



Santé et bien-être des commerciaux et de leurs managers par Alain Juillard

lundi 27 février 2017, par [lpe](#)

100 000 postes de commerciaux sont à pourvoir depuis plusieurs années en France selon les [Dirigeants Commerciaux de France](#) (DCF).

Selon les résultats de l'enquête annuelle de l'APEC publiés le 22 février 2017 le secteur commercial mercatique est l'un des plus porteurs avec plus de 40 000 recrutements prévus en 2017 (dans cette perspective la Nouvelle-Aquitaine étant une des régions les plus dynamiques) notamment dans la banque assurance (Mutuelles niortaises) et auprès des jeunes diplômés.

Pour faire face à une telle demande, à un tel défi, il convient de bien analyser les conditions de vie et de travail du métier de commercial.

D'autant que la croissance de notre économie, la création de richesse, le développement de nouveaux produits, la promotion du "made in France", de la marque "Poitou", la conquête de nouveaux marchés en France et à l'international, passent impérativement par la fonction mercatique-vente, la fonction commerciale.

Quelle est l'image du commercial ?

Le constat laisse interrogatif, l'analyse des Dirigeants Commerciaux de France (DCF) montre que la perception de la vente et du commerce est encore empreinte de contraintes et de préjugés dévalorisants : filière choisie par défaut, insuffisamment éthique.

Ce constat invite à une révolution culturelle, Il est urgent de casser les idées reçues et de développer une culture commerciale tenant compte des évolutions de notre société à la fois plus complexe, beaucoup plus numérique et plus collaborative [