

**Les métiers
transverses
en Normandie**

*Les technico-
commerciaux*

Édition

Juin
2025



Les métiers transverses sont des métiers qui s'exercent au sein d'un grand nombre de secteurs. Certains métiers sont transversaux du fait de leur appartenance à des fonctions support dans les entreprises. Mais certains métiers relevant des fonctions « cœur de métier » s'exercent également dans un grand nombre de secteurs d'activité. Afin de les identifier, on évalue le degré de concentration ou de dispersion des actifs en emploi d'un métier dans un ou plusieurs secteurs.

Les technico-commerciaux font partie des métiers transverses identifiés en Normandie.

Le présent rapport en présente une approche statistique, complétée par un travail d'identification des compétences jugées prioritaires par les branches professionnelles et les Opco.

Contexte

La rencontre annuelle avec les branches professionnelles, organisée par la Région Normandie en mars 2025, avait pour thème les métiers transverses. En amont de cette rencontre, le Carif-Oref de Normandie a été sollicité pour apporter son appui à l'identification statistique de ces métiers. Une fois la liste établie, trois groupes de métiers ont été sélectionnés pour faire l'objet d'ateliers de travail lors de la rencontre : les assistants administratifs, les techniciens informatiques et les technico-commerciaux.

Plusieurs publications ont été réalisées pour rendre compte de la démarche statistique et relayer les conclusions de cette rencontre.

La présente publication regroupe à la fois le résultat de l'approche statistique réalisée par le Carif-Oref de Normandie sur les technico-commerciaux, et la synthèse produite par l'équipe de la Région Normandie en charge de la prospective métiers/compétences des travaux de ces ateliers.

RAPPORT COMPLET



APPROCHE STATISTIQUE



TECHNICO-COMMERCIAUX



ASSISTANTS ADMINISTRATIFS



TECHNICIENS INFORMATIQUES





FOCUS SUR TROIS GROUPES DE MÉTIERS TRANSVERSES

Une fois la liste des métiers transverses établie, la Région Normandie, en accord avec les représentants des organisations interprofessionnelles (CPME, Medef et U2P) dans le cadre de la commission formation du Comité Régional de l'Emploi de la Formation et l'Orientation Professionnelles (Crefop), a souhaité zoomer sur certains métiers pour en dégager les caractéristiques d'emploi, de tension et de besoins.

Trois groupes de métiers ont été constitués et ont fait l'objet de fiches statistiques par le Carif-Oref de Normandie.

Ces fiches ont été complétées par la Région Normandie avec :

- l'identification des formations pouvant mener aux métiers analysés
- une synthèse du travail mené en ateliers (une centaine de personnes) lors de la rencontre annuelle avec les branches professionnelles permettant d'identifier les compétences jugées prioritaires ou non.

Le présent rapport propose un focus sur les technico-commerciaux.



Les technico-commerciaux



Les assistants administratifs



Les techniciens informatiques





LES TECHNICO-COMMERCIAUX

page **5**



Portrait
statistique

page **10**



Identification
des compétences
en évolution



Les technico-commerciaux en Normandie

Combien sont-ils ? Où travaillent-ils ?

26 600 technico-commerciaux
Soit 2 % des actifs en emploi nor-
mands
Évolution 2015-2021 : -1,8 %

Dans quels secteurs exercent-ils ?

