

Dossier de presse
Dirigeants Commerciaux de France



QUAND
JE SERAI
GRAND
JE SERAI
COMMERCIAL

Innovation • Tech • Recherche
LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !

mouvementDCF.fr



Dirigeants
Commerciaux
de France



QUAND
JE SERAI
GRANDE
JE SERAI
COMMERCIALE

Intelligence • Biotech • Éco-énergies
LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !

mouvementDCF.fr



Dirigeants
Commerciaux
de France



QUAND
JE SERAI
GRAND
JE SERAI
COMMERCIAL

Creativité • Expertise • Empathie
LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !

mouvementDCF.fr



Dirigeants
Commerciaux
de France

Les fonctions commerciales ont de l'avenir

Une campagne signée



DCF

Contact presse:

Élise Ortis

elise.ortis@reseau-dcf.fr

01 45 25 72 54

reseau-dcf.fr

A large hall with a stage and three large projection screens. The screens display the text "90 ANS DCF Célébrons le talent commercial !". The stage features a blue and white abstract backdrop, a white podium, and four white chairs arranged around a small round table. The hall has a high ceiling with a large, multi-tiered chandelier and ornate architectural details.

En 91 ans, les Dirigeants Commerciaux de France ont organisé 20 congrès nationaux, 59 éditions du concours national de la commercialisation devenu DCF Challenge, 12 éditions de la semaine nationale de la performance commerciale devenue DCF Awards et 11 éditions du prix DCF du livre.

1 fédération,
située 13 rue Dulong à Paris, animée
par 9 membres DCF bénévoles, élus par
leurs pairs, appuyés par 4 salariés permanents

Carte de France montrant les départements et les villes. Les départements sont colorés en gris et blanc. Les villes sont marquées par des points noirs. Les départements en cours d'ouverture sont marqués par un point violet. Les départements en cours d'ouverture sont : Lille, Moselle Est, Troyes, Blois, Cholet, Agen, Mont-de-Marsan, Bayonne, Béziers, Aude, Perpignan, et la Côte d'Azur.

Ambition

Parce que dans DCF il y a un F, DCF défend le talent commercial français !

Incarner le nouveau talent commercial français est la principale ambition du mouvement DCF qui constitue un réseau national puissant, le seul dédié à la performance commerciale.

Le made in France est gage d'innovation et de qualité dans bien des domaines : French Touch, French Tech, French Fab, audace à la française. DCF incarne la nouvelle génération de talents commerciaux « made in France ».

Les principaux objectifs DCF :

RENFORCER

l'attractivité de la fonction commerciale pour faire reconnaître son rôle majeur au service de l'économie en développant l'intelligence commerciale,

+

VALORISER

les métiers commerciaux au sein d'une filière d'excellence capable d'attirer les meilleurs talents

+

ACCÉLÉRER

la transformation de la fonction commerciale à l'ère numérique qui a considérablement bouleversé les habitudes, comportements et parcours d'achats des consommateurs en B2C et des clients en B2B.



Jean Muller, Président national des Dirigeants Commerciaux de France

« DCF soutient l'effort de redressement économique de notre pays, s'engage à valoriser sur l'ensemble du territoire l'intelligence commerciale et encourage le formidable défi de former chaque année 100 000 commerciaux d'élite »

Jean Muller a été nommé en janvier 2020 Executive Vice President Sales Intelligence de JCDecaux, numéro un mondial de la communication extérieure, pour les régions Asie - France, Belgique, Luxembourg et Israël - Amérique Latine et Europe du Sud - Moyen-Orient et Afrique. Il conserve ses fonctions opérationnelles en France comme Directeur Général délégué Commerce et Développement, qu'il occupe depuis 2008.

Il a débuté sa carrière, au début des années 90, chez Bacardi Martini, où il devient très rapidement responsable « formation ventes ». Il a rejoint ensuite NRJ Group en 1996 comme Directeur Régional de Publicité avant d'être nommé Directeur Commercial, puis en 2005, Président des régies publicitaires du groupe radiophonique et musical.

Son parcours a été récompensé par la presse et ses pairs lors de son élection comme « Manager commercial de l'année » en 2013. Titulaire d'un Executive MBA, il est professeur affilié à ESCP Business School et a été nommé en 2020, directeur scientifique du programme certifiant Direction Commerciale.

