

CAS 3 BIO3G cueille les jeunes à la SORTIE de l'école

L'entreprise mise sur la formation "maison" de ses commerciaux et se concentre sur le recrutement de jeunes diplômés motivés et dynamiques pour développer sa force de vente. Par **Cécile Danré**

« Il faut donner à tout le monde la chance de démarrer, d'évoluer, et surtout de réussir. » Une philosophie qui a conduit Marc Guillermou, président de Bio3G, société spécialisée dans la fabrication de produits naturels dédiés à l'agriculture et aux espaces verts, à centrer sa politique de recrutement

sur les jeunes diplômés que la société "façonne" à son image. Ainsi, sur 70 commerciaux employés dans l'entreprise, la moitié sont des débutants. « L'expérience n'est pas pour nous un critère primordial lorsque nous recrutons, confie Marc Guillermou. Principalement, parce que la spécificité de nos produits exige

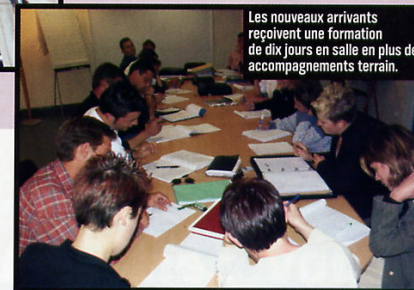
que nous formions nous-mêmes nos commerciaux pendant six mois. Enseigner ces connaissances à une personne qui a quelques années de pratique derrière elle demande autant de temps que de former un jeune diplômé. » La PME a débouqué des moyens pédagogiques performants. Quatre personnes sont chargées à temps plein de la formation des commerciaux. Pendant une période de six mois, elles accompagnent, un jour par semaine, les nouveaux arrivants sur le terrain et leur délivrent, en plus, dix jours de formation en salle. Un animateur des ventes supervise également le travail des dernières recrues et les aide en situation de vente. Tous les membres de l'équipe, jeunes ou non, démarrent donc sur un pied d'égalité et avec « la même base de rémunération, précise Marc Guillermou. Un commercial expérimenté gagnera peut-être plus vite d'importantes commissions du fait de son expérience et aura donc au final un salaire plus élevé qu'un jeune. Mais ce n'est pas toujours le cas ». Bio3G n'hésite pas à recruter des commerciaux de niveau bac + 2 à bac + 5 à l'issue d'un stage de trois à six mois. « 10 % des effectifs sont d'anciens stagiaires, souligne le

président. Nous embauchons ainsi des personnes que nous connaissons un peu mieux et qui, ayant déjà un pied dans l'entreprise, s'intègrent très rapidement. »
Des entretiens groupés. Mais la société a surtout mis en place un système de recrutement adapté aux débutants : les entretiens de groupe et la mise en situation. Pendant une demi-journée, les différents

candidats sont reçus par atelier de six personnes. Ils doivent se présenter individuellement devant les autres, poser des questions pertinentes sur l'entreprise et tâcher de vendre, pendant dix minutes, un produit de leur choix. « Le recrutement en groupe permet d'apprécier comment les postulants se comportent en public, indique Valérie Lebonhomme, responsable du recrutement chez Bio3G. L'important pour nous est de trouver un candidat qui ait de la personnalité et de vraies aptitudes, plutôt que de très longues expériences. » Les débutants ont ainsi la possibilité de faire leurs preuves. Une démarche essentielle pour le dirigeant, qui estime que « dans le contexte actuel de chômage, il est primordial que les entreprises, principales créatrices de valeur ajoutée, offrent des emplois aux jeunes diplômés ». Une manière également de fidéliser sa force de vente, selon



Marc Guillermou (le premier en partant de la gauche), qui soutient le skipper Nicolas Channel (le deuxième en partant de la droite), emmène sa jeune équipe assister aux dernières vérifications avant une transat en solitaire.



Les nouveaux arrivants reçoivent une formation de dix jours en salle en plus des accompagnements terrain.

L'ŒIL DU CONSULTANT

THIERRY CRAYE, gérant d'Optivente, spécialiste du développement commercial des entreprises

Recruter en groupe permet de déceler les personnalités mais comporte certains risques

Pour Thierry Craye, le cas de Bio3G est original. « L'entreprise recherche en priorité des candidats qui ont une vraie personnalité, une qualité effectivement indispensable à un bon commercial. » Il constate qu'elle emploie une technique de recrutement rapide et efficace pour révéler les caractères : la mise en situation devant un groupe. Mais la méthode reste relativement peu employée



pour recruter des postes qualifiés, comme ceux des commerciaux, car elle comporte des risques, selon le spécialiste. « La vente aux entreprises n'est pas le même métier que celle en magasin. Elle

requiert des qualités additionnelles qui ne sont pas faciles à déceler lors d'entretiens en groupe, comme, par exemple, la capacité à créer un plan d'actions commerciales. Généralement, les entreprises qui travaillent en B to B (vente aux entreprises) misent plutôt sur les expériences de leurs candidats. Au risque, certes, de toujours embaucher le même type de profil. »



Dans le contexte actuel de chômage, il est primordial que les entreprises, principales créatrices de valeur ajoutée, offrent des emplois aux jeunes diplômés.

MARC GUILLERMOU, président de Bio3G

BIO3G >> Repères

■ **ACTIVITÉ** : Fabrication et vente de fertilisants naturels, d'activateurs de sols et de stimulants nutritionnels
 ■ **VILLE** : Merdrignac (Côtes-d'Armor)
 ■ **FORME JURIDIQUE** : SAS

■ **NOM ET ÂGE DU DIRIGEANT** : Marc Guillermou, 42 ans
 ■ **ANNÉE DE CRÉATION** : 1997
 ■ **EFFECTIF** : 95 salariés
 ■ **CA 2004** : 11,5 M€

Valérie Lebonhomme. « Faire confiance aux jeunes commerciaux, leur offrir une formation et une expérience renforce leur attachement à l'entreprise. » Avec une moyenne d'âge de 30 ans, « voire un peu moins », note son dirigeant, Bio3G se montre particulièrement dynamique. « En huit ans, nous sommes passés de 8 à 95 salariés. Ce fort développement est favorisé par l'état d'esprit d'aventure et de conquête des jeunes collaborateurs, remarque-t-il. Il n'est pas possible avec eux de se cantonner à un petit rythme de croisière. Il faut toujours aller de l'avant. » ■