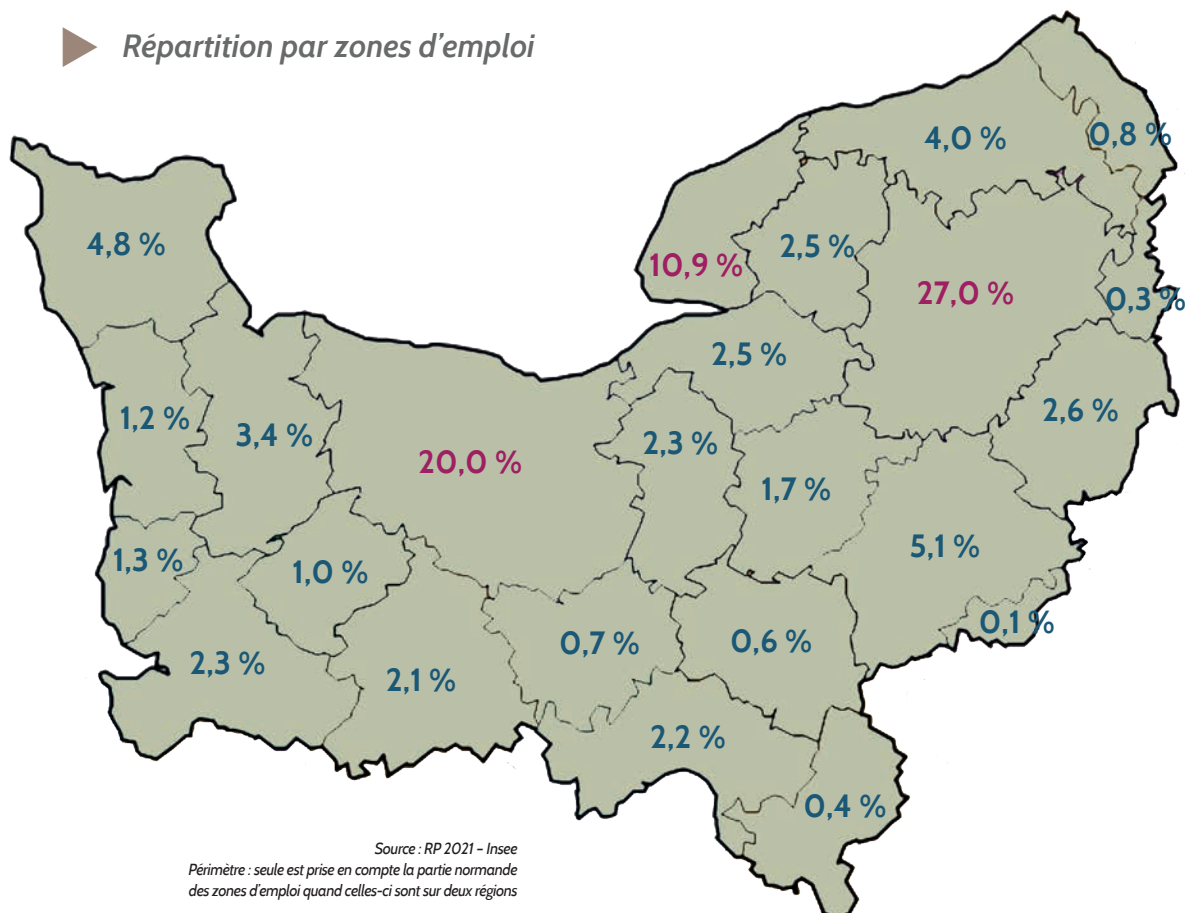
Les technico-commerciaux sont présents dans
79 secteurs d'activité (sur 88).

Les cinq premiers secteurs d'activité

26,5 % : Commerce de gros, à l'exception des au-
tomobiles et des motocycles
11,0 % : Commerce de détail, à l'exception des
automobiles et des motocycles
5,9 % : Travaux de construction spécialisés
4,2 % : Activités immobilières
3,7 % : Production et distribution d'électricité, de
gaz, de vapeur et d'air conditionné

Source : Insee - RP 2021

► Répartition par zones d'emploi



Source : RP 2021 - Insee
Périmètre : seule est prise en compte la partie normande
des zones d'emploi quand celles-ci sont sur deux régions

Qui sont-ils ?

- Des métiers davantage masculins, surtout occupés par des actifs d'âges intermédiaires, avec un niveau de diplôme plus élevé que dans les autres métiers.

