Féminisons de la fonction commerciale !

La fonction commerciale figure parmi celles qui recrutent le plus, mais les femmes ne représentent encore qu'un trop faible effectif au Maroc.

Souvent, les femmes doivent encore faire leurs preuves avant d'accéder à un poste 100 % commercial. Elles doivent souvent passer, plus souvent que les hommes, par des métiers de support à la vente avant de pouvoir se faire une place au sein des équipes commerciales. Elles sont rares, voire absentes des postes de vendeurs grands comptes chargés de la prospection, ou encore d'avant-vente. Ce sont des fonctions qui requièrent une véritable agressivité commerciale.

Alors pourquoi y a-t-il toujours aussi peu de femmes commerciales au Maroc?

Si la féminisation de la fonction commerciale est lente, c'est d'abord lié à l'image de la vente. Dans une société qui valorise l'idée du vendeur homme, les femmes souffrent d'être cataloguées moins bonnes négociatrices que leurs homologues masculins. Pourtant, en termes de négociation, les femmes déploient les mêmes outils stratégiques que les hommes et leur manque d'assurance peut

ZOOM

Aujourd'hui, en France, de plus en plus de femmes cadres dans la fonction commerciale...
Les femmes représentent 34% de la population cadre, c'est 11 points de plus qu'il y'a vingt ans. Malgré cette progression positive, les inégalités persistent au niveau des fonctions occupées, du niveau de responsabilité confié, et des salaires.
En effet, les femmes sont seulement 11% à occuper un poste responsabilité élevée contre 23% pour les hommes. En revanche au niveau de la fonction commerciale et marketing le taux de représentation est plutôt équilibré avec 21% des hommes qui y travaillent et 19% des femmes.

Etude réalisée par l'APEC auprès de 12739 cadres en France

même devenir un atout. Souvent moins sûres d'elles, elles ont en effet tendance à mieux préparer leur négociation. Or la préparation est le secret d'une négociation réussie ! De plus, lorsqu'on négocie, empathie et clarté de jugement sont nécessaires mais un excès de confiance peut également s'avérer préjudiciable...

Le faible développement de la présence féminine au sein de la fonction commerciale est également lié à la perception que les jeunes femmes ont du métier. Elles le jugent moins attractif. Les entreprises marocaines ont donc un gros travail à faire pour mettre en avant leurs femmes commerciales. Un effort académique est également nécessaire.

Aujourd'hui, les effectifs des écoles se féminisent. Mais les femmes se tournent plus volontiers vers les fonctions supports telles que le marketing.

L'esprit de compétition et l'agressivité commerciale sont-elles des caractéristiques masculines? Ayant eu la chance d'encadrer des équipes nombreuses et variées de femmes commerciales, je peux sans hésiter avancer que la plupart avait cette ténacité, cette «Niaque» leur permettant de contourner les obstacles les plus élevés, et de convaincre les plus réticents. Fermeté, combativité, rigueur... les femmes adoptent en effet les mêmes comportements que les hommes lors des «échanges» commerciaux.

Une touche féminine peut donc se révéler un véritable atout au sein d'une équipe commerciale. Les femmes seraient aussi combatives et fermes que leurs homologues masculins, voire parfois plus performantes grâce à leur sensibilité et leur capacité d'écoute. De plus, elles savent créer des liens dans la durée avec les clients et savent être endurantes face à la multiplicité d'interlocuteurs qu'exigent les comptes clés. Aujourd'hui au Maroc, ce sont majoritairement les grosses structures qui ont entamé la féminisation de leurs forces commerciales.

Il est temps que l'ensemble des entreprises prennent conscience de la valeur ajoutée des femmes au sein d'une équipe commerciale!

«Les femmes seraient parfois plus performantes que les hommes grâce à leur sensibilité et leur capacité d'écoute»

Yann Dolléans, TMC Afrique

TÉMOIGNAGE

Stéphane Galoustian, PDG Renault Commerce Maroc

Quelle est la proportion de femmes au sein des équipes commerciales de Renault Maroc ?
«Lors de ma précédente expérience au sein de Renault Algérie durant 7 années, 50% des conseillers commerciaux étaient des femmes, 50% de mon Comité de Direction l'étaient également.
-Ici au Maroc 25% des conseillers commerciaux sont des femmes. Il s'agit certes d'un pourcentage honorable, mais comme disaient mes parents : «peut mieux faire»...
Cependant, je pense qu'il ne faut pas courir après les chiffres. Ce sont les occasions qui doivent se présenter et les opportunités y sont pour quelque chose. Mais avant tout, c'est la compétence qui doit être au rendez-vous. N'oublions jamais ce point très important».

Quelles sont selon vous les qualités des femmes dans la fonction commerciale ?
«Dynamique, axées sur la notion du service, quantité et qualité de travail, pugnacité, forte capacité à négocier.... Dans cette région du monde, nous avons, nous les hommes, une multitude de choses à apprendre de ces femmes qui œuvrent dans le Business et dans le Service. Beaucoup, beaucoup à apprendre. Faut-il encore être conscient de la suprématie de nos businesswomen. Sans aucune généralisation, comme à l'école, ces femmes d'affaires travaillent beaucoup, sont très humbles, beaucoup plus efficaces dans les domaines de Service. Voilà ce que je peux dire mais si j'avais le temps, je vous aurais écrit des pages entières sur le rôle de la femme dans nos entreprises..... »