

UPTOO

LES LIVRES BLANCS

LES TENDANCES DU MARCHÉ DU RECRUTEMENT DE COMMERCIAUX EN 2019



TABLE DES MATIÈRES

1

Pénurie de talents : le marché des commerciaux se tend

Le nombre de candidatures en chute libre	3
Les compétences vente manquent à l'appel	4
Candidats "passifs" : eldorado ou mirage ?	5

2

Relation recruteur / candidat : les commerciaux de plus en plus exigeants

Les nouvelles attentes des commerciaux changent les règles du jeu	8
L'expérience candidat permet d'attirer les meilleurs talents	9
Turnover commercial : de la nécessité des entreprises d'évoluer	10

3

Recrutement de commerciaux : entre digitalisation et modernisation du métier

Des méthodes de recrutement traditionnelles qui ne marchent plus	13
Les effets du RGPD sur le recrutement	14
L'analytics fait son entrée	15

1

PÉNURIE DE TALENTS : LE MARCHÉ DES COMMERCIAUX SE TEND

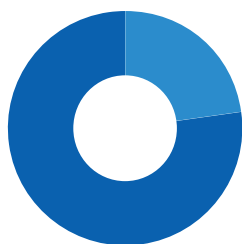
LE NOMBRE DE CANDIDATURES EN CHUTE LIBRE

Les entreprises françaises n'ont jamais été aussi nombreuses à recruter des commerciaux. La fédération des Directeurs Commerciaux de France estime qu'environ 150 000 commerciaux sont recherchés en permanence. D'ici 2020, ce sont près de 200 000 emplois qui devraient être créés dans la vente.

Si on fait un focus sur les cadres, la situation se complique aussi cette année. En effet, l'APEC révèle que le secteur du commerce inter-entreprise devrait recruter jusqu'à 11 000 cadres dans l'hypothèse la plus favorable, soit une hausse de 10 % par rapport à l'année dernière. Alors que la plupart des secteurs affichent des prévisions moins favorables qu'il y a un an, le secteur commerce & transports est le seul qui prévoit une hausse significative des volumes de recrutement. Les profils commercial & marketing font ainsi partie du top 5 des professionnels les plus recherchés.

Ce durcissement du recrutement de commerciaux entraîne mathématiquement une baisse directe des CV reçus. En 2014, une entreprise qui publiait une offre d'emploi pour un poste commercial et marketing recevait en moyenne 53 candidatures. Ce chiffre est tombé à 43 en 2016...

Les échecs de recrutement seront une réalité cette année : dans les TPE-PME, 23 % des embauches ne sont pas encore finalisées 3 à 6 mois après la parution de l'offre d'emploi. Les entreprises devront ainsi être efficaces et bien s'entourer pour sécuriser leur force de vente.

**23%**

des embauches
ne sont pas finalisées
après 3 à 6 mois

**43**

candidatures en moyenne
en 2016 sur les profils
commerce / marketing

LES COMPÉTENCES VENTE MANQUENT À L'APPEL

Les bons commerciaux se font plus rares sur le marché. D'après les données recueillies par Uptoo en 2018 sur 50 000 tests de vente, 2 commerciaux sur 3 ne sont pas assez formés aux fondamentaux de la vente.

Qu'il s'agisse des rythmes de prospection, des capacités d'écoute active, de l'organisation commerciale ou du sens du closing, seulement 7 % des commerciaux les maîtrisent parfaitement. C'est une réalité à laquelle les entreprises feront face cette année : **le CV ne suffit plus à recruter les meilleurs talents commerciaux**, il est devenu indispensable de bien savoir identifier rapidement le potentiel vente et les soft skills. Or, selon LinkedIn, 57 % des recruteurs éprouvent des difficultés à évaluer correctement ces compétences interpersonnelles.

Certains recruteurs se tournent donc vers les profils jeunes diplômés pour compenser cette pénurie de compétences vente sur le marché. Pourtant, les jeunes diplômés ont délaissé la filière en raison d'une image "vieillotte" et peu valorisante de la profession. Les profils justifiant de 1 à 10 ans d'expérience deviennent les plus prisés (6 intentions d'embauche sur 10) et les entreprises doivent mettre toutes les chances de leur côté pour avoir une chance de capter les futurs talents commerciaux.