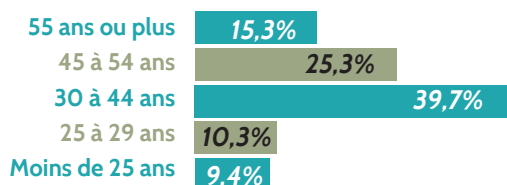


39,8 %

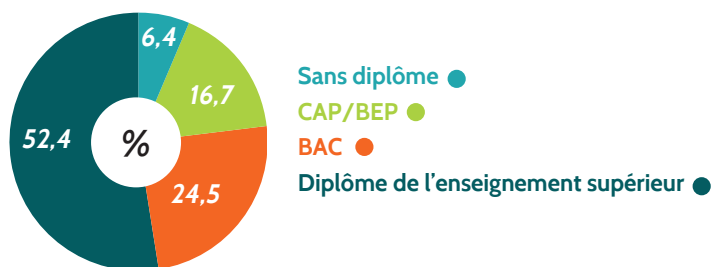


60,2 %

Les actifs selon l'âge



Diplôme le plus élevé obtenu



- Des métiers majoritairement exercés par des salariés avec des contrats stables, mais également des indépendants plus présents que dans les autres métiers transverses, et présence d'un taux de temps partiel plutôt faible.

NON-SALARIÉS / INDÉPENDANTS : 8,5 %

SALARIÉS : 91,5 %

CDI/fonctionnaires : 91,6 %

CDD : 3,0 %

Autres contrats : 5,4 %



TEMPS PARTIEL
7,1 %



Pour comparaison, ensemble des 225 Fap
Femmes 49 %
55 ans et plus 17,8 %
Dipl. enseignement sup. 36,8 %
Temps partiel 15,7 %
Salariés 88,9 % dont CDI 84 %

Source : RP 2021 - Insee



Quel est le marché du travail ?

2 040 demandeurs d'emploi fin janvier 2025

Femmes 32,4 %

Moins de 25 ans 12,7 % / 50 ans et plus 32,4 %

Source : France Travail, données brutes janvier 2025

9 270 offres d'emploi diffusées par France Travail au cours des 12 derniers mois (T4 2023 à T3 2024)

dont 89,3 % d'offres durables

Source : France Travail, données brutes T3 2024

Nombre de projets de recrutement 2024	1 060
Dont projets pérennes	100 %
Projets pérennes jugés difficiles à recruter	57 %

Source : BMO 2024 - France Travail

Y a-t-il des tensions ?

MÉTIERS	NIVEAU DE TENSION	PRINCIPAUX FACTEURS *
Attachés commerciaux	Très élevé	4
Professions intermédiaires commerciales	Très élevé	4

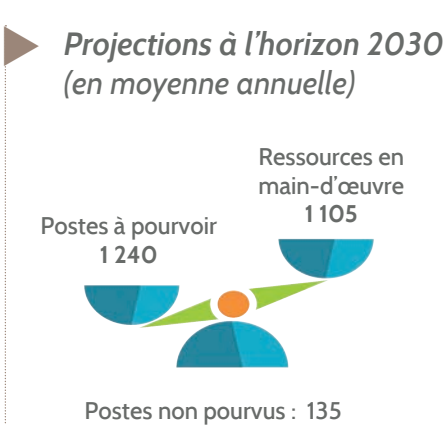


Source : « Les tensions sur le marché du travail en 2022 » - Dares

* Légende des facteurs à l'origine des tensions :

- 1- L'intensité d'embauches : plus les employeurs recrutent, plus ils ont à rechercher des candidats et à réitérer le processus, ce qui joue potentiellement sur les difficultés de recrutement.
- 2- Des conditions de travail contraignantes : des conditions de travail contraignantes peuvent rendre les recrutements plus difficiles.
- 3- La non-durabilité de l'emploi : comme les conditions de travail, les conditions d'emploi interviennent dans l'attractivité du poste à pourvoir.
- 4- Le manque de main-d'œuvre disponible : recruter auprès d'un large vivier de demandeurs d'emploi est a priori plus aisé que dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre.
- 5- Le lien entre la spécialité de formation et le métier : un décalage entre les compétences requises par les employeurs et celles dont disposent les personnes en recherche d'emploi peut alimenter les tensions.
- 6 - L'inadéquation géographique : la main-d'œuvre disponible peut être suffisante au niveau national mais si sa répartition géographique diffère fortement de celle des postes proposés, il peut y avoir des tensions localisées.

