



↑ Grégory Georges, Florence Gachelin, Romain Valcin

DCF Besançon a 60 ans

anniversaire Depuis 60 ans, le réseau des Dirigeants Commerciaux de France de Besançon défend la fonction commerciale et aide les dirigeants à adopter les bonnes pratiques.

Le commercial souffre d'une image ambiguë. Indispensable pour développer une entreprise, sa fonction est souvent dévalorisée et vue comme peu éthique. Dans le même temps, ce métier est très recherché en France. 26 000 postes sont à pourvoir dans les petites et moyennes entreprises. « On manque de plus de 100 000 commerciaux en France », estime Romain Valcin, Président de DCF Besançon. directeur commercial à Burocom, ce dernier connaît bien le sujet. Selon lui, la vente demande un travail de longue haleine basé sur le relationnel : « il faut un an minimum à un novice pour assimiler les techniques commerciales et les appliquer », explique-t-il. DCF rassemble les dirigeants et commerciaux autour d'une table dans le but d'échanger sur les bonnes pratiques à adopter. DCF Besançon appartient à un réseau national et ne

se définit pas comme un club affaires, mais comme « un club de partage ».

Formation et réunions

Pour ses 60 ans le réseau a organisé une soirée, le 29 septembre dernier, animée par Michaël Aguilar, conférencier expert en vente et motivation. Chaque mois, il organise des réunions plénières ouvertes à tous chefs d'entreprises ou commerciaux, pour travailler sur différentes thématiques : le changement, le bien-être au travail ou encore la gestion du temps.

Exigeant, le métier de commercial évolue. Ses missions se diversifient et de nouvelles compétences lui sont demandées. C'est pourquoi DCF Besançon a mis en place trois sessions de formation par an pour les adhérents uniquement et dans des domaines précis comme la veille commerciale.

Encourager les échanges

Les échanges intergénérationnels sont favorisés puisque l'organisation DCF rassemble des juniors (moins de 30 ans), des actifs (plus de 30 ans) et des seniors retraités.

« En entrant dans le réseau, on choisit un parrain ou une marraine qui nous aidera à grandir et à relever de nouveaux défis », explique Florence Gachelin, jeune créatrice d'entreprise.

Et les défis sont nombreux, car dans cette période de mutations où il est souvent difficile de garder en poste sa force commerciale, il faut sans cesse adapter son approche managériale. « Avec DCF, nous trouvons des solutions collectivement en échangeant nos expériences » s'enthousiasme Grégory Georges, directeur commercial du groupe Moysse et adhérent depuis un an à DCF.

 et  : [dcfbesancon](https://www.facebook.com/dcfbesancon)

expression
active

Abonnez-vous à la version numérique du magazine