



**HAL**  
open science

## La dénomination des commerciaux : une identité à revisiter

Anne Parizot

► **To cite this version:**

Anne Parizot. La dénomination des commerciaux : une identité à revisiter. Journal national de la recherche en IUT, 2010. halshs-03566935

**HAL Id: halshs-03566935**

**<https://shs.hal.science/halshs-03566935v1>**

Submitted on 23 Feb 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **La dénomination des commerciaux : une identité à revisiter.**

**Anne Parizot**

Une activité fondamentale de l'homme est de nommer, de désigner. C'est ainsi qu'il donne une réelle existence aux concepts en permettant de les identifier, de les différencier, de les positionner.

Un certain nombre de mutations ou d'évolutions apparaissent : nouveaux métiers, nouvelles dénominations, ou encore modifications des dénominations avec ou sans modifications des contenus (compétences, savoirs...). Les entreprises revisitent la notion de «-commercial » et sont amenées à créer une terminologie qui correspond mieux aux postes et fonctions désignés. S'interroger sur la terminologie employée par différentes communautés permet de recenser l'ensemble des termes employés, de reconnaître leur emploi dans des contextes particuliers, d'en mesurer les écarts par rapport à la norme.

Deux motivations sont à l'origine de cette réflexion, secondées par notre parcours professionnel :

- La première a été la création du département d'IUT TC orientation GDI (« Génie de la Distribution industrielle ») à l'IUT de Reims-Châlons-Charleville, département expérimental en France, où les notions de « technico-commercial » et de « double compétence » sont très présentes. Ayant de fait développé des relations de partenariat avec certaines entreprises ou tout simplement dans le cadre de stages, nous avons constaté la multiplicité des appellations concernant les métiers et postes offerts aux étudiants.

- La deuxième est la réalité de terrain liée à notre enseignement en IUT. En effet nous sommes de plus en plus confrontée, que ce soit dans le domaine de l'encadrement de formation ou à titre d'enseignant (notamment dans le cadre des PPP), à la notion de métiers commerciaux (débouchés, renvoi au Code ROME, analyse d'offres d'emploi, lettre de candidature...). Il est donc nécessaire de pouvoir poser clairement les concepts utilisés tant au niveau des offres que des recherches d'emploi pour mettre l'enseignement des IUT en adéquation avec ceux-ci.

Cette réflexion s'est appuyée sur notre participation de 1996 à 1998, en tant que membre associé, à un laboratoire de recherche AEP (Analyse et évaluation des professionnalisations) à l'IUT Reims Châlons Charleville qui s'intéresse tout particulièrement à la sociologie des professions au travers des notions de compétences, de fonctions, de métiers...

De plus, notre appartenance au Centre de Recherche en Terminologie (étude et traitement de vocabulaires techniques qui s'inscrit à la fois dans une dynamique

communicationnelle et organisationnelle) de Paris III Sorbonne Nouvelle, le CRETAL, de 1993 à 1995 nous a marquée notamment par la méthodologie employée et la rigueur de la recherche du terme juste et incitée à intégrer récemment le Laboratoire de Recherche en français contemporain de la Sorbonne, dans le domaine « terminologie ».

Après avoir dégagé les différents axes sur lesquels nous avons basé cette recherche, nous présenterons les divers supports ou sources utilisés pour étayer notre travail. Nous proposerons alors de repérer les écarts de dénominations révélés par ces corpus. Enfin, nous présenterons l'enquête que nous sommes entrain de réaliser auprès des entreprises employant des commerciaux, enquête de terrain pour identifier la véritable terminologie utilisée. Celle-ci devrait nous permettre de cerner mieux les écarts entre réalité et « théorie » et de pouvoir dénommer clairement des débouchés pour nos étudiants d'IUT.

Cette enquête étant en cours, nous ne pourrons en donner les conclusions. Vue l'étendue de l'étude, nous choisirons d'en retracer ici les grandes lignes.

## **1. Les différents axes**

Cette analyse s'organise autour de quatre axes distincts mais complémentaires. Les deux premiers regrouperont principalement des analyses sur la langue, les deux derniers s'intéressent à leurs emplois en discours.