Quid de l'avenir ?



Postes à pourvoir = départs en fin de carrière + créations/destructions nettes de poste

Ressources en main d'œuvre = jeunes débutants + mobilités interrégionales

Postes non pourvus : postes à pourvoir non couverts par les jeunes débutants et les professionnels venant d'autres régions. Néanmoins ces postes pourraient être alimentés par les sorties de chômage, les reprises d'activité ou les immigrés.

Source : « Les métiers en 2030 », Dares et France Stratégie

Avertissement : avec cette source, les projections sont réalisées en nomenclature Fap 87 (et non Fap 225). Les deux Fap retenues pour identifier le groupe de métiers des « technico-commerciaux » sont : R2Z Attachés commerciaux et représentants, et R3Z Maîtrise des magasins et intermédiaires du commerce



Quelles sont les formations du domaine « Activité commerciale » ?

Diplômes et activités visées

BAC PRO METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A

Animation et gestion de l'espace commercial

Option B

Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Conseiller et vendre

- Assurer la veille commerciale
- Réaliser la vente dans un cadre omnicanal

Suivre les ventes

- Assurer l'exécution de la vente
- Assurer le suivi de la commande du produit et ou du service

Traiter les retours et les réclamations du client

- Traiter les retours et les réclamations du client
- S'assurer de la satisfaction du client

Fidéliser la clientèle et développer la relation client

- Traiter et exploiter l'information ou le contact client
- Contribuer à des actions de fidélisation et de développement de la relation client

Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client

- Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client

BTS COMMERCE INTERNATIONAL

Exploiter les données clients/fournisseurs

- Gérer la relation commerciale internationale et coordonner les services
- Communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels

Suivre les contrats internationaux, évaluer les risques et gérer les litiges

- Suivre les contrats internationaux, évaluer les risques et gérer les litiges

Contrôler les processus, la chaîne documentaire et évaluer les prestations

- Concevoir des tableaux de bord et réaliser une veille sur l'environnement global
- Analyser les marchés cibles, proposer des améliorations et contribuer au développement international

Participer à la prospection commerciale

- Participer à la prospection commerciale

BTS CONSEIL ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNIQUES

Concevoir, négocier et conseiller des solutions technico-commerciales

- Concevoir, négocier et conseiller des solutions technico-commerciales
- Gérer le risque affaire et client, et assurer le suivi des affaires

Manager l'activité technico-commerciale, recruter, former et animer un réseau

- Manager l'activité technico-commerciale, recruter, former et animer un réseau
- Analyser les parcours clients et évaluer la performance commerciale

Développer la clientèle, prospecter, définir et valoriser l'offre, et créer une relation client durable

- Développer la clientèle, prospecter, définir et valoriser l'offre, et créer une relation client durable
- Réaliser une veille concurrentielle, analyser les besoins et produire des solutions pour un segment cible

Mettre en œuvre des formations techniques adaptées au segment cible

- Mettre en œuvre des formations techniques adaptées au segment cible

BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL

Développement de la relation client : collecte, analyse, vente conseil, suivi de la relation et fidélisation

- Développement de la relation client : collecte, analyse, vente conseil, suivi de la relation et fidélisation
- Animation de l'offre commerciale : élaboration, agencement, mise en valeur, promotions, et communication interne/externe

Gestion opérationnelle : fixation des objectifs, gestion des approvisionnements, stocks, règlements, budgets, risques et reporting

- Gestion opérationnelle : fixation des objectifs, gestion des approvisionnements, stocks, règlements, budgets, risques et reporting
- Management de l'équipe commerciale : évaluation des besoins, répartition des tâches, plannings, recrutement, animation, et évaluation des performances

