L'attaché commercial développe et entretient un portefeuille de clients afin d'accroître le chiffre d'affaires de l'entreprise.

**Les activités principales**

**Définition et identification des cibles commerciales**

* Définir en lien avec la direction commerciale les secteurs d'activités et/ou types d'entreprises à développer commercialement.
* Assurer une veille concurrentielle afin d'identifier les forces et les faiblesses de l'entreprise par rapport au marché.
* Identifier les clients potentiels à l'aide de fichiers dédiés ou d'annuaires.
* Participer à la définition des moyens à mettre en œuvre pour rendre l'approche commerciale efficace : prospection téléphonique, envois de documentation commerciale, mailings...

**Activité de prospection commerciale**

* Mettre en œuvre la prospection commerciale : prise de contact et suivi des prospects.
* Identifier les circuits de décision au sein des entreprises ciblées.
* Présenter et adapter l'offre commerciale aux besoins exprimés par les prospects.
* Négocier avec les clients, en accord avec le supérieur hiérarchique, les prix, les délais et les quantités.
* Signer et faire signer les contrats de vente.

**Suivi et développement commercial de clients**

* Veiller au respect des clauses du contrat et s'assurer de la satisfaction des clients.
* Répondre à toute demande commerciale émanant des clients ou prospects.
* Assurer des visites ou des mailings réguliers pour entretenir le contact avec les clients, développer le chiffre d'affaires avec les clients acquis.

**Les activités éventuelles**

L'attaché commercial doit également faire remonter l'information collectée auprès des clients vers les directions stratégiques de l'entreprise. Il contribue ainsi à améliorer l'offre de l'entreprise, aussi bien dans son contenu (évolution des produits) que dans sa forme (positionnement des produits, approche commerciale et marketing).

**La variabilité des activités**

Lorsqu'il est **sédentaire**, une grande partie de l'activité de l'attaché commercial est consacrée à la prospection téléphonique ou terrain si l'entreprise possède une agence. Les clients approchés se déplacent au sein de l'agence ou de l'entreprise pour rencontrer l'attaché commercial. On parle par conséquent de vente assise.
Lorsqu'il n'est **pas sédentaire**, l'attaché commercial équilibre davantage son temps entre la prospection et les visites clients. Il peut avoir un assistant commercial ou un télémarketer qui prospecte pour lui tandis qu'il assure principalement les rendez-vous commerciaux et la signature des contrats.
Dans le cas de la **vente aux entreprises**, le cycle de vente peut prendre quelques jours et les activités de prospection sont complétées par des actions de développement.
Dans le cas de la **vente aux particuliers**, les ventes sont très courtes et l'attaché commercial doit multiplier les visites (vente debout) ou les contacts téléphoniques (vente assise).

**Autres intitulés**

* commercial
* inspecteur commercial
* ingénieur commercial
* conseiller clientèle entreprises
* technico-commercial