- L'axe morphologique et morphosyntaxique approche le mot lui-même, sa formation notamment au travers des occurrences telles « technico-commercial ».
- L'axe sémantique étudie plus particulièrement les différents sens que prennent les termes.
- L'axe terminologique permettra de dépasser le cadre de la langue, pour voir comment évolue le concept de « commercial ». Repérer l'usage des termes par rapport à la norme, par rapport aux référentiels type code ROME, faire état des nouvelles dénominations pour faciliter l'information, la communication et l'organisation dans le monde du travail, de la formation...
- L'axe sociologique visera à définir les compétences ou aptitudes, il apporte une dimension nouvelle, permettant d'intégrer le terme dans un contexte privilégiant le cadre de la perception globale de la profession.

L'étude de ces axes nous révèle qu'il y a nombre de chevauchements dans l'utilisation des concepts. En effet, la terminologie n'est pas rigoureuse : ainsi pouvons-nous dire que certains termes connaissent des glissements sémantiques et terminologiques. On remarque des interférences entre le statut de « générique » ou de « spécifique », certains concepts sont synonymes parfois ou au contraire bien distincts.

De plus les frontières entre métier, fonction ou même encore poste se superposent et rendent plus complexes les notions de compétences, de qualité et de savoirs.

## **2. Les sources utilisées**

Les principales sources d'informations utilisées sont des corpus existants annoncent diverses classifications, définitions, ainsi que des listes d'appellations principales ou spécifiques :

- celui de l'Afnor (Référentiel de l'Excellence commerciale » où la norme propose 157 dénominations sur la notion d'emploi « commercial » en y incluant le « technico-commercial ». Nous essaierons de voir d'ailleurs si ces normes sont encore d'actualité et si elles correspondent véritablement aux réalités des entreprises.
- celui de l'Insee (nomenclatures sur la profession et les catégories socioprofessionnelles) regroupant les dénominations par classement selon les PCS (professions et catégories socioprofessionnelles)
- celui de l'ANPE (Répertoire opérationnel des métiers et emplois (Code Rome)), reprenant une classification par arborescence.
- Celui de l'APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres) qui propose un « Référentiel des métiers cadres des fonctions commerciales et marketing ».

Nous nous référons également aux diverses formations proposées pour voir comment elles libellent les intitulés de diplôme ou de formation. .

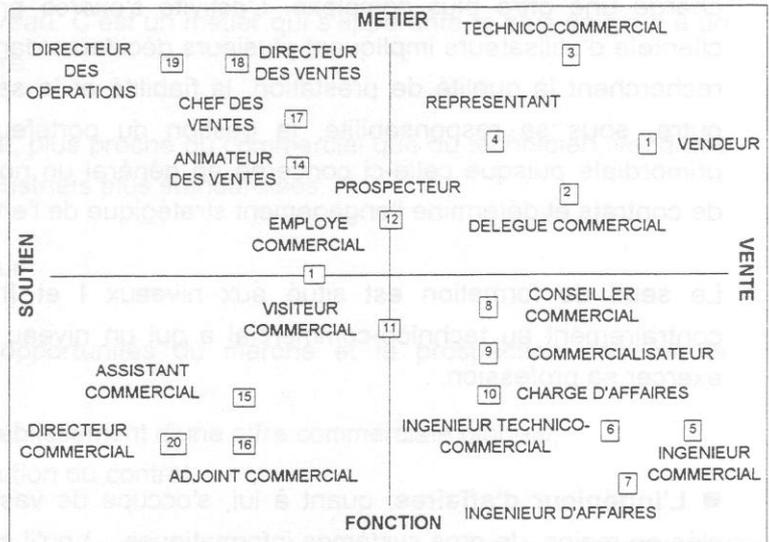
Enfin, nous nous appuierons sur des remarques relevées lors de nos rencontres avec des professionnels d'entreprise, autrement dit des « gens de terrain ». Ces quelques sources précieuses nous amènerons sans doute à constituer ultérieurement un corpus beaucoup plus étendu, mais spécifique à la réalité du « terrain ».

## **3. Relevé des dénominations du métier de « commercial »**

A titre d'exemple nous signalerons l'analyse de l'AFNOR exposant le positionnement des « commerciaux » :

L'axe soutien/vente repose sur une implication plus ou moins significative dans le processus de vente selon que le détenteur de l'emploi exerce une activité de vente ou qu'il intervienne à des degrés divers en soutien de l'activité commerciale.