Management de l'équipe commerciale : évaluation des besoins, répartition des tâches, plannings, recrutement, animation, et évaluation des performances

- Management de l'équipe commerciale : évaluation des besoins, répartition des tâches, plannings, recrutement, animation, et évaluation des performances

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

Développement de clientèle

- Développement de clientèle
- Négociation, vente et valorisation de la relation client

Animation de la relation client

- Animation de la relation client
- Veille et expertise commerciales

Gestion de la relation client à distance

- Gestion de la relation client à distance
- Gestion de la e-relation

Gestion de la vente en e-commerce

- Gestion de la vente en e-commerce
- Animation de réseaux de distributeurs

Animation de réseaux de partenaires

- Animation de réseaux de partenaires
- Animation de réseaux de vente directe

Source : Direction des Lycées de Normandie



COMPOSITION DU GROUPE DE MÉTIERS « TECHNICO-COMMERCIAUX »

FAP-2009	PCS 2003	ROME-version 3
R2Z80 - Attachés commerciaux	225a - Intermédiaires indépendants du commerce, de 0 à 9 salariés 463a - Techniciens commerciaux et technico-commerciaux, représentants en informatique 463b - Techniciens commerciaux et technico-commerciaux, représentants en biens d'équipement, en biens intermédiaires, commerce interindustriel (hors informatique) 463c - Techniciens commerciaux et technico-commerciaux, représentants en biens de consommation auprès d'entreprises 463d - Techniciens commerciaux et technico-commerciaux, représentants en services auprès d'entreprises ou de professionnels (hors banque, assurance, informatique)	D1407 - Relation technico-commerciale D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprise D1405 - Conseil en information médicale
R3Z82 - Professions intermédiaires commerciales	462c - Acheteurs non classés cadres, aides-acheteurs 462e - Autres professions intermédiaires commerciales (sauf techniciens des forces de vente)	M1101 - Achats M1102 - Direction des achats

Table de correspondance FAP-2009 / PCS-2003 / ROME-V3





Lors de la **Rencontre annuelle avec les branches professionnelles** du 25 mars 2025, une réflexion collective entre les 90 représentants des branches professionnelles et des Opco a permis d'identifier des **compétences prioritaires** au regard des transitions numérique, écologique et démographique.

En amont de cette rencontre, un travail préparatoire a été mené avec un outil d'intelligence artificielle et un groupe d'experts des transitions, afin de dégager les compétences en évolution.

La sélection finale des compétences prioritaires s'est appuyée sur les résultats de cette phase exploratoire.

Compétences en évolution jugées prioritaires par les représentants des branches professionnelles et des Opco

1

« PROSPECTION ET VENTE VIA LES CANAUX DIGITAUX »

*Développer de nouvelles stratégies
de prospection et de vente en exploitant
les plateformes numériques et les outils
de marketing digital.*

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Utilisation des réseaux sociaux** : Prospecter et interagir avec les clients via LinkedIn, Instagram ou Twitter.
- **Automatisation de la prospection** : Utilisation d'outils comme LinkedIn Sales Navigator, emails automatiques ou chatbots pour générer des leads.
- **Techniques de social selling** : Établir une présence professionnelle en ligne et utiliser des contenus pour attirer et convertir des prospects.

2

« ECO-CONCEPTION DES OFFRES »

Proposer des solutions et produits intégrant des critères environnementaux dès leur conception pour répondre aux attentes croissantes en matière de durabilité.

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Analyse du cycle de vie (ACV)** : Capacité à évaluer l'impact environnemental des produits tout au long de leur cycle de vie (fabrication, usage, fin de vie).
- **Proposition de solutions durables** : Savoir identifier et promouvoir des produits ou services éco-conçus qui limitent l'impact sur l'environnement.
- **Argumentaire écologique** : Développer des arguments de vente basés sur les avantages environnementaux et économiques des produits durables.

