|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nom | Prénom |  |
| LEGRAND | Bastien |  |

# Informations générales

Motivations pour changer de poste : fin de PE car fermeture de l'entreprise

Disponibilité : Immédiate

Mobilité : Nord-Pas-de-Calais Agence : Lille

Statut actuel : Salarié

Prétentions salariales : 30€ - 35€

Nationalité : France Permis de travail :

Permis de conduire : Oui Véhicule : Non

# Recherche d'emploi

Recherche : Active

Avancement de la recherche : 2 entreprises phases EC2. 3 sociétés conseil grande EC1

Postes recherchés : commercial / Ingénieur d'affaires

Secteurs d'activités souhaités : pas de préférence

# Compétences Linguistiques

Langue 1 : Anglais Niveau : intermédiaire

Langue 2 : Niveau :

Commentaires :

# REFERENCES PROFESSIONNELLES

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# Prise de notes

<h3>Études et parcours sportif</h3>  
  
Sportif de haut niveau en judo, il a intégré un sport-études en classe de 5ᵉ. À 15 ans, il est parti en internat au Pôle France de Rouen. Il a fait partie des 7 à 12 meilleurs judokas français de sa catégorie. Ensuite, il a poursuivi ses études en STAPS, ce qui lui semblait être la suite logique. Il est rentré à Lille et a obtenu un DEUST en animation sportive, avec l’objectif initial de devenir professeur de sport. Son père étant enseignant, cette orientation lui est venue naturellement. Il a effectué un stage en tant que professeur dans un IME, mais cette expérience ne lui a pas pleinement plu.  
Il a ensuite découvert le monde du business et du marketing. Il a effectué un stage en tant que chargé de communication, ainsi qu’un autre dans une piscine municipale.  
Il a poursuivi ses études avec un master en école de commerce, spécialisé en sport, en alternance chez Time Five, un complexe indoor concurrent d’Urban Soccer. À la fin de ses études, il a apprécié son expérience mais ne se voyait pas vivre à Amiens.  
<h3>  
</h3><h3>Expérience chez Time Five</h3>  
  
Chez Time Five, il a travaillé au développement de l’entreprise. Une ligue inter-entreprises a été mise en place en collaboration avec les CSE, avec une participation de 690 € pour y intégrer une équipe. Avec son tuteur, ils ont développé cette ligue qui comptait initialement 6 équipes, puis 14, au point de devoir refuser des participants faute de pouvoir tout gérer.  
Ils ont cherché à optimiser la fréquentation sur les créneaux creux (10h-12h et 14h-16h, ainsi que les lundis et mardis soirs). Ils ont donc proposé aux entreprises d’organiser des matchs entre elles à ces horaires. Un contact était établi avec les CSE pour leur présenter les offres.  
Le tarif d’un match de foot five était de 9 € par ticket. Pour les entreprises achetant 5 000 tickets, le prix baissait à 4-5 €, ce qui rendait l’offre attractive.  
Il a également géré la partie étudiante en établissant des partenariats avec les BDE. À son arrivée, rien n’était mis en place dans ce domaine. Il a principalement développé cette activité pour les lundis et mardis soirs, moments privilégiés par les étudiants. Il a d’abord prospecté, puis le bouche-à-oreille a pris le relais.  
L’entreprise réalisait également du naming et des publicités autour des terrains, avec des sponsors comme McDonald's. Ces publicités rapportaient entre 10 000 et 15 000 € par an, selon le terrain sponsorisé.  
Il a organisé un tournoi étudiant limité à 10 équipes en partenariat avec les BDE.  
Ce fut une expérience enrichissante, car malgré son statut d’alternant, il a eu de nombreuses responsabilités. Il effectuait beaucoup d’heures et assurait toutes les fermetures, que les autres alternants ne pouvaient pas prendre en charge.  
À la suite de cette expérience, il a réalisé qu’il avait consacré toute sa vie au sport et souhaitait s’ouvrir à d’autres secteurs. Toutefois, il retrouvait dans le commerce des valeurs similaires à celles du sport : travail, persévérance, résilience, etc.  
Il a également une bonne gestion du stress, acquise grâce au sport de haut niveau, où il faut agir rapidement et trouver des solutions immédiates.  
<h3>  
</h3><h3>Expérience chez Octopus Énergie</h3>  
  