RÉPARTITION

15% des commerciaux ont une note inférieure à 50 au test (formation très insuffisante)



77% ont entre 50 et 60 (formation à prévoir)



7% ont au-delà de 70% (formation suffisante)

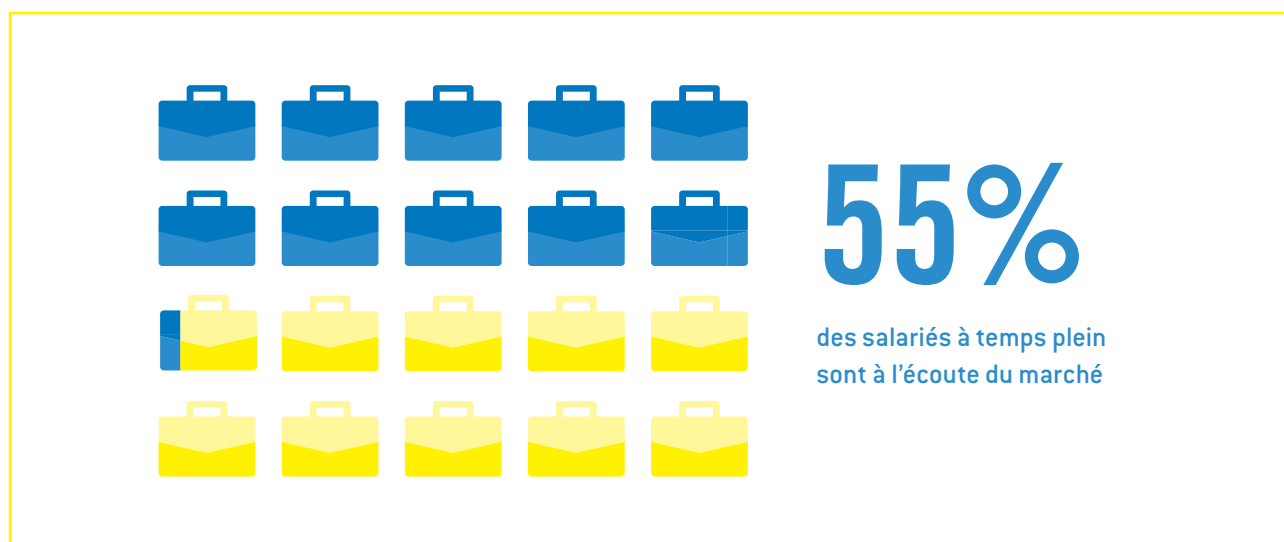


CANDIDATS “PASSIFS” : ELDORADO OU MIRAGE ?

Les professionnels des RH ont souvent distingué les candidats actifs, qui recherchent un emploi et sont sensibles à leur sollicitation, des candidats passifs, plus difficiles à toucher car pas vraiment à l'écoute du marché.

Internet et les réseaux sociaux étant passés par là, 55 %* des salariés à plein temps sont aujourd'hui ouverts à de nouvelles opportunités et 35 % d'entre eux réfléchissent à leur prochain emploi quelques semaines à peine après avoir commencé leur nouveau job (*source INSEE). Les choses évoluent très vite et la Génération Z va bientôt entrer dans l'équation, il y a donc peu de chances pour que la population commerciale devienne plus stable dans les années à venir.

La bonne nouvelle, c'est que tout le monde est un candidat potentiel. Les candidats passifs représentent un réel vivier à potentiel. La mauvaise, c'est que les chasseurs de têtes l'ont bien compris. Les commerciaux en poste sont régulièrement sollicités et dragués par d'autres entreprises, parfois bien trop à leur goût dans les secteurs les plus demandeurs (l'informatique par exemple). Un commercial s'intéressera à un poste uniquement dans la perspective d'un avenir meilleur. Il s'agit donc pour les entreprises d'être visibles et de soigner leur approche, à la fois sur le site « carrières », mais aussi sur les réseaux sociaux, le blog de l'entreprise et les mails de prise de contact. « La terre » des candidats passifs n'est peut-être plus aussi sauvage qu'elle était, mais promet encore quelques belles découvertes.