L'axe métier/fonction distingue la notion de métier qui demande une formation spécialisée et un apprentissage spécifique, de la notion de fonction qui est un ensemble cohérent de missions spécifiques.



Source : AFNOR *Norme expérimentale, Excellence commerciale, Emplois commerciaux, Méthode et identification*, imprimée en novembre 2002, p.7.

Sur cette cartographie, figurent les termes en relation avec la fonction commerciale. Nous trouvons le terme « technico-commercial (3), une autre appellation reprenant ce terme comme « ingénieur technico-commercial (6). On note également la présence de termes où l'élément commercial vient compléter un nom (par exemple ingénieur commercial (5), mais figurent aussi « vendeur » et « représentant ». Enfin, signalons la présence d'un terme particulier, serions-nous tenter de dire car nous ne l'avons repéré dans aucun des corpus utilisés autre que dans la norme Afnor, celui de « commercialisateur » (9).

Le terme « commercial » seul n'est pas répertorié et « son utilisation pour désigner un emploi précis est à proscrire ..., seul, c'est un terme générique qui recouvre l'ensemble des emplois ; pour une appellation spécifique, il doit être associé à un terme qualifiant ». AFNOR, p. 32. Cette précision terminologique faite par l'AFNOR est un élément de réflexion intéressant car elle représente un genre d'indication relativement rare. De fait, la cartographie mentionne un certain nombre de ces emplois en association avec un qualifiant tels « conseiller commercial, ingénieur commercial, délégué commercial... ». Nous pensons qu'il y a une interférence entre le concept de profession et celui de métier et de poste. Ces interférences sont en réalité des perceptions différentes des relations entre les notions, notamment en ce qui concerne leur organisation en classe d'hyponyme et d'hyperonyme.

Le « technico-commercial » se caractérise globalement comme prépondérant sur l'axe métier (c'est-à-dire qui nécessite une formation spécialisée et un apprentissage spécifique), en relation forte avec la notion de vente. Reportons nous, pour le moment à la définition du terme « technico-commercial » selon la Norme X50 660 Afnor : « *Il est chargé de vendre des produits, services et savoir-faire d'une entreprise auprès d'une clientèle existante ou potentielle. Il identifie les besoins du client qu'il satisfait par une offre adaptée.* » On relève dans cette définition « chargé de vendre » mais qui ne correspond pas ici au terme de « vendeur » positionné différemment sur la cartographie. Pourtant les définitions du « technico-commercial » et du « vendeur » sont très proches si ce n'est identiques. Le vendeur est : « *chargé de vendre des produits, services et savoir-faire, il identifie les besoins du client qu'il satisfait par une offre adaptée.* ». Le vendeur est présenté comme terme hyperonyme de deux classes : vendeur itinérant et vendeur sédentaire qui se distinguent l'une de l'autre en ce que la première présente le vendeur comme un prospecteur, la deuxième comme une personne qui accueille la clientèle.

Bien que la définition soit très proche (si ce n'est identique) pour ces deux termes, comme nous l'avons souligné, on repère cependant des écarts dans divers critères : les compétences, le contexte professionnel, et le statut ou qualification.

- Les compétences (terme ainsi employé par l'AFNOR) : *le seuil de formation pour le TC (technico-commercial) est situé aux niveaux II et III, et l'exercice de la fonction requiert une double formation (technique et commerciale).* Pour le vendeur, *le seuil de formation est situé aux niveaux III, IV, V, l'exercice de la fonction requiert une formation professionnelle ou une formation générale suffisamment qualifiante.* Le seuil de formation du TC repose sur un niveau plus élevé II et III\*. Ces différences de niveaux de seuils de formation sont sensibles, et alors que le « vendeur » doit posséder une culture générale et professionnelle, le « technico-commercial » s'appuie sur la culture technique et commerciale. La culture technique lui permet de répondre aux évolutions techniques et technologiques inévitables, la culture commerciale lui permet de négocier habilement avec des interlocuteurs divers.

- Le contexte professionnel : Là encore apparaît une différence sensible : alors que le TC est en relation avec une clientèle institutionnelle, l'activité du vendeur s'exerce auprès d'une clientèle d'utilisateurs ou consommateurs des produits ou services.

