



DESCRIPTION DU POSTE

Intitulé du poste à pourvoir : Commercial

Localisation du poste : Hauts-de-France Territoire à couvrir et mobilité associée, le commercial sera en charge des départements 62, 59, 02.

Notre société : qui sommes-nous ?

Notre entreprise Hydro-Bio est une société belge fabricante de solutions d'**adoucisseur d'eau à base de CO2**.

La société a été rachetée en 2018 par 3 actionnaires privés dont la responsabilité du développement Français a été confié à Sébastien OBRECHT. Le chiffre d'affaires réalisé sur la France est en constante et nette progression depuis la création d'une équipe commerciale dédiée.

La société **Hydro-Bio fabrique et commercialise le SoluCalc**, ainsi que des produits connexes tel que des recharges de CO2.

Attractivité de l'entreprise / Points de différenciation sur le marché

Les commerciaux sont formés sur les points de différenciation pendant le cycle de formation prévu après le recrutement. Nous sommes le **leader européen des adoucisseurs d'eau à base de CO2**.

Notre produit novateur a convaincu les installateurs par ses qualités techniques et sa facilité d'installation.

Nous connaissons une forte croissance, nous rejoindre maintenant c'est l'opportunité de grandir et évoluer dans une entreprise à fort potentiel.

Mobilité ?

Le candidat se déplacera sur le territoire confié. Il sera libre dans son organisation en termes de découché.

Cycle de vente

Le cycle de vente est relativement court. Il dure généralement un mois. On peut vendre au premier rendez-vous. Il faut savoir aller chercher les opportunités là où elles se trouvent. Cela passe par de la prospection téléphonique / terrain / salons.

Notre solution ayant une vraie plus-value par rapport aux adoucisseurs classiques. Les installateurs sont à l'écoute et la prise de rendez-vous se fait assez facilement. Il s'agit ensuite de vendre en mettant en avant les points de différenciation du SoluCalc par rapport aux adoucisseurs classiques : encombrement réduit, économie d'eau et d'énergie, conservation du goût de l'eau et facilité d'installation. Lorsque la vente est réalisée, le processus est automatisé afin d'être le plus efficace et le moins chronophage possible.

Le commercial n'a pas de marge de manœuvre sur l'aspect tarif. Les prix sont figés. Le commercial pourra aussi être amené à traiter quelques leads entrants mais cela reste minoritaire. Il faut ensuite entretenir la relation avec les installateurs en maintenant des échanges et visites régulières afin de développer les ventes.



Les clients et prospects ciblés

Tous les plombiers, chauffagistes et spécialiste du traitement de l'eau qui installent des adoucisseurs d'eau. Dans la majorité des cas, les interlocuteurs seront les gérants, dans les structures les plus importantes, ce sera les deviseurs ou les gérants. Les utilisateurs finaux sont des particuliers dans 99% des cas.

→ **Nous demanderons au candidat sélectionné de rester focus sur les petits installateurs obligatoirement durant les 6 premiers mois**

Les supports

Nous avons optimisé au maximum notre processus de vente afin que nos commerciaux consacrent un minimum de temps à l'administratif.

Nous utilisons le CRM Teamleader, qui est rapidement devenu un essentiel pour tous nos commerciaux.

Nous sommes présents dans plusieurs salons professionnels, seul ou en collaboration avec nos installateurs. Cette présence couplée à notre site internet et nos réseaux sociaux nous permet de générer des leads entrants.

Parcours d'intégration

Il y aura une formation interne.

Le commercial sera invité deux jours au siège pour la récupération du matériel, des outils informatiques etc.

Il participera à une journée de formation commerciale pure sur nos produits.

Pour la partie technique liée à la production etc. il sera accompagné lors de ses premières tournées commerciales.

Les missions (en interne comme en externe)

Le commercial aura pour missions de :

- Créer un portefeuille d'installateurs : plombiers, chauffagistes et spécialistes du traitement de l'eau - Assurer les ventes auprès des installateurs pour atteindre les volumes fixés dans les objectifs
- Participer aux salons professionnels, en tant que représentant SoluCalc ou par le biais d'installateurs

Proportion de prospection | fidélisation

- Dans un premier temps nous demanderons d'être à 100 % chasse
- Dans un second temps pérenniser son portefeuille client et construire son réseau avec le suivi du réseau existant

Les évolutions possibles

Des perspectives d'évolution seront possibles. La société se développe au niveau mondial.