CONSEILS

#1 **Soyez présent sur plusieurs sites d'emploi**

Avec la baisse généralisée des candidatures, identifiez les sites les plus adaptés pour les commerciaux (Cadremploi, Regionsjob, Uptoo Jobs...) pour vous garantir d'avoir le choix des profils. Si vous êtes équipés de plateformes, postez simultanément sur l'ensemble des sites pour maximiser votre visibilité et toucher l'ensemble des commerciaux intéressés.

#2 **Développez votre marketing RH**

Puisque les candidats actifs et passifs se ressemblent finalement plus que prévu, délivrez le même message à chacun. Travaillez avec votre équipe marketing pour mettre à jour vos descriptions sur LinkedIn, Facebook, Twitter et produire du contenu qui attirera les commerciaux (témoignages collaborateur, vidéos RH, etc.).

#3 **Envoyez des emails de démarchage, ça marche**

Tout le monde s'attendait à son déclin et, contre toute attente, l'email reste le moyen le plus utilisé (59 %) et le plus efficace (39 %) pour capter les candidats. Des CVthèques comme Apec Recruter, CV Aden et LinkedIn, vous permettront de trouver les contacts mail de commerciaux en recherche. Pour les profils passifs, Hunter et Recruit'em seront de puissants alliés.

#4 **Envisagez les outils en ligne pour pré-sélectionner les candidats**

Des outils tels que Assessfirst et Uptoo Sales Test proposent d'évaluer les candidats au moment où ils postulent. En analysant la personnalité pour l'un et les compétences vente pour l'autre, ces outils vous fournissent des informations objectives. Vous pourrez orienter vos questions d'entretien et déceler les points de vigilance de chaque candidat.

CONSEILS

#5 **Structurez et standardisez votre trame d'entretien**

Les commerciaux sont habitués à se vendre. Pour identifier rapidement les bons profils, vous pouvez utiliser une trame d'entretien dédiée et poser systématiquement les questions à tous vos candidats. Basez votre questionnement sur les réussites chiffrées et la maîtrise du cycle de vente des candidats (interlocuteurs, durée, technicité...) pour projeter le commercial dans votre environnement.

#6 **Formez vos commerciaux et vos managers**

Si vous ne trouvez pas le commercial idéal, vous pourriez avoir plus de chance en ouvrant le profil. Le marché étant pénurie sur cette profession, les candidats avec une véritable capacité d'apprentissage, qui pourront être formés ensuite, présentent un réel avantage. Vous pourrez aussi retenir vos meilleurs potentiels avec ces mêmes formations. Mieux vaut les faire s'épanouir et exploser leurs chiffres que de se lancer dans un remplacement long et incertain.



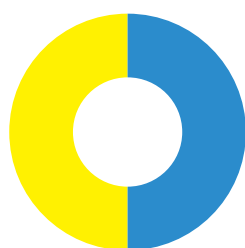
RELATION RECRUTEUR/CANDIDAT : LES COMMERCIAUX DE PLUS EN PLUS EXIGEANTS

LES NOUVELLES ATTENTES DES COMMERCIAUX CHANGENT LES RÈGLES DU JEU

Le monde professionnel évolue, bousculé par l'arrivée des générations Y et Z sur le marché, et avec lui l'ensemble des bonnes pratiques de recrutement. Mais de quoi parle-t-on exactement ?

Des supports pour commencer. 44 % des jeunes ont déjà téléchargé une application mobile dédiée à l'emploi en 2016 contre 27% en 2014 (Le recrutement 2.0 – EDHEC, éditions 2014 et 2016). La nouvelle génération « consomme » l'emploi comme elle consomme l'information, dans les transports, sur son écran le soir, sur les réseaux sociaux... Pouvoir candidater sur mobile n'est plus une option, c'est une obligation en 2019. Surtout pour une fonction commerciale qui est par nature sur le terrain. Pourtant, 83 % des pages carrières ne permettent toujours pas aux candidats de postuler depuis leur smartphone.

