Directeur Des Ventes

74290 Menthon St Bernard · Plus de 10 ans d'expérience · Réf. 1410061610

Ma recherche

Contrat recherché : Tout contrat
Zone : Toute la France
Mobilité : sur toute la région
Rémunération : a étudier
Secteur : Bâtiment

Formations

1995
96 em lyon / full time
1991
93 cnam / cours du soir
1988
90 cned / cours distance

Expériences professionnelles

01/2011 - 01/2011 — Directeur régional / Directrice régionale des ventes

directeur regional des ventes creal sa. second oeuvre en b b.suite dépôt bilan et rachat, en charge du redressement de la région sud ouest. depuis création de l'activité transversale grands comptes. définition et mise en oeuvre du business plan destination d'une clientèle exigeante fort potentiel. ca généré 2,5 m€, clients dans le top 10. en charge de rhône alpes puis sud est 16 collaborateurs en back et front office. structuration de l'activité commerciale par la mise en place d'outils crm et de pilotage. recentrage des commerciaux sur le développement par la mise en place d'une administration des ventes, d'objectifs individuels et un coaching régulier. résultats + 6% versus budget.

2009 - 2010 — Chef / Cheffe des ventes pièces de rechanges et accessoires de véhicules

creation/gerance sarl distribution additifs aux carburants cessation d'activité suite défaillance du concédant.

2007 - 2009 — Ingénieur / Ingénieure de promotion des ventes

directeur commercial poralu sa. second oeuvre en b b. ðl organisation de la fonction commerciale et mise en place d'une stratégie de différenciation. ðØ doublement du portefeuille clients, ca + 23 %, résultat net 12 %, élargissement de gamme. ðØ création d'un catalogue de présentation produits/entreprise et d'outils de merchandising. ðØ doublement de l'activité grands comptes par la négociation d'un référencement national.

2003 - 2007

directeur region sud est franciaflex. second oeuvre en b b. ðl direction de deux établissements, gestion des affiliés et membre de la commission marketing. réorganisation de l'agence principale (division par 2 des charges de structure). ðØ définition et mise en place d'outils de pilotage = gains de productivité de 40 %. ðØ construction d'une équipe (17 personnes) performante, reprise de parts de marché = ca + 60 %. ðØ acteur de la modification de la gamme menuiseries pvc = doublement du ca en 3 ans.

Chef / Cheffe de département Produits de Grande Consommation - PGC-

charge de mission pomona. distribution produits surgelés. chr/rhf. formation des managers dans le pilotage de leur équipe et le développement de leurs segments. ca en hausse de 4%, marge + 6%. 162 nouveaux clients. négociation directe de grands comptes en restauration collective, ca additionnel de 850 k€. directeur de filiale france boissons. distribution boissons. chr/rhf. directeur unité décentralisée ouverture et direction d'un centre de profit (11 collaborateurs) résultats + 12 %, ebit 16 %. management de l'activité restauration collective de la région progression du ca de 50% . direction commerciale elaboration d'un plan d'actions commerciales, d'indicateurs de performance et d'outils de reporting. augmentation de la productivité commerciale de 30 %, mise en place d'opérations commerciales en partenariat avec les principaux fournisseurs. attache commercial missions de commercial terrain dans le second oeuvre bâtiment, auprès d'une clientèle de négociants en matériaux pour le compte de sociétés telles hilti et kazed.

Langues

Français (maternelle), Anglais (courant)

Compétences

•”6ö 6†–ærÂ æ–Ö F–öâ WB 66ö× væVÖVçB FR Æ `orce de vente.
•” FÖ–æ—7G ation des ventes et suivi clientèle.
•”vW7F–öâÂ î–vö6– F–öâ WB 7V—f’ FW2 prands comptes.
•”N–f–æ—F–öâÂ Ö—6R Vâ Æ 6R WB vW7F–öâ FR &ö6W72 6öÖÖW&6– W, WB FR Æ â
d'actions commerciales en conformité avec les objectifs d'entreprise.
•” F F F–öâ GR Ö—, &öGV—G2 R Ö &6Ž•.
•”vW7F–öâ vÆö& ÆR BwVæR usiness unit : budget / compte de résultats / Reporting / relations sociales /
négociations annuelles / évaluations.
•”6öæGV—FR GR 6† ævVÖVçB WB usiness développement.
•”N•veloppement et gestion de réseaux, d'affiliés et de franchisés.
•• &÷7 V7F–öâÂ &W67 iption, formation.

PRINCIPALES REALISATIONS :

ðØ•&W ÷6—F–öæævVÖVçB FR Æ 7G atégie commerciale et marketing : création de valeur et de différentiation, édition d'un catalogue produits, CA + 23%.

ðØ”7.– F–öâ BwVæR G–æ Ö— VR FR 7&ö—76 æ6R " Æ Ö—6R Vâ Æ 6R FR &–ïFÖW0, la création d'outils de suivi e reporting, ainsi que par l'instauration d'objectifs individuels et collectifs précis et partagés : CA région Sud-Est + 60% en 3 ans à 16,5M€.

ðØ”7.– F–öâÂ 6W tification ISO, développement et gestion globale d'une unité de distribution de boissons auprès d'une clientèle CHR/RHF : résultats +12% versus budget.

ðØ”Ö æ vVÖVçB GR N•veloppement, par le biais d'opérations de référencement auprès de grandes enseignes de la restauration collective (CA en hausse de 130% en 3 ans chez France Boissons) et grâce à des plans de prospection intensive et ciblée sur la restauration commerciale (162 nouveaux clients acquis en 8 mois chez Pomona).

Succès story lors du lancement et développement d'un nouveau produit porte de placard : doublement du nombre de revendeurs / taux d'équipement des show room de 80 % / négociation d'un référencement avec une grande enseigne GSB.

Fiche anonyme — l'identité et les coordonnées du candidat sont communiquées aux recruteurs qui en font la demande sur pmebtp.com.