvern Instruments conçoit, fabrique et commercialise des instruments de caractérisation des particules et de la matière utilisés entre autre et de plus en plus dans le domaine des sciences de la vie.

Suite à une promotion interne, Malvern Instruments France recherche un(e) ingénieur commercial ("**Account Manager**") basé(e) sur notre agence de Lyon.

Vous serez chargé(e) de la vente de l'ensemble de nos instruments sur la région Rhone-Alpes et votre rôle comprendra la prospection, la démonstration directe de certains de ces instruments ainsi que la négociation commerciale en collaboration avec nos responsables produits ("Product specialists").

Vous avez au minimum un bac+5 en Physico-chimie avec de bonnes connaissances en biochimie.
Vous montrez d'excellentes compétences en communication et en organisation.
Vous maîtrisez l'Anglais.

Le poste (CDI) est basé à Vénissieux (Rhone), il comprend un véhicule de fonction et les moyens de communications modernes.

Le salaire sera fonction du profil et de l'expérience.

2. CHARGE(E) DE COMPTES H/F sur le secteur "Académique & Santé" - 31 août 2015

Eppendorf France, filiale d'Eppendorf AG, acteur mondial en **Biotechnologies** (produits, consommables et instrumentation de laboratoires avec services associés) renforce son équipe commerciale sur le secteur Public & Santé, pour la région Lyonnaise (Dépt. 69-38-63-87-23-19-15-03-58-71-42-43-07-01-74-38-26-05-73).

Le/la titulaire de ce poste sera chargé(e) de promouvoir les produits et services Eppendorf auprès des Universités, des Institutions Gouvernementales (CNRS, INRA, INSERM...), des Centres Hospitaliers et autres organismes publics similaires de la région et d'entretenir des relations avec ces derniers.

Une connaissance étendue des instruments et consommables utilisés au sein de ces organisations est exigée.

Vous serez en charge de rechercher de nouveaux clients et de nouvelles opportunités commerciales, tout en veillant au maintien et au développement du portefeuille clients existant. Vous animerez en local vos réseaux de distribution.
Vous contribuerez aux réponses aux appels d'offres et rédigerez les devis, en collaborant avec nos Responsables de Gammes et votre Responsable de Marché.

Vous justifiez d'une première expérience commerciale et/ou de bonnes connaissances du marché des Life Sciences en environnement Public.

Bonnes connaissances en Biologie Moléculaire et Cellulaire indispensables.
Débutant(e) accepté(e).

Localisation : Lyon ou sa périphérie
Connaissance du secteur souhaitée.
Maîtrise de l'anglais et des logiciels MS Office.

Poste à pourvoir : 1^{er} Janvier 2016

Vous êtes dynamique, autonome, apte à travailler en équipe avec un bon relationnel, adressez votre candidature (CV+lettre de motivation) à :
EPPENDORF FRANCE - M. ALADENISE Arnaud - 2 à 6 rue du Château d'eau -78360 Montesson. aladenise.a@ependorf.fr

3. Technico-Commercial en GC/GC-MS - 24/07/2015

SCION INSTRUMENTS est un fabricant leader dans le domaine de la **Chromatographie en phase gazeuse (GC)** et la **spectrométrie de masse (MS)** pour la **pétrochimie, la recherche et l'environnement**. Cette société fait partie du groupe Techomp Ltd, dont le siège européen est basé à Milton Keynes (UK), qui a acquis récemment l'activité GC/GC-MS de la société Brüker. Plusieurs secteurs sont à pourvoir, en particulier la région lyonnaise, la région parisienne et l'ouest de la France.

Description du poste :

Rattaché à un responsable France, le candidat retenu aura en charge l'animation commerciale et la vente des produits Scion Instruments sur son secteur. En s'appuyant sur le parc d'équipements existant (ex Varian/Brüker), il devra reprendre contact avec l'ensemble des clients et renouer une relation commerciale. Il sera également en charge de la prospection et de l'identification de nouveaux projets dont il aura le suivi et la gestion intégrale.