Les aspirations aussi ont changé. Les grands groupes n'ont plus tant la cote auprès des commerciaux français : 50 % d'entre eux préfèrent des structures à taille humaine (comprendre TPE - PME de 10 à 250 employés) alors qu'ils étaient 35 % il y a 5 ans. C'est une aubaine pour les petites entreprises qui peuvent séduire de bons profils. Le groupe Adecco a d'ailleurs réalisé en 2016 une étude « Penser l'emploi autrement » pour comprendre les leviers de motivation des actifs. Résultats : les sondés placent les conditions de travail, la diversité des missions, l'entourage professionnel et l'équilibre avec la vie privée en tête de leurs attentes, devant la rémunération. Pour recruter leurs talents commerciaux, les entreprises locales devront intégrer ces nouvelles aspirations à tous les niveaux ; dans la rédaction des offres d'emploi, dans le discours d'entretien...



50%
des commerciaux
préfèrent des entreprises
à taille humaine

Pour **85%** des commerciaux, c'est le contenu
du poste qui intéresse le plus



Suivi de l'ambiance de l'entreprise (**60 %**)

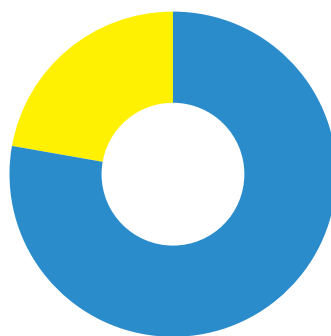
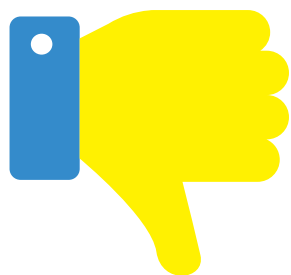


L'EXPÉRIENCE CANDIDAT PERMET D'ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS

À l'heure actuelle, 60 % des commerciaux rapportent avoir déjà eu une mauvaise expérience de recrutement, que ce soit à cause d'un manque de réponse, de réactivité, de considération, ou une mauvaise compréhension de l'entreprise ou de ses besoins. Dans une telle situation, 57 % d'entre eux décident de ne plus postuler aux offres de l'entreprise.

Pour capter les bons vendeurs et les garder, les entreprises doivent prêter un minimum d'attention aux candidats. L'expérience candidat est aux ressources humaines ce que l'expérience client est au commerce. Et on l'entend depuis longtemps : le client est roi ! Du moment où un commercial découvre votre entreprise, via un stand sur un salon ou en visitant votre site carrière, au moment où il vous rejoint, son expérience doit être aussi bonne que possible.

D'autant plus que vos RH sont aussi vos vendeurs ! Vous avez bien lu. 39 % des candidats déclarent se livrer à une 'mesure de rétorsion' suite à une expérience négative de recrutement. En poste dans une autre entreprise, ils n'hésiteront pas à vous boycotter ou à faire savoir au service concerné que vous n'êtes pas le prestataire adéquat. Voilà qui donne une idée plus précise du potentiel de nuisance qu'un processus de recrutement mal maîtrisé peut produire sur l'image d'une entreprise, voire sur ses résultats commerciaux.



78%

des candidats déclinent
une offre après une mauvaise
expérience candidat

TURNOVER COMMERCIAL : DE LA NÉCESSITÉ DES ENTREPRISES D'ÉVOLUER

Il n'y a pas si longtemps, les employés restaient dix, quinze voire vingt ans dans la même entreprise. Bien que traditionnellement plus volatiles, il n'est pas rare de voir aussi des commerciaux présents dans la même entreprise après tant d'années.

Cette fidélité tend néanmoins à se raréfier et les commerciaux passent d'un job à l'autre beaucoup plus rapidement. 2019 sera d'ailleurs une année difficile : les commerciaux ont envie de changer de poste ! Selon Hellowork (ex-Regionsjob), ils n'étaient que 55 % à l'envisager l'an passé, ils sont désormais 79 % à voir l'année à venir comme celle du changement. Sur la liste de leurs motivations, la rémunération (44 %) a laissé sa première place à l'intérêt du poste (53 %), la troisième place étant occupée par les perspectives d'évolution (41 %).

Les professionnels des RH l'ont bien compris et la sécurisation des meilleurs profils de leur force de vente devient une priorité. Pour y arriver, les entreprises commencent à réfléchir au sujet de la qualité de vie au travail et repensent l'expérience collaborateur. Les jeunes commerciaux qui sortent d'études, par exemple, sont de plus en plus séduits par l'idée de monter en compétences. Les gros acteurs du numérique proposent ainsi des parcours de formations internes et des systèmes d'intrapreneuriat.

