

Aérien: le Sales Executive prend de l'altitude

Vente, fidélisation et prospection, le Sales Executive doit faire preuve de polyvalence et de flexibilité pour répondre aux attentes des compagnies aériennes.



© Fotolia

i L'avis du professeur



DR

CÉLINE VADAM, FORMATRICE, ESCAET

L'industrie du tourisme, et notamment du transport aérien, s'est diversifiée et complexifiée,

multipliant les intermédiaires et les interlocuteurs pour le client. Face à cette nébuleuse, le rôle du Sales Executive est primordial pour rassurer et aider le client à faire les bons choix, qu'il soit loisir ou affaire. Son métier a évolué pour se tourner davantage vers de l'accompagnement et une approche personnalisée. Sales Executive au sein d'une compagnie aérienne ou ailleurs, quelle est la différence ? Elle se situe surtout au niveau du produit, certes périssable, mais surtout très sensible aux perturbations externes notamment les intempéries et les conflits politiques ou sociaux. Il faut donc savoir gérer les imprévus et les expliquer aux clients sans entacher la relation.

La technicisation de l'industrie du voyage a eu un impact sur le métier de Sales Executive, le forçant à utiliser les outils d'analyse permettant d'identifier et de caractériser les besoins futurs de ses clients et de mesurer sa satisfaction.

Face à un environnement concurrentiel exacerbé, à des canaux de distribution multipliés et à des coûts croissants, notamment dus à l'augmentation des prix du carburant, les compagnies aériennes doivent booster leurs ventes afin de garantir la pérennité de leurs revenus. Pour ce faire, elles ont deux angles d'attaque : aller chercher de nouveaux clients et faire revenir les clients ayant déjà utilisé leurs prestations. Le Sales Executive a cette double mission vis-à-vis des clients loisirs et affaires. Le rôle du Sales Executive au sein d'une compagnie aérienne est en effet multiple et dédié aux tour-opérateurs et aux agences de voyages pour la partie loisir, et aux entreprises et TMC pour la partie affaires. Il gère les comptes de son portefeuille client et a pour objectif de les développer et de les faire fructifier.

Prospection, anticipation, communication

Organisé par zone géographique ou par type de client, il va chercher de nouveaux clients dans son périmètre d'attribution, en mettant en place une stratégie de prospection qui inclut la recherche et la sélection de clients potentiels, la visite d'entreprises et la représentation de la compagnie à des salons et événements. Vient ensuite une phase de négociation en prix, en volume et en ticket moyen avec le prospect afin de mettre en place le partenariat. Le Sales Executive doit également parfaitement

i L'avis d'un ancien élève**CÉCILE VON EUW,**
SALES EXECUTIVE
CHEZ ETIHAD AIRWAYS

Sortie de l'ESCAET en 2004, je suis arrivée chez Etihad fin 2009, d'abord à Paris puis à

Genève depuis un an. Le métier de Sales Executive est un métier passionnant, qui offre chaque jour de nouveaux rendez-vous, de nouveaux challenges. C'est aussi un métier très complet, qui mêle des activités liées aussi bien à l'analyse de chiffres, qu'à la vente, à la négociation et à l'animation de contrat. Le Sales Executive est le point de référence de ses clients et gère ses comptes de A à Z, d'où la difficulté de bien connaître les rouages de son entreprise et son organisation interne afin de pouvoir l'aider et l'aiguiller même si ce n'est pas son domaine d'expertise. Chez Etihad, tout se passe en anglais, il est donc important de bien maîtriser cette langue.

connaître ses clients, anticiper leurs besoins et analyser leurs comportements et leurs consommations afin d'adapter son offre et animer le partenariat, notamment par des actions d'incentive.

Il doit être incollable sur le produit et les prestations proposées par sa compagnie et les mettre en valeur auprès de ses clients. La prestation aérienne n'étant pas uniquement constituée d'un vol mais aussi des services qui l'accompagnent et qui constituent une vraie valeur ajoutée pour le passager.

Enfin, le Sales Executive travaille en relation avec différents départements de sa compagnie : marketing pour la mise en place de campagnes promotionnelles, Revenue Management dans le cadre de la négociation des tarifs et volumes des prestations, support pour gérer les litiges, direction pour l'élaboration de la stratégie d'entreprise, la fixation d'objectifs et la validation des actions clients.

Les atouts pour réussir**#1 L'EXPERTISE SECTEUR**

Maîtrise des spécificités de l'industrie aérienne, parfaite connaissance du produit air et des produits et prestations proposés par sa compagnie et ses concurrents, maîtrise des techniques de vente.

#2 L'EXPERTISE TECHNIQUE

Maîtrise des outils de bureautique, des GDS et de l'anglais.

#3 LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Vente et négociation, flexibilité géographique, capacité d'analyse et d'anticipation, suivi de l'évolution du marché, diplomatie pour faire face aux litiges.

#4 LES QUALITÉS PERSONNELLES

Être persévérant, optimiste, savoir communiquer, se constituer un réseau, aimer les chiffres et avoir un bon esprit d'analyse.

→ L'essentiel de cette formation...**Cursus :**

Bac + 2 à Bac + 5, soit après un BTS Tourisme, Licence ou Master spécialisé type MBA Spécialisé International Travel Management à l'ESCAET.

Salaires :

Il varie de 26 K€ à 32 K€ en moyenne en début de carrière et peut évoluer rapidement.

Opportunités :

Évolution possible vers le poste de Sales Manager, responsable des ventes internationales, directeur commercial ou directeur commercial et marketing.

à consulter

Retrouvez toutes les informations sur la formation sur :
www.escaet.fr