- Le statut ou qualification : *Le « vendeur » ne sera que rarement cadre et une évolution de son statut est possible vers la fonction de délégué commercial, chef de groupe de vendeurs et à terme chef des ventes... ». « Le TC confirmé sera assimilé au cadre et fort de son expérience il pourra évoluer vers la fonction d' « ingénieur technico-commercial, chef de produit... ».*

Cette présentation faite par l'AFNOR pose le problème de la définition des « compétences » car ici elles sont assimilées au « seuil de formation » c'est-à-dire à des niveaux de diplômes, on peut alors se demander s'il est judicieux d'assimiler « compétences » et « formation ». Ce thème sera développé dans l'étude sociologique.

Tableau récapitulatif de l'emploi des termes.

Termes	Sigles	Source ADMI	Source AFNOR	Source ANPE ROME	Source APEC	Source INSEE PCS	Source DUT /BTS	Source Bac +3	Source Bac+ 4 et 5	Source Terrain
Account manager					X					X
Agent technico-commercial				X						X
Attaché commercial				X						X
Attaché commercial externe	ACE									X
Attaché commercial sédentaire	ACS									X
Assistant commercial			X							X
Assistant commercial itinérant										X
Assistant commercial sédentaire	ACS									X
Cadre technico-commercial				X	X	X		X	X	
Chargé d'affaires			X		X	X		X	X	X
Chef de Marché										X
Commercial		X								X
Commercialisateur			X							
Conseiller commercial			X		X					
Conseiller clientèle entreprises					X					

Conseiller Technique clientèle										X
Consultant négociateur					X					
Délégué commercial			X	X						X
Délégué régional				X						
Démarcheur technico-commercial				X						
Directeur de comptes					X					
Ingénieur commercial		X	X		X	X		X	X	X
Ingénieur Commercial Grands comptes					X					X
Ingénieur D'affaires		X	X		X			X	X	
Ingénieur technico-commercial		X	X	X	X	X		X	X	
Inspecteur commercial					X					
Manager D'affaires					X					
Négociateur comptes clés					X					
Représentant (en) Commercial			X		X	X				
Responsable comptes clé					X					
Responsable Comptes secteur	RCS									X
Responsable de marché										X
Responsable de secteur					X					X
Responsable					X					

grands comptes										
Responsable Technique Clientèle										X
Responsable technico-commercial	RTC			X	X					X
Technicien commercial	TC		X		X	X				
Technicien commercial itinérant	TCI									X
Technicien commercial sédentaire	TCS									X
Technicien force de ventes						X	X			
Technico-commercial	TC	X	X	X	X	X	X			X
Vendeur			X	X						
Voyageur représentant placier	VRP			X						

Ce tableau permet d'avoir une vision synthétique de l'emploi des appellations, même si nous ne prétendons pas avoir pu enregistrer l'intégralité de celles-ci. On remarque que les termes sont inégalement employés.

Le « technico-commercial » reste le terme le plus utilisé que ce soit par les organisations type ANPE, Insee..., les formations universitaires (repérables sous la désignation « Bac +... ), ou même encore les entreprises (source : terrain), (même si certaines ont signalé l'avoir abandonné).

En revanche tous les emplois ne sont pas de même nature.

En effet, le « technico-commercial » renvoie à :

1. Une formation Bac +2, et de là à un métier correspondant : c'est à ce titre que coexistent des appellations comme conseiller technico-commercial, responsable commercial...
2. Un statut dans l'entreprise et il est souvent en relation avec le concept de cadre, ce dernier étant est lui-même une désignation de concept « cadre technico-commercial ». On retrouve alors des co-hyponymes par rapport au concept de

cadre comme : ingénieur commercial, ingénieur technico-commercial, ingénieur d'affaires.

- 3 Les appellations à partir de technico-commercial (exemple TCI...) permettant de mesurer le lieu d'activité, « en dehors ou à l'intérieur de l'entreprise », se retrouvent naturellement principalement dans le discours entreprise.

D'autres emplois sont plus marginaux :

Représentant : l'emploi est relativement restreint (AFNOR, INSEE), ce terme a une connotation plutôt négative dans le discours entreprise, il correspond cependant soit à un type particulier de technico-commercial, autrement dit il est hyponyme de TC, soit il intervient également comme hyperonyme (INSEE) puisqu'il est co-hyponyme de technicien force de vente...