Il a été élu président national des Dirigeants commerciaux de France (DCF) en 2017 et réélu pour un second mandat en janvier 2020.

Vision

Parce que la vente précède désormais la production, la fonction commerciale se situe au cœur de la chaîne de valeur des entreprises.

Une idée n'existe que si elle est vendue.

Il est primordial de créer des produits et des services innovants, mais cette démarche n'a de sens que si elle aboutit à un acte de vente. Pour DCF, la fonction commerciale est la clé de la réussite et le moteur de la transformation de toute entreprise.

Vendre n'est pas un aboutissement, c'est un commencement. L'équipe commerciale doit être impliquée en amont dans les processus de conception, bien avant l'acte de vente final.

Aujourd'hui plus que jamais, nous sommes convaincus au sein du mouvement DCF que les entreprises **ne devraient produire que les biens ou les services qu'elles ont déjà vendus**. Nous croyons en ce modèle de croissance positive et durable qui permet de créer de la valeur tout en réduisant massivement les phénomènes de surproduction et de surconsommation.

Au-delà d'un sens relationnel développé, les métiers commerciaux requièrent plus que jamais une véritable intelligence commerciale. Aujourd'hui pour vendre efficacement, il faut multiplier les talents : écoute, expertise, méthode, rigueur, empathie, créativité, esprit d'entreprise, audace, agilité, souplesse, innovation, avant-gardisme.

Par des actions concrètes et récurrentes, nous voulons partager notre vision et promouvoir ce métier « augmenté » auprès de toutes les fonctions de l'entreprise, pour changer le regard de l'ensemble des acteurs politiques, économiques et sociaux (pouvoirs publics, écoles et universités, institutions).

On a toujours valorisé ceux qui trouvent les idées, DCF valorise ceux qui les vendent.

L'intelligence commerciale au service de l'économie, le fil conducteur DCF.

L'hyper concurrence mondiale, les marchés saturés, la qualité comparable des biens et des services, le déficit de notre balance commerciale nécessitent de développer impérativement l'intelligence commerciale dans chaque entreprise française. Pour créer de la différence et de la préférence, il faut générer de la créativité et de la singularité : vendre c'est aujourd'hui cocréer des solutions à forte **valeur ajoutée**.

L'intelligence commerciale conjugue 3 compétences majeures et complémentaires :

- 1. L'expertise métier, seule capable d'apporter de la valeur ajoutée**, requiert des expertises techniques spécifiques à maîtriser, sur les produits, les services, les marchés ...
- 2. L'efficience opérationnelle**, qui s'appuie sur des savoir-faire spécifiques, résulte de la maîtrise des pratiques, des techniques et des process qui permettent de cibler les marchés potentiels, d'adresser et d'interagir avec les décideurs d'achats.
- 3. L'intelligence émotionnelle** indispensable pour mieux se connaître, comprendre et se connecter à l'autre. Il s'agit de la capacité à percevoir, apprécier puis maîtriser et exploiter ses émotions dans un but constructif et positif afin d'interagir de manière harmonieuse.

Les 3 piliers de l'intelligence commerciale



Évolution

L'avenir du métier de commercial

La fonction commerciale a changé,
changeons les regards et les mentalités.

L'avenir appartient aux entreprises qui auront la meilleure puissance de vente et qui comprendront que la révolution commerciale doit accélérer la transition environnementale. Nous avons besoin de revaloriser la profession et de sensibiliser le plus grand nombre à ces nouveaux enjeux. Nous voulons parler aux nouvelles générations, et nous engager pour ce métier que nous aimons.

En volume : la fonction commerciale est la première en nombre d'offres d'emploi offerts

Alors que le chômage des jeunes va atteindre de nouveaux records, les experts du recrutement évaluent à 100 000 le nombre de postes non pourvus dans la fonction commerciale chaque année.

- 170 000 offres d'emplois ont été publiées depuis de début de l'année 2021 pour les métiers du commerce et de la vente*.
- 15 800 offres durant la semaine 10 : c'est le premier métier recherché au niveau national*.