3

« ÉCONOMIE CIRCULAIRE »

*Intégrer les principes de l'économie circulaire
dans la stratégie commerciale, en mettant en avant
des solutions basées sur la réutilisation, la réparation ou le recyclage.*

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Offres de produits circulaires** : Développer des propositions de vente intégrant des produits reconditionnés, recyclés ou issus de circuits courts.
- **Modèles de vente innovants** : Promouvoir des modèles comme la location, le leasing ou le partage de produits pour réduire l'impact écologique.
- **Gestion de la fin de vie des produits** : Proposer des solutions pour le recyclage ou la reprise des produits en fin de vie.

4

« ANALYSE DES DONNÉES COMMERCIALES ET MARKETING »

*Exploiter les données issues des outils numériques
pour prendre des décisions éclairées et identifier
des opportunités commerciales.*

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Analyse de données** : Maîtrise des outils comme Excel avancé, Google Analytics ou Power BI pour traiter et interpréter les données.
- **Segmentation et ciblage** : Identifier les segments de marché pertinents grâce aux analyses pour personnaliser les offres.
- **Suivi des KPIs** : Capacité à piloter les performances commerciales en suivant des indicateurs clés comme le taux de conversion ou le chiffre d'affaires par canal, et évaluer la durabilité des projets numériques.



5

« VEILLE RÉGLEMENTAIRE ET NORMATIVES ENVIRONNEMENTALES »

Se tenir informé des évolutions des normes et réglementations environnementales pour orienter les clients et l'entreprise vers la conformité.

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Connaissance des réglementations** : Maîtrise des lois et normes environnementales pertinentes pour le secteur (RE2020, directives européennes, normes ISO).
- **Conseil réglementaire** : Être capable d'orienter les clients sur les solutions conformes aux nouvelles exigences environnementales.
- **Adaptation aux évolutions** : Proposer des produits ou services respectant les nouvelles contraintes écologiques imposées par la législation.

6

« SENSIBILISATION ET ACCOMPAGNEMENT À LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE »

Aider les clients à comprendre et à intégrer les enjeux environnementaux dans leur activité grâce à un accompagnement pédagogique et stratégique.

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Formation des clients** : Organisation de sessions pour sensibiliser les clients aux bénéfices des solutions écologiques.
- **Diagnostic environnemental** : Réalisation d'audits ou d'analyses pour identifier les points d'amélioration dans les pratiques des clients.
- **Création de partenariats durables** : Établir des relations de confiance à long terme basées sur des objectifs communs en matière de durabilité.

7

« GESTION DES ATTENTES MULTIGÉNÉRATIONNELLES »

Répondre simultanément aux besoins de plusieurs générations, souvent très différents, dans un même cadre familial ou organisationnel.

SAVOIR-FAIRE ATTENDUS

- **Positionnement des offres** : Proposer des produits ou services répondant aux attentes de jeunes adultes, parents, et seniors.
- **Médiation intergénérationnelle** : Savoir naviguer entre des attentes parfois divergentes pour proposer des solutions équilibrées.
- **Communication adaptée aux générations** : Utiliser les canaux numériques pour les jeunes et des approches traditionnelles pour les seniors.



Autres compétences en évolution (jugées non prioritaires)

