



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>1 RECRUTER DES COLLABORATEURS</b>	<b>9</b>
<b>CHAPITRE 1   ÉVALUER LES BESOINS EN COMPÉTENCES ET EN PERSONNEL</b>	<b>11</b>
IDENTIFIER UN BESOIN EN RECRUTEMENT	11
PRENDRE EN COMPTE LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION	13
<b>CHAPITRE 2   LES OUTILS D'AIDE AU RECRUTEMENT</b>	<b>15</b>
LA FICHE DE POSTE ET LE PROFIL DE POSTE	15
LE CHOIX DU CONTRAT DE TRAVAIL	17
<b>CHAPITRE 3   LE RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE</b>	<b>23</b>
ÉLABORER UNE PROCEDURE DE RECRUTEMENT	23
LA SÉLECTION DES CANAUX DE DIFFUSION	25
<b>CHAPITRE 4   RECRUTER ET INTEGRER LES NOUVEAUX CANDIDATS</b>	<b>29</b>
SELECTIONNER DES CANDIDATURES	29
L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX COLLABORATEURS	35
<b>SYNTHESE THÈME N°1</b>	<b>38</b>
EXERCICES	39
<b>2 ORGANISER LE TRAVAIL DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE</b>	<b>41</b>
<b>CHAPITRE 1   ANALYSER ET RÉPARTIR LES TÂCHES</b>	<b>43</b>
LA DÉTERMINATION DES MISSIONS DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE	43
LA RÉPARTITION DES TÂCHES AU SEIN DE L'UNITÉ COMMERCIALE	45
<b>CHAPITRE 2   PLANIFIER LE TRAVAIL</b>	<b>49</b>
LE PLANNING DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE	49
LES CONTRAINTES À PRENDRE EN CONSIDÉRATION	51
LA PLANIFICATION DES TÂCHES DANS LE TEMPS	53
<b>SYNTHESE THÈME N°2</b>	<b>58</b>
EXERCICES	60
<b>3 CORRIGÉS</b>	<b>73</b>