

 Imprimer | [Retour](#)

[Ressources humaines](#) > [Motivation](#)

## Les facteurs de stress des commerciaux (et de l'importance des managers intermédiaires)

Par Laure TREHOREL, 12/03/2013

**Quels sont les facteurs les plus stressants pour le commercial ? Comment le chef des ventes - détenant un rôle-clé dans l'organisation commerciale - peut-il faire en sorte de les amenuiser ? Réponse avec Nathalie Commeiras, professeure universitaire et spécialiste de ces questions.**

### **Vous avez étudié les facteurs de stress chez les forces de vente. Quels-sont ils ?**

**Nathalie Commeiras** : Il existe principalement trois facteurs de stress chez les commerciaux. Tout d'abord ce que l'on appelle l'**Ambiguïté du rôle**, c'est-à-dire le manque d'informations dont ils souffrent pour remplir leur mission : renseignements sur les solutions qu'ils vendent, mais aussi sur les perspectives d'avenir dans leur service ou leur entreprise. Deuxièmement, le facteur **Conflit de rôle** : à l'interface entre l'entreprise et le client, la position frontalière des commerciaux est potentiellement source de conflits. A cela s'ajoute également les rôles de la vie personnelle, comme le rôle familial, qui peut lui aussi entrer en conflit avec les autres. Enfin, le stress des commerciaux provient aussi de la **Surcharge de travail**, caractéristique chez les forces de vente entre autres.



► *Nathalie Commeiras est professeure à l'université de Grenoble 2. Elle est l'auteure de recherches et d'études sur la motivation des commerciaux et sur les effets de la tension chez les forces de vente*

### **Les conséquences sont-elles graves ?**

**N.C** : Oui. Un commercial talentueux mais sur-stressé n'hésite pas à quitter l'entreprise responsable de son mal-être. Par ailleurs, le stress peut avoir des conséquences nocives pour la santé. Le burn-out frappe notamment les populations commerciales, qui sont par définition très exposées aux tensions professionnelles. Pourtant, **les commerciaux sont des ressources rares** qu'il convient de savoir fidéliser, en particulier les meilleurs éléments. Mais l'on constate que les taux de démission restent très élevés chez les forces de vente.

### **Comment réduire ces causes de stress ?**

**N.C** : Une bonne communication au sein de l'entreprise et du département commercial est essentielle pour rassurer les vendeurs et leur donner le maximum d'informations sur leurs missions et sur les moyens mis à leur disposition pour y parvenir. En cela, **le rôle du manager intermédiaire est capital**. La difficulté pour les chefs des ventes est de pouvoir concilier les trois rôles qui leur incombent :

- > gérer une mission de ressources humaines : ils recrutent, forment et accompagnent les commerciaux
- > être le relais entre la direction et les forces de vente, assurer la circulation des informations descendantes et ascendantes
- > gérer les clients comptes-clés.

Porter ces trois casquettes aux missions très distinctes n'est pas évident. Le manager intermédiaire est lui aussi exposé à une surcharge de travail, au conflit de rôles et donc au stress. Lors de mes recherches, j'ai souvent vu des organisations où la performance commerciale prime et gomme tous les autres aspects, notamment la partie RH. **Former les managers intermédiaires à assumer leurs missions RH** serait déjà un premier pas vers moins de stress pour les commerciaux.

Mots clés : [Force de vente](#) | [Gestion du stress](#) | [Stress](#) | [Chef des ventes](#) | [Manager intermédiaire](#)

**A lire aussi sur le thème «Ressources humaines»**

A lire aussi sur le thème «ressources humaines»

**A lire aussi sur le thème «Motivation»**