

Agent/e commercial de l'imprimerie et des médias BF

consulter, planifier, surveiller, organiser, diriger, dérouler

Les imprimeries, les entreprises de prépresse et de finition ont besoin d'un contrôle professionnel de leur travail. En effet, une fois qu'un processus d'impression est lancé, toute interruption coûte cher.

Les agents commerciaux et agentes commerciales de l'imprimerie et des médias travaillent généralement dans les services internes de vente des imprimeries où ils planifient et gèrent la production d'imprimés, tels que les produits médiatiques, les emballages, les ouvrages d'édition et les produits de la technique publicitaire. Ils sont en contact clientèle qu'ils conseillent mais aussi avec les collaborateurs du service commercial et la direction de la production. Ils fixent les délais et veillent à ce que

ceux-ci soient respectés. Ils ont à leur disposition du matériel et des outils et planifient aussi la gestion du personnel. Ils s'occupent également du calcul des coûts, des prestations et des investissements, du financement et de la fixation des prix, du marketing et de différentes mesures de vente. Pendant la production, ils surveillent le respect des coûts, des délais et de la qualité. Dès qu'une production est terminée, ils s'occupent d'organiser la livraison des imprimés finis et coordonnent les commerciaux de l'impression et des médias. Pour que cela se déroule rapidement, ils dirigent souvent eux-mêmes une équipe. Ils travaillent donc à l'intersection entre la production, l'administration et l'organisation.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin que l'agent commercial de l'imprimerie et des médias puisse gérer avec succès une impression à grande échelle, il doit connaître tous les processus, procédures, technologies et systèmes de production habituels.
- ▶ Afin de fidéliser le client, l'agent commercial de l'imprimerie et des médias investisse dans l'assurance de la qualité et dans des procédés plus respectueux de l'environnement, répondant ainsi aux exigences écologiques.
- ▶ Afin d'aider un client, l'agente commerciale de l'imprimerie et des médias le conseille sur le papier adéquat, le procédé et le nombre idéal d'exemplaires pour une brochure. Elle le renseigne également sur les coûts et lui explique les différents avantages.
- ▶ Afin que deux palettes de brochures fraîchement imprimées puissent être livrées à un client dans un pays voisin, l'agente commerciale de l'imprimerie et des médias s'occupe des documents douaniers et des bons de livraison.

Les faits

Admission En passant l'examen:
a) CFC d'employé de commerce ou d'une profession des arts graphiques ou formation équivalente et ensuite 2 ans d'expérience professionnelle dans une profession des arts graphiques ou;
b) autre formation et au moins 6 ans d'expérience professionnelle dans le secteur de l'impression, de l'emballage ou des médias.

Formation 3 semestres de formation en cours d'emploi.
Remarque: Les frais de cours sont partiellement couverts par la Confédération.

Les aspects positifs Les agents commerciaux et agentes commerciales de l'imprimerie et des médias sont confrontés à de nombreux défis. En effet, cette profession exige des connaissances en matière de technologie de production, de ges-

tion d'entreprise et d'organisation ainsi que des connaissances de base de l'industrie des arts graphiques.

Les aspects négatifs Une fois que les machines tournent, elles tournent. Un arrêt de la production peut coûter très cher. Les impressions livrées trop tard entraînent des situations de stress où il faut tout reprogrammer.

Bon à savoir Les agents commerciaux et agentes commerciales de l'imprimerie et des médias s'occupent de beaucoup de choses en même temps et sont donc les personnes de contact importantes pour leurs employés et leurs supérieurs, mais aussi pour les clients et les fournisseurs. Les tâches qui en découlent rendent le quotidien de ces professionnels passionnant et divertissant, parfois trépidant et rarement monotone.

Profil requis

	avantageux	important	très important
attitude confiante, bonnes manières	■		
capacité de communiquer, compétences en négociation	■	■	
compréhension technique, connaissances en informatique	■	■	
intérêt pour les imprimés, compétences commerciales	■	■	■
intérêt pour les questions économiques, intérêt pour le commerce et la vente	■	■	■
orientation client	■	■	
précision dans le travail	■		
résilience, équilibre	■	■	
talents organisationnels	■	■	
volonté de faire un effort	■		

Plans de carrière