Plus qu'un constat, cette tendance est une prise de conscience de la profession. Les RH vont devenir cette année des "designers d'expérience" en partant du constat que les salariés sont en quête de sens et de plaisir dans leur quotidien professionnel. Les entreprises devront comprendre que garder de bons commerciaux passera non seulement par un plan de rémunération attractif mais aussi par un engagement avec le projet d'entreprise, des échanges collaboratifs avec le management et de la montée en compétences professionnelles.

79%

des salariés voient l'année à venir comme celle du changement d'emploi



CONSEILS

#1 Identifiez vos facteurs d'attractivité et construisez votre story-telling

Avec plusieurs milliers d'offres BtoB disponibles sur les sites d'emploi, les commerciaux sont devenus exigeants dans leur choix. Pour être sûr de recevoir des candidats, vous devez rédiger des annonces qui sortent du lot. Demandez à vos commerciaux en poste ce qui leur plaît et ce qui les a convaincu au départ. Puis construisez un discours cohérent et attractif à raconter à vos candidats, autant à l'écrit qu'à l'oral.

#2 Réduisez les délais entre les entretiens et entre les validations

48 % des commerciaux se disent prêts à aller jusqu'à deux entretiens physiques. Au troisième entretien, ce chiffre tombe à 28 %, puis à 4 % pour quatre entretiens. Limitez le nombre d'entrevues et gardez le contact en permanence avec les candidats. Échéances, prochaines étapes, décisions, prévenez toujours rapidement le commercial de l'avancée de son dossier au risque de le voir partir ailleurs entre temps... Closer un candidat nécessite finalement les mêmes mécaniques que closer des affaires.

#3 Impliquez vos managers de proximité dans le recrutement

Selon une étude IFOP pour Monster, près de 2/3 des candidats (64 %) déclarent préférer passer leur premier entretien d'embauche avec un manager opérationnel. Les CSP+ (74 %) et les professions intermédiaires (69 %) sont les plus nombreuses à favoriser un premier entretien avec un opérationnel. Formez vos managers commerciaux à évaluer et capter les meilleurs profils car se sont eux qui feront le premier filtre et séduiront les candidats.

CONSEILS

#4 **Structurez l'accueil et l'intégration des nouveaux commerciaux**

80 % des recrutés prennent la décision de rester dans les 6 premiers mois et 20 % songent à quitter l'entreprise dès le 1^{er} jour. Après avoir recruté votre commercial, la partie n'est pas finie. Anticipez son arrivée pour préparer l'intendance (smartphone, PC, accès au CRM, planning des tournées...) et, si vous l'avez, prenez le temps de bien le former : argumentaires commerciaux, cérémonie de vente, historique clients... Vous aiderez votre nouvelle recrue à générer rapidement du chiffre et à se sentir bien dans son poste.

#5 **Réfléchissez à votre culture d'entreprise et verbalisez-la**

Identifiez les valeurs propres à votre entreprise et que chaque collaborateur vit au quotidien : les rites, les méthodes de travail, les façons de s'exprimer, les faits marquants qui rendent l'entreprise unique. Puis jouez la transparence et soyez authentique dans vos annonces et en entretien. Les commerciaux veulent se projeter, sentir l'esprit de l'entreprise et avoir envie de rejoindre la tribu pour contribuer à son développement.

#6 **Adaptez votre management**

Pour 42 % des commerciaux français, le bien-être au travail passe par plus d'échanges et de collaboration en entreprise. Près d'un actif sur deux considère aussi qu'une bonne relation avec sa hiérarchie contribue à une ambiance de travail apaisée et constructive (source étude Monster/Ifop 2017). Invitez vos managers commerciaux à repenser leur gestion pour inclure la diversité de chaque commercial, leur envie de coaching, de confiance et de reconnaissance. Un exercice compliqué, on vous l'accorde...

3

RECRUTEMENT DE COMMERCIAUX : ENTRE DIGITALISATION ET MODERNISATION DU MÉTIER

DES MÉTHODES DE RECRUTEMENT TRADITIONNELLES INEFFICACES

En observant les pratiques de recrutement 2018 et si on se projette dans les tendances de 2019, une chose est sûre : **le CV doit se réinventer !** Le concept de renseigner ses coordonnées, ses expériences professionnelles et ses formations sur une feuille afin de l'envoyer aux recruteurs ne suffit plus - surtout pour un profil commercial, l'erreur coûte cher.