Expériences et compétences :

Nous recherchons un candidat (débutant accepté) motivé par un poste à forte autonomie où il pourra démontrer sa capacité à proposer des solutions techniques pertinentes aux besoins des clients. S'appuyant sur une formation supérieure en chimie analytique, de préférence en chromatographie phase gazeuse et spectrométrie de masse, il saura démontrer de réelles qualités d'écoute et de communication. Une pratique correcte de la langue anglaise est impérative.

Candidature :

Les candidatures et demandes de renseignements sont à adressées à Bernard Léguillon, b.leguillon@froilabo.com.
Une lettre de motivation devra obligatoirement accompagner le CV du candidat.

4. Ingénieur Technico-commercial h/f - 3/08/2015

Thermofisher Scientific

Pour renforcer notre équipe de ventes sur la région de Dijon spécialisée dans la vente d'instruments scientifiques, de consommables, de bio réactifs et de produits chimiques pour le laboratoire de recherche et le contrôle industriel, nous recherchons :
Ingénieur Technico-commercial h/f (Départements 10 21 25 68 70 90)

Rattaché au Directeur des Ventes, vous êtes chargés de réaliser les objectifs de vente et de marge sur l'ensemble des comptes dont vous avez la responsabilité sur votre secteur géographique.

Vos missions principales :

- Définir et mettre en œuvre une stratégie de développement sur chacun des comptes industriels ou académiques clés ciblés qui vous sont attribués, dans le but d'augmenter notre part de marché.
- Analyser les besoins de nos clients, mettre en avant l'offre globale de Fisher Scientific pour répondre au plus juste à leurs attentes, être force de proposition sur les questions de prix, disponibilité des produits, qualité, délais de livraison.
- Négocier avec les fournisseurs clés et les clients dans un objectif d'optimisation des marges.
- Réaliser des événements chez nos clients afin de renforcer la notoriété de Fisher Scientific.
- Développer et maintenir une compréhension globale du positionnement commercial de Thermo Fisher Scientific et de ses produits sur l'ensemble des marchés couverts.
- En synergie avec nos spécialistes produits, identifier les clients stratégiques prioritaires et les opportunités de développement, instaurer et développer une relation renforcée avec les utilisateurs finaux et les acheteurs

De formation supérieure scientifique, technique ou équivalente par expérience, vous souhaitez poursuivre votre développement de carrière dans les métiers commerciaux.

Votre enthousiasme, vos qualités de contact et votre volonté commerciale vous permettront de réussir dans ce poste.

5. 1 commercial(e) en Biologie basé(e) en région parisienne – 31/08/2015

La **société CliniSciences** propose un poste de COMMERCIAL en région parisienne + province.

CliniSciences commercialise des réactifs (anticorps, recombinantes, ELISA, siRNA, clones cDNA, sondes, PCR/qPCR, matériel en biochimie...) pour la recherche médicale et scientifique. Nous proposons également une large gamme de réactifs pour le diagnostic dans les domaines de l'anatomopathologie, de la cytogénétique et de l'immunologie (milieux, anticorps, sondes, tampons).

Profil du poste :

- Promouvoir notre gamme de produits sur le terrain
- Satisfaire aux attentes techniques et scientifiques de nos clients
- Suivre l'ensemble des devis envoyés
- Rappporter son activité et ses performances à la direction
- Participer à la rédaction des appels d'offre

Formation scientifique : Exclusivement BAC+8 dans le domaine de la Biologie

Profil souhaité :

- Dynamique
- Très bon relationnel, capable d'interagir avec nos clients
- Bonne élocution et aisance au téléphone
- Très bonne connaissance de l'anglais

Rémunération : Salaire fixe (selon expérience) + prime annuelle sur objectifs

Début du contrat : Immédiat

Localisation du commercial : Nous souhaitons que le commercial réside en région parisienne et soit disponible pour 7-8 jours/mois de déplacement en province et 7-8 jours/mois de déplacement en Bretagne.