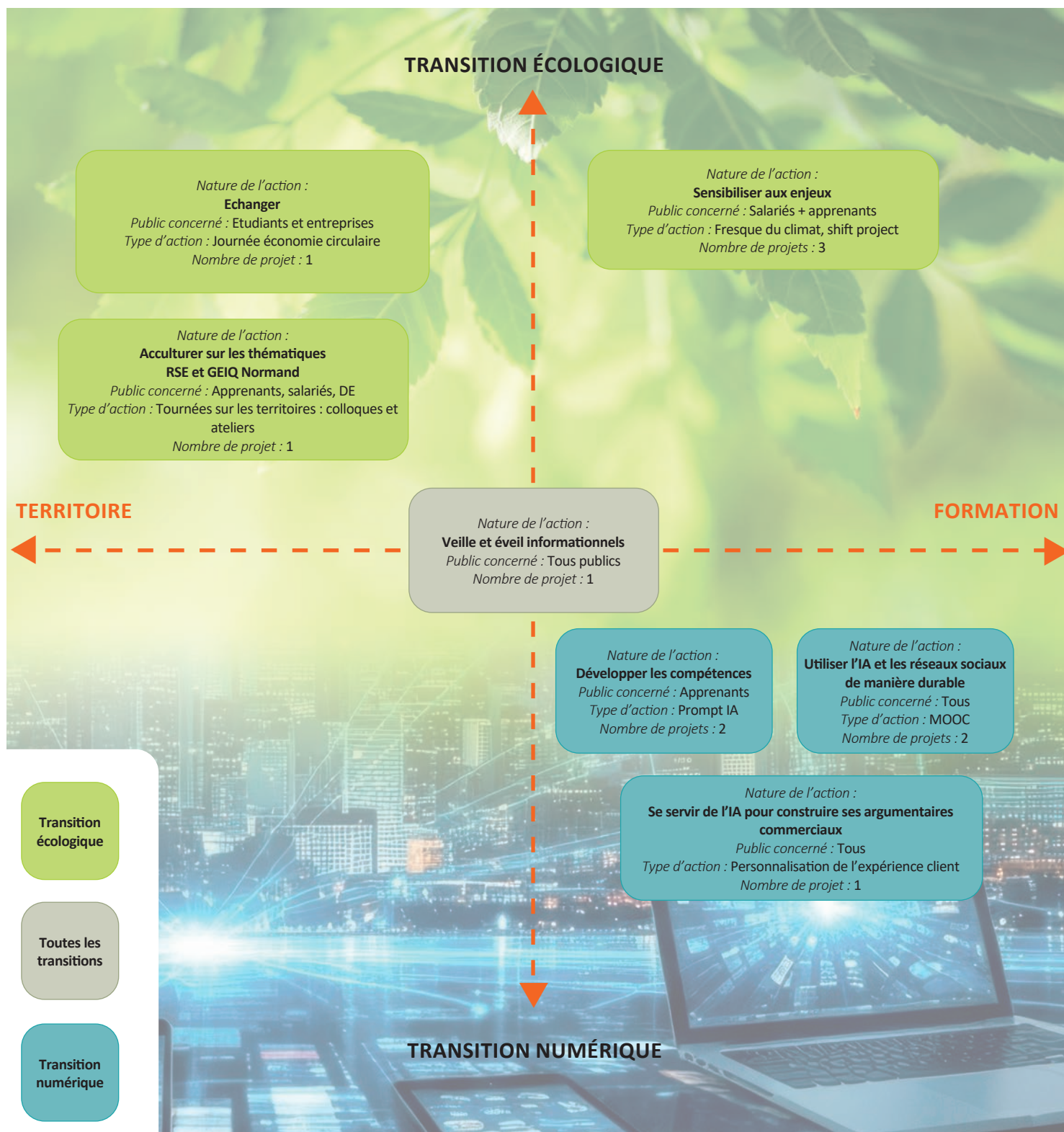
COMPÉTENCES	SAVOIR-FAIRE ATTENDUS
ÉVALUATION ET VALORISATION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES SOLUTIONS <i>Évaluer et communiquer l'impact environnemental des solutions proposées pour convaincre les clients de leur valeur ajoutée.</i>	• Outils de mesure de l'impact : Utilisation de logiciels ou méthodes permettant d'évaluer l'empreinte carbone, la consommation énergétique ou les économies générées par une solution. • Présentation des bénéfices environnementaux : Création de supports visuels et clairs montrant les avantages environnementaux des offres. • Reporting environnemental : Fournir des indicateurs chiffrés et des rapports permettant aux clients de suivre leur impact positif.
GESTION DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE <i>Accompagner les clients dans leur transition énergétique en proposant des solutions adaptées et durables.</i>	• Conseil en solutions énergétiques : Identifier les produits ou services permettant de réduire la consommation énergétique des clients (équipements basse consommation, énergies renouvelables). • Calcul de l'empreinte énergétique : Aider les clients à mesurer et optimiser leur empreinte énergétique grâce aux solutions proposées. • Déploiement de technologies propres : Promouvoir des équipements innovants utilisant des énergies renouvelables ou des technologies à faible impact.
CYBERSÉCURITÉ COMMERCIALE <i>Garantir la sécurité des données clients et des transactions dans un contexte numérique.</i>	• Protection des données clients : Connaissance des bonnes pratiques pour sécuriser les informations personnelles et respecter le RGPD. • Gestion des accès numériques : Savoir configurer des accès sécurisés aux outils (mots de passe forts, double authentification). • Sensibilisation aux risques : Être capable d'identifier et d'éviter les cyberattaques courantes comme les phishing ou les malwares.
PERSONNALISATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE AU NUMÉRIQUE <i>Utiliser les outils digitaux pour offrir une expérience client fluide, cohérente et sur-mesure.</i>	• Personnalisation des interactions : Exploitation des données clients pour adapter les offres, messages et interactions. • Omnicanalité : Assurer une continuité entre les différents canaux de communication (site web, e-mails, réseaux sociaux, téléphone). • Outils d'assistance client : Maîtrise des chatbots, FAQ interactives et autres outils pour répondre aux attentes des clients en temps réel.
ADAPTATION DES MODES DE TRAVAIL À UNE CLIENTÈLE VIEILLISSANTE <i>Revoir les pratiques commerciales pour tenir compte des contraintes de santé, de mobilité et de disponibilité des clients seniors.</i>	• Ventes à distance ou à domicile : Développer des solutions de consultation et de présentation de produits directement chez le client ou via des outils en ligne. • Simplicité des démarches : Simplifier les processus administratifs et commerciaux pour les rendre accessibles à une clientèle moins à l'aise avec le numérique. • Suivi personnalisé : Instaurer des relations à long terme avec des check-ins réguliers pour répondre aux besoins évolutifs des clients.