(*selon les données ADECCO Analytics)

En valeur : des métiers passionnants qui requièrent haut niveau d'expertise, d'efficience opérationnelle et d'intelligence émotionnelle.

C'est pourquoi il est indispensable et urgent de changer le regard sur cette fonction, d'encourager les talents les plus prometteurs à s'y engager par la valorisation de cursus d'excellence aujourd'hui abandonnés par beaucoup de grandes écoles. L'intelligence commerciale qui conjugue haut niveau d'expertise, efficience opérationnelle et intelligence émotionnelle doit irriguer les contenus pédagogiques de toutes les formations d'élite (universités, grandes écoles d'ingénieurs et de management).

Afin de communiquer positivement sur les opportunités qui existent dans la fonction commerciale, DCF a conçu avec l'agence Socialy une campagne de communication universelle et multigénérationnelle sur le thème « les fonctions commerciales ont de l'avenir ».



**QUAND
JE SERAI
GRAND
JE SERAI
COMMERCIAL**

Innovation • Tech • Recherche
**LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !**

mouvementDCF.fr



**QUAND
JE SERAI
GRANDE
JE SERAI
COMMERCIALE**

Santé • Biotech • Éco-énergies
**LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !**

mouvementDCF.fr



**QUAND
JE SERAI
GRAND
JE SERAI
COMMERCIAL**

Créativité • Expertise • Empathie
**LES FONCTIONS COMMERCIALES
ONT DE L'AVENIR !**

mouvementDCF.fr



Cette campagne 100 % émotionnelle a pour objectif de revaloriser la fonction commerciale, lui redonner une cote de désirabilité et l'inscrire dans un univers narratif aspirationnel.

Pour un changement de perception radical, il s'agit de faire entrer le métier de commercial dans les rêves d'enfant. En intégrant le mot « Commercial » dans des phrases d'enfant, un décalage impactant et inattendu est créé entre des scènes de jeu d'enfants classiques (astronaute, docteur, chanteur) et un désir de devenir commercial.

À compter du mercredi 14 avril, grâce au soutien de JCDecaux, les 3 visuels de cette campagne ont été exposés sur 7 000 mobiliers urbains : abribus, kiosques et mobiliers urbains pour information (mupis) dans plus de 60 agglomérations françaises, dont Paris, les grandes agglomérations d'Île de France, Marseille, Lyon, Nice, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Toulon, Strasbourg, etc.

Une campagne de communication extérieure puissante avec 85 % de couverture 11 ans et + sur cible en périmètre actif, et 23 de répétition, et très affinitaire sur les « cadres affaires » avec 88 % de couverture et 28 de répétition.

L'objectif de cette campagne de communication est de donner naissance à une nouvelle génération de talents commerciaux « made in France » pour soutenir le redressement de notre économie.

À force d'actions et de pédagogie, nous voulons que l'ensemble de nos métiers soient toujours plus désirables, humains, passionnants, flatteurs, créatifs, innovants : en somme des métiers gratifiants.

De multiples initiatives nationales et locales DCF

Depuis 90 ans, nous multiplions les initiatives nationales et locales pour défendre notre métier, le faire évoluer, partager les expériences, faire naître des vocations. DCF, un mouvement multiple, inclusif, ouvert, pour donner naissance à une nouvelle génération de talents commerciaux made in France.

Dirigeants et managers commerciaux, nous parlons aux nouvelles générations et nous nous engageons pour ce métier que nous aimons. Nos actions :

RASSEMBLER



Avec DCF Event, nous animons des événements pour renforcer votre expertise et partager les évolutions du métier.

ÉCLAIRER



Avec DCF Lab, nous analysons les tendances, les évolutions et les impacts de la transformation de la fonction commerciale à l'ère numérique. Le baromètre DCF Lab/Opinionway étudie l'évolution de la perception de la fonction commerciale par les dirigeants.

VALORISER



Avec DCF Awards, nous valorisons les entreprises qui performant et qui stimulent la fonction commerciale.

INSPIRER



Avec DCF Challenge, nous organisons chaque année un concours national destiné à tous les étudiants en formation commerciale.





Contact presse :

Élise Ortis

elise.ortis@reseau-dcf.fr

01 45 25 72 54

reseau-dcf.fr