Aujourd'hui (et demain), le recruteur veut pouvoir cerner le candidat le plus rapidement possible. On ne parle plus de savoir-faire, mais bien de savoir-être commercial, de potentiel vente, et c'est cela qui va faire toute la différence. Les directeurs commerciaux ou services RH qui se contenteront de poster des annonces pour récolter des CV et faire le tri sur les expériences passées risqueront de passer à côté des meilleurs commerciaux.

La publication d'une offre d'emploi est certes le moyen le plus efficace pour recruter, elle est utilisée dans 47 % des cas selon une étude APEC de 2018. Mais 36 % de ces recrutements sont des regrets (source IBM Institute). Les entreprises devront adosser à l'annonce de nouveaux moyens de sélection pour viser juste et recruter de bons commerciaux. Chatbot, intelligence artificielle, gamification, entretien vidéo, test de pré-sélection ou de matching, le digital offre nombre d'opportunités. Si celles-ci restent toutefois complexes et l'apanage des grands groupes, de plus en plus de prestataires se spécialisent pour accompagner les PME et TPE.

36%

des recrutements de commerciaux sont des regrets



LES EFFETS DU RGPD SUR LE RECRUTEMENT

C'était la grosse nouvelle de l'année dernière dans le monde du recrutement : le Règlement Général sur la Protection des Données, effectif à partir du 25 mai 2018, venait uniformiser les pratiques de collecte et d'utilisation des données au sein des entreprises européennes. Une angoisse pour les professionnels des RH, dont les archives de CV n'étaient pas du tout organisées selon la réglementation, alors même que certaines données pouvaient être considérées comme sensibles.

Un an après, force est de constater que le contenu du texte est encore parfois méconnu, et mal-interprété. Du côté des entreprises, aussi bien pour les acteurs du CAC 40 que pour les PME/TPE, la plupart des directions ont passé en revue leurs traitements de données clients, prospects, candidats ou, bien sûr, collaborateurs.

Mais dans de nombreux cas, les organisations se sont contentées d'initier des mises en conformité minimales. Mise à jour des politiques de confidentialité et adresse mail DPO générique (pour Data Protection Officer), elles devront répondre cette année à des questions plus épineuses : combien de temps conserver les données personnelles des candidats, comment permettre aux candidats d'exercer leur droit (accès, suppression, modification), les candidats qui entrent dans le vivier ont-ils explicitement donné leur accord (candidats réseaux, chassés sur LinkedIn), qui a accès aux données et sont-elles correctement sécurisées (CV qui traînent sur les bureaux, dossiers candidats accessibles sur le réseau...), les logiciels sont-ils en conformité réglementaire ?

L'ANALYTICS FAIT SON ENTRÉE

La multiplication des données a totalement chamboulé la fonction RH. Par le prisme de la big data, les ressources humaines sont rattrapées par la technologie. Les directeurs réclament tableaux de bord, indicateurs de performance RH, suivi d'avancement... Pour les ressources humaines, le nouvel enjeu est de savoir comment transformer cette mine d'informations en valeur pour l'entreprise.

Savoir faire des analyses, les comprendre et les intégrer dans la prise de décision devient une compétence indispensable pour optimiser les recrutements. Au-delà du simple reporting, le pilotage RH induit par l'analyse chiffrée permet de cibler rapidement les profils qui performant dans la fonction et dans l'entreprise, de réduire le turnover en identifiant ce qui pousse certains commerciaux à partir et, in fine, de repérer et de fidéliser les meilleurs commerciaux en anticipant leurs leviers de (dé)motivation.