Il semble difficile à partir de ces informations de dresser une typologie précise de l'emploi de technico-commercial et de ses occurrences concurrentes. En effet, les classements des concepts ne reposent pas sur les mêmes critères ce qui laisse une grande latitude d'interprétation et d'emploi possibles.

Les principaux critères de sélection des termes varient en fonction :

- De l'entreprise et de son secteur d'activité
- Du type de formation suivie à l'origine et du niveau de responsabilité accordé dans l'entreprise
- Du statut de reconnaissance
- De la nature du produit ou du service
- Du contexte professionnel...

Un partenariat noué avec l'entreprise « Michelin » nous a permis de rencontrer les recruteurs de cette entreprise dans le cadre de débriefing d'entretiens d'embauche. Les informations récoltées oralement par exemple, sur la perception du terme de « technico-commercial » attestent des éléments suivants : il semble que ce terme soit quelque peu galvaudé ou du moins a vieilli et peut être « mal vieilli ». En effet, une connotation péjorative entache le terme et le concept qui y est rattaché. Le métier ou la fonction (différence qui reste à déterminer) prend valeur de « VRP » sorte de prospecteur... Le contour en est flou, mais il s'assimile en tous les cas à un « représentant » chargé d'un sens tout à fait dévalorisant. Cette dévalorisation pourrait être liée aussi à la perception actuelle de certains mots en syllabe en [o]...

Afin d'éliminer la valeur négative du concept et par delà de la « fonction/métier », l'entreprise Michelin a délibérément banni le terme de « technico-commercial » de son vocabulaire. Pour remplacer l'expression, puisqu'il s'agit bien de vocabulaire et non de « métier/fonction », Michelin utilise dorénavant l'expression « Responsable Comptes Secteurs » ou « RCS ». La siglaison n'est pas anodine car elle permet aussi de neutraliser les connotations que peut véhiculer un terme. Cette appellation « RCS » (qui n'est pas forcément nouvelle) n'est pas répertoriée par l'AFNOR, dans la norme expérimentale XSO-660. Il conviendra de voir à quelle période le besoin de ces

nouvelles appellations s'est fait ressentir, et à partir de quelle date elles sont devenues effectives dans les entreprises. Cette valeur péjorative attribuée au concept de technico-commercial n'est pas du seul fait de l'entreprise Michelin, dont les valeurs humaines sont largement reconnues. Nous avons eu la même remarque chez Fenwick : « on ne parle plus de technico-commercial pour supprimer la connotation négative liée au mot, avec comme signification peu valorisante celle de VRP. Mais il est aussi à noter que les postes ont évolué d'où le besoin d'une nouvelle désignation, plus proche de la réalité ».

Ces remarques informelles nous ont motivé à pousser plus loin l'investigation, en constituant un questionnaire à destination des entreprises, pour avoir une vision plus globale de l'étendue de ces usages dans le milieu entrepreneurial. Ce questionnaire figure en annexe.

Cette étude pourra déboucher ultérieurement sur les correspondances entre les différentes langues et notamment à comparer la terminologie française et anglaise. Ainsi pourrions-nous alors analyser des termes comme « KAM », sigle de « key account manager », terme approchant ou identique de « Responsable comptes clés » que nous avons par ailleurs repéré dans le tableau récapitulatif, et rapprocher également les équivalences proposées comme « field service engineer » pour « agent technico-commercial » signalé dans la base de données terminologiques « CRITER ».

Ainsi, pourrions-nous participer à l'unification internationale des concepts et des termes, unification nécessaire lorsque, par exemple, des entreprises travaillent à l'international ou lorsqu'intervient le concept de mobilité des acteurs du monde du travail.

## Annexe

### Questionnaire adressé aux DRH des entreprises -Fiche métier - fonction - poste

Pour chaque dénomination utilisée par votre entreprise pour désigner ses commerciaux (par exemple "Reponsable Compte Secteur" ou "Technico Commercial Externe"....) vous voudrez bien remplir une fiche dite "fiche métier - fonction - poste"...Laboratoire UEA 1483

**Dénomination actuelle du poste (ou de la fonction).** C'est cet intitulé qui figure par exemple sur la carte de visite que le commercial remet à ses clients...

