

## **Chapitre VII: Biologie technico-commercial**

Le représentant (technico-)commercial vend du matériel technique, des services ou de la marchandise spécialisée (machinerie, services d'ingénierie, huiles, produits d'entretien, produits pharmaceutiques, etc.) à des commerces, des industries ou à diverses entreprises.

Au sein d'une entreprise commerciale ou industrielle, la fonction de représentant technico-commercial comporte essentiellement trois volets : un travail de prospection du marché, des visites et du travail administratif.

C'est un fin négociateur, au double profil, commercial et technique et armé de connaissances lui permettant de détecter et de répondre aux besoins de l'entreprise cliente. En recherche constante de nouveaux clients, il prospecte auprès des entreprises et des consommateurs pour négocier des contrats, dans un secteur géographique déterminé. Il peut consulter des études de marché afin de cibler son public et/ou utiliser des fichiers préétablis pour ne pas avoir à prospecter lui-même.

Le **technico-commercial** est un vendeur de biens et services, doté de savoir-faire à la fois **technique et commercial**. Le **technico-commercial** conseille ses clients et prospects en identifiant et formulant au mieux leurs besoins.

**Les technico-commerciaux itinérants** visitent leurs clients sur leur lieu de travail, alors que **les technico-commerciaux sédentaires** sont en contact avec eux uniquement par téléphone ou par internet (mail, plate-forme extranet, etc.).

**Le délégué technico-commercial** dans le domaine de la biologie est le plus souvent associé au métier de délégué médical. Le délégué médical est un informateur médical. Il est le porte-parole du laboratoire pharmaceutique qui l'emploie. Il sert de lien entre le laboratoire et le médecin ainsi que le pharmacien et sa principale mission consiste à développer les chiffres de vente de son laboratoire. Son principal objectif est de vendre les produits et le savoir-faire du laboratoire qu'il l'emploie et réaliser les objectifs commerciaux définis par la hiérarchie sur le secteur commercial attribué

Ces principales missions sont :

- Développer et promouvoir les ventes, qualifier les besoins clients, qualifier la demande pour des clients à haut niveau technique (laboratoires) et proposer des solutions adaptées
- Négocier et conclure des ventes et des contrats de ventes (réactifs, matériels de laboratoire, services, etc...).
- Prospecter de nouveaux clients, fidéliser les clients existants, identifier leurs besoins et y répondre par une offre adaptée.
- Appliquer les plans d'actions définis par la hiérarchie (suivant le réseau auquel il appartient) en accord avec la stratégie du marketing opérationnel.
- Répondre aux appels d'offres émis par les clients en appliquant la politique de prix et de services communiqués par le responsable hiérarchique.
- Réaliser les objectifs de chiffre d'affaires validés par la hiérarchie.
- Entretenir des relations suivies avec les clients.
- **La gestion commerciale**, en établissant les rapports hebdomadaires et mensuels et la transmission de toute information afin de mettre à jour la base de données des clients.