L'analyse de données n'est évidemment pas nouvelle dans le recrutement. Mais la big data, combinée à l'intelligence artificielle, vont commencer à jouer un rôle important dans les mois à venir. Si les départements RH des grands groupes ont été les premiers impactés, des solutions commencent à émerger pour faciliter les traitements et la prise de décisions dans les PME. Les sites d'emploi « matchent » déjà massivement les profils qui correspondent le plus à vos critères pour améliorer le ROI des campagnes de recrutement. Des outils de traitement vidéo ou de tests en ligne se lancent pour vous aider à décider plus vite quel commercial rencontrer. Et les CRM pour candidats (Application Tracking System, ou ATS) proposent des tableaux de bord en direct de vos différents indicateurs : nombre de candidatures, sources de candidatures, entretiens prévus, délais de recrutement, etc.

CONSEILS

#1 Modernisez vos outils de recrutement

Avec la concurrence sur le marché des commerciaux, soyez proactif dans votre sourcing. Si vous avez un service RH, n'attendez plus d'avoir un besoin ou de recevoir des candidatures mais équipez-vous d'outils pour fédérer un véritable vivier de bons candidats. Cooptation, LinkedIn, ATS ou plateformes de recrutement, renseignez-vous sur ce qui se fait sur le marché pour toucher et attirer les meilleurs commerciaux BtoB.

#2 Transformez votre modèle d'entretien de commerciaux

60 % des candidats abandonnent un process d'entretien lorsqu'il est trop compliqué. Choisissez des applications de recrutement fluides pour l'utilisateur, mobiles et avec le téléchargement du CV ou du profil LinkedIn facilité ; installez un bon logiciel de visioconférence pour faire des entretiens à distance sans coupures réseaux ; digitalisez votre trame d'entretien avec des tests de mise en situation et une grille standardisée pour pouvoir facilement comparer et en sortir des données.

#3 Sécurisez votre modèle de collecte et d'utilisation des données

Pour être bien conforme au RGPD, créez un registre des traitements RH avec les données récoltées, leur finalité et leur durée de conservation ; répondez aux sollicitations des candidats et collaborateurs en matière de droits d'accès, rectification et suppression ; vérifiez que vos prestataires sont conformes ; nettoyez vos archives papier et digital. Vos candidats seront sensibles à ces efforts pour respecter leur vie privée.

#4 Utilisez un outil de suivi de performance

Tous ces outils et changements de process de recrutement auront évidemment un coût. Pour piloter au mieux le ROI de vos campagnes RH, mettez en place une solution de suivi de vos performances. Des plateformes de recrutement comme UPTOO ou Easyrecrue vous afficheront des tableaux de bord bien faits avec les indicateurs clés : nombre de candidatures, sources, taux de qualité des CV / Entretiens, délais, satisfaction... Vous aurez ainsi les bons indicateurs pour gagner en efficacité et visibilité lors de vos prochaines recherches.

UPTOO

Uptoo est le 1^{er} cabinet français spécialisé sur le recrutement de bons commerciaux et managers sur l'ensemble du territoire et dans tous les secteurs.

Depuis plus de 10 ans, nous aidons les directions d'entreprise à sécuriser leurs recrutements sur une population complexe : les commerciaux. En effet, les bons sont rares et le tempérament vente ne se voit pas à la simple lecture du CV.



Uptoo a donc construit une méthode de recrutement 100% dédiée pour sécuriser vos recrutements de commerciaux B2B et managers.

Nous détectons et évaluons les meilleurs potentiels vente grâce à une série de tests de réflexes commerciaux et d'outils innovants permettant d'analyser en temps réel les données du tempérament commercial d'un candidat pour les combiner aux données de son CV.

Pour les managers, nous avons construit un test exclusif permettant de bien comprendre les points forts en management d'un candidat et de bien cerner la posture qu'il aura une fois en poste.

Nos 3 000 clients nous confient le recrutement de leurs collaborateurs et managers dans tous les métiers de la vente partout en France : commerciaux terrain, commerciaux sédentaires, ingénieurs d'affaires, technico-commerciaux, responsables commerciaux, chefs de secteurs, chargés d'affaires, commerciaux grands comptes, chefs des ventes, directeurs commerciaux, etc.



**VOUS AVEZ UN PROJET
DE RECRUTEMENT ?**

contact@uptoo.fr



**VOUS VOULEZ EN SAVOIR
PLUS SUR UPTOO ?**

www.uptoo.fr



Siège Social -

21, rue d'Uzès 75 002 Paris
Tél : 01 40 06 03 93

Contact Commercial

37, bis rue du Sentier
75 002 Paris