1.Intitulé exact de la fonction ou du métier

2.Existe t-il une abréviation utilisée couramment ?

1. oui

2. non

3.Si 'oui', précisez l'abréviation utilisée :

4.La dénomination inscrite sur le contrat de travail est-elle identique à la dénomination utilisée sur la carte de visite remise aux clients ?

- 1. oui
- 2. non

5.Si 'non', pouvez-vous préciser la dénomination utilisée dans le contrat de travail et expliquer brièvement pourquoi les deux dénominations sont différentes:

La question n'est pertinente que si dénomination contrat = "non"

### **Les Missions**

6.Pouvez-vous préciser les contenus des missions commerciales?

- 1. clientèle (vente sédentaire)
- 2. clientèle (suivi et conseil sédentaire)
- 3. visite clientèle (vente)
- 4. visite clientèle (suivi et conseil)
- 5. assistance commerciale (formation)
- 6. assistance commerciale(action de communication participative)
- 7. assistance commerciale (aide à la gestion)

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

7.Si d'autres missions commerciales sont confiées, pouvez-vous les lister?

8.Pouvez-vous préciser les contenus des missions techniques?

- 1. diagnostic besoin du client
- 2. études techniques préalables (chiffrages)
- 3. formation technique
- 4. assistance technique
- 5. préconisations
- 6. diagnostic de panne
- 7. opérations de maintenance

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

9.Si d'autres missions techniques sont confiées, pouvez-vous les lister?

### **Responsabilités et hiérarchie**

10.Comment qualifier le degré d'autonomie (la délégation de pouvoir) de ce poste ?

- 1. très important (très large)
- 2. important (large)
- 3. encadré (limité)
- 4. très encadré (très limité)

5. nul

11.Intitulé exact de la fonction ou du métier du responsable hiérarchique immédiat

12.Existe t-il une abréviation utilisée couramment pour ce poste?

1. non

2. oui

13.Si 'oui', précisez, l'abréviation utilisée :

**Historique des intitulés de ce poste ou de cette fonction (ou de ce métier)**

14.Historique : ce poste ou cette fonction ont-ils été intitulés autrement ?

1. non

2. oui

15.Si 'oui', pouvez-vous préciser quelles dénominations ont été utilisées en précisant alors les abréviations utilisées :

16.Historique : en cas de changement d'intitulé, pouvez-vous préciser pourquoi ces changements ont été décidés?

1. la dénomination était devenue obsolète

2. la dénomination était peu attractive

3. le contenu des missions avait évolué

4. les compétences exigées pour le poste avaient évolué

5. l'organisation de l'entreprise avait changé

6. la dénomination ne correspondait pas aux dénominations habituelles dans votre secteur d'activité

Ordonnez 6 réponses.

17.Si vous aviez d'autres motivations, vous pouvez les lister et les commenter, comme vous pouvez commenter et approfondir la réponse à la question précédente

**Les critères de choix de l'intitulé actuel**

18.L'intitulé actuel est-il l'utilisation d'un terme

1. existant dans les entreprises de votre secteur d'activité

2. existant dans des secteurs éloignés de votre secteur d'activité

3. n'existant pas à votre connaissance et que vous avez spécialement créé.

19.Précisez selon vous, pourquoi le terme nouveau est apparu : vous pouvez approfondir éventuellement les informations apportées en question 16

20.Pour choisir la dénomination actuelle, vous avez tenu compte :

1. de l'attractivité de la dénomination

2. du contenu des missions

3. terminologie habituelle dans votre secteur d'activité

Ordonnez 3 réponses.

21. Si vous avez tenu compte de l'attractivité de la dénomination, pouvez-vous préciser en quoi elle est attractive?

La question n'est pertinente que si critères = "de l'attractivité de la dénomination"

#### **Evolution de l'intitulé**

22. Cette appellation va t-elle changer dans un futur proche

1. non

2. oui

3. ne sait pas

23. Si 'oui', pouvez-vous indiquer la dénomination envisagée en remplacement? :

24. Si 'oui', pouvez-vous préciser pourquoi :

#### **Perception globale des dénominations**

à ne renseigner que sur une seule fiche métier. Nous vous demandons vos appréciations au delà des termes utilisés dans votre entreprise.