La co-construction de fiches projets

La rencontre avec les branches professionnelles et les Opco a également permis de co-construire 11 fiches actions à partir des compétences prioritaires identifiées.

Ces fiches visent à proposer soit des actions de formation professionnelle, soit des projets territoriaux, dans l'objectif de permettre à chacun d'adapter ses compétences face aux transitions numérique, écologique et démographique.

Le schéma ci-dessous présente de manière synthétique ces propositions d'actions.





En conclusion...

Alors que l'approche statistique a permis d'identifier et de caractériser les métiers transverses présents en Normandie, la démarche engagée lors de la rencontre annuelle avec les branches professionnelles et les Opco a permis de réfléchir collectivement aux compétences jugées essentielles dans trois familles de métiers et de proposer des pistes d'actions.

Ces pistes vont être explorées par la Région Normandie* et ses partenaires, afin de pouvoir proposer la mise en œuvre d'actions concrètes.

** Pour toute information complémentaire, vous pouvez contacter à la Région Normandie :*

Brice LOUVEAU
Chargé de projets Relations avec les branches professionnelles
Service Partenariats et Prospective
Direction Prospective Compétences, Territoires et Apprentissage

Mail : brice.louveau@normandie.fr



Les métiers
transverses
en Normandie

Les technico-commerciaux

Mise en page
Montages photo
Nathalie Grember

Crédit photo
Adobe Stock
Juin 2025

Responsable de l'étude
Hélène Rammant
Directrice de la publication
Céline Le Méhauté



Site de Caen

Espace Jean Monnet
8 place de l'Europe
14200 Hérouville-Saint-Clair

Site de Rouen

Atrium
115 boulevard de l'Europe,
BP 1152
76176 Rouen Cedex

Tél : 02 31 95 52 00

Email : contact@cariforefnormandie.fr