25. Quelles sont pour vous les fonctions de la dénomination?

1. compréhension du client

2. valorisation du commercial

3. la motivation du salarié

4. la hiérarchisation dans l'entreprise

5. le positionnement de l'entreprise

6. la position par rapport aux jeunes diplômés

Ordonnez 6 réponses.

26. La dénomination "account manager" vous semble t-elle : (même chose jusqu'à la question 44)

1. très positive

2. positive

3. neutre

4. négative

5. très négative

27. La dénomination "agent technico-commercial" vous semble t-elle :

28. La dénomination "attaché commercial" vous semble t-elle :

29. La dénomination "assistant commercial" vous semble t-elle :

30. La dénomination "cadre technico-commercial" vous semble t-elle :

31. La dénomination "chargé d'affaires" vous semble t-elle :

32. La dénomination "commercial" vous semble t-elle :

33. La dénomination "commercialisateur" vous semble t-elle :

34. La dénomination "conseiller technique clientèle" vous semble t-elle :

35. La dénomination "délégué commercial" vous semble t-elle :  
36. La dénomination "ingénieur commercial" vous semble t-elle :  
37. la dénomination "ingénieur d'affaires" vous semble-t-elle?  
38. La dénomination "responsable comptes clés" vous semble t-elle :  
39. La dénomination "responsable comptes secteur" vous semble t-elle :  
40. La dénomination "responsable technico-commercial" vous semble t-elle :  
41. La dénomination "responsable grands comptes " vous semble t-elle :  
42. La dénomination "technicien de force de ventes" vous semble-t-elle?  
43. la dénomination "technico-commercial" vous semble t-elle?  
44. La dénomination "vendeur" vous semble t-elle :

45. Selon vous, y-a t-il des dénominations à éviter?

1. oui  
 2. non

46. Si oui, quels sont les termes à éviter et pourquoi?

47. Accepteriez-vous que je prenne contact avec vous par téléphone pour éventuellement répondre à mes questions ou approfondir vos réponses ?

1. non  
 2. oui

48. Si 'oui', pouvez-vous me préciser votre nom et votre numéro de téléphone (je vous remercie de votre précieuse collaboration):

49. Avez-vous des remarques et/ou des suggestions à formuler par rapport à ce questionnaire?

**Identification entreprise :** renseignements sur l'entreprise (nom, taille, secteur d'activité...)

50. précisez le nom de l'entreprise

51. l'entreprise est :

1. distributeur  
 2. fabricant

52. quel est le secteur d'activité de l'entreprise?

53. quel est le nombre global de salariés?

54. quel est l'effectif de la force de vente?

55. quel est le pourcentage du chiffre d'affaires à l'international?

***Bibliographie sommaire:***

E. Benveniste : *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard, tomes I et II, 1974.

*Compétences, métiers, formation : éléments d'analyse*, Revue de sociologie et d'anthropologie UTINAM ,Coll. l'Harmatan, juillet 2006

L. Depecker : *Entre signe et concept*, Presses Sorbonne Nouvelle, 2003.

F. Gaudin : *Socioterminologie, une approche linguistique de la terminologie*, Bruxelles, Duculot De Boeck, 2003, 286p

*Les formations technico-commerciales, programmes, profils, compétences et débouchés* , février 1995, Association pour le Développement du Marketing Industriel (ADMI)

*Les cadres technico-commerciaux*, Etude des emplois et des formations, décembre 2004, Association pour le Développement du Marketing Industriel (ADMI)

*Nomenclatures, Professions et catégories socioprofessionnelles*, INSEE. [www.insee.fr/fr/](http://www.insee.fr/fr/)

*Norme expérimentale, Excellence commerciale, Emplois commerciaux, Méthode et identification*, imprimée en novembre 2002, AFNOR

*Répertoire Opérationnel des Métiers et des Emplois (ROME) ANPE* [Rome.anpe.net/candidat](http://Rome.anpe.net/candidat)

R. Sainsaulieu : *L'identité au travail*, 2<sup>ème</sup> édition 1985, Presses de la fondation nationale des Sciences politiques, 1977.

P. Saunier, *La Compétence, au cœur de la qualification et de l'emploi*, D.E.S.S Management avancé des ressources humaines et relations de l'emploi, IAE, Paris 1, Panthéon-Sorbonne, 1999.