Octopus Énergie est un groupe international spécialisé dans l’éolien et le photovoltaïque. L’entreprise souhaitait s’implanter en France en rachetant une petite société locale. Initialement, ils ont gagné des parts de marché grâce à des VRP, mais cette méthode donnait une image négative de l’entreprise. Ils ont alors décidé de recruter en interne, ce qui lui a permis de les rejoindre.  
Lors de la création de l’agence de Lille, il a été recruté dès son ouverture. L’entreprise avait un partenariat avec Carrefour Énergie, ce qui leur permettait d’avoir des stands dans les magasins Carrefour. Leur prospection se faisait en BtoC, incluant du porte-à-porte pour générer des leads.  
Concernant la prospection, ils définissaient des secteurs à travailler sur une semaine en fonction de leurs meilleures offres. Par exemple, pour le gaz, le secteur Five était le plus intéressant.  
Les trois premiers mois ont été difficiles, avec un objectif d’une vente par jour et un variable plafonné. Il fallait développer l’activité tout en gérant d’autres missions. De plus, le marché de l’énergie sortait d’une crise, et le porte-à-porte souffrait de la mauvaise image laissée par d’autres fournisseurs ayant exercé trop de pression sur les clients. Grâce à la formation et à sa persévérance, il est monté en compétences.  
Chez Carrefour, la vente était plus simple, car bien que l’offre soit Octopus, elle était commercialisée sous la marque Carrefour Énergie, ce qui rassurait les clients. La baisse des prix par rapport à EDF a également facilité les ventes.  
<h3>  
</h3><h3>Expérience chez Alliance des Énergies</h3>  
  
Il a ensuite été débauché par Alliance des Énergies, un cabinet de courtage en énergie spécialisé en BtoB. Il a participé à l’ouverture de l’agence en septembre et a commencé en octobre. Il travaillait en relation avec un chargé d’affaires qui négociait les contrats commerciaux.  
Cependant, l’agence de Lille a fermé, et il est actuellement en discussion avec l’entreprise pour un éventuel autre poste. Le siège étant à Lyon, il ne souhaite pas s’y installer, ce qui le place dans une situation incertaine. Son contrat se termine demain.  
Chez Alliance, la prospection se faisait principalement par téléphone, avec entre 70 et 90 appels par jour. Il devait contourner les secrétaires pour atteindre les décideurs. Il ciblait des entreprises plus grandes, car les objectifs étaient fixés en fonction de la puissance des compteurs.  
Les courtiers étant mis en concurrence, il devait se démarquer. Bien qu’ayant moins de bagage technique au départ, il posait de nombreuses questions ouvertes afin de mieux cerner les besoins des clients et proposer des solutions adaptées.  
<h3>  
</h3><h3>Perspectives en tant qu’ingénieur d’affaires</h3>  
  
En prospection commerciale, il sait qu’il faut être persévérant et aime relever le défi de convaincre des clients réticents. Il sait gérer les objections et ne s’arrête pas aux premiers refus. Il veille cependant à ne pas dépasser 3 ou 4 objections avant de passer à autre chose, quitte à retenter plus tard.  
Il représente l’entreprise et sait qu’il est essentiel de véhiculer une bonne image, ce qui est une source de motivation pour lui. Il aime le challenge du commerce.  
Le poste d’ingénieur d’affaires comporte une dimension technique qu’il devra approfondir, mais cela ne l’inquiète pas, car il est curieux et prêt à apprendre.  
En matière de recrutement, il a vu la théorie à l’école et a participé à des entretiens pour recruter son propre remplaçant. C’est un domaine qui l’intéresse.  
Il a également eu une première expérience en management chez Time Five, où il travaillait dans une petite structure à effectif réduit. Il accompagnait les contrats étudiants en les formant et en gérant les problématiques du quotidien. Il a aussi étudié le management durant ses études.  
Ce qui l’attire, c’est la possibilité d’avoir un projet complet, de développer ses compétences et d’avoir des missions variées à terme.  
Il pose beaucoup de questions lorsqu’il découvre un nouveau domaine, car il souhaite vendre de manière experte. Ce n’est pas un simple marchand de tapis, mais un commercial structuré qui veut se différencier par sa maîtrise technique.

|  |  |
| --- | --- |
| Présentation | A |
| Elocution | B |
| Esprit de synthèse | B |
| Communication/Relationnel | A |
| Motivation pour le consulting |  |
| Dynamisme | B |
| Compétences techniques | B |
| Esprit de service | A |

Leviers de motivation : Projet/Poste,Perspective d'évolution,Ressenti Entretien

# Mots Clés Boond

Métier(s) : ingénieurs d'affaires

Logiciel(s) / Outil(s) : salesforce

Entreprise(s) :

Domaines :

Commentaires suite à l'entretien : Bastien présente bien en entretien, il est souriant et avenant. Il a de l'expérience en prospection que ce soit téléphonique ou en porte a porte, en b to b ou b to c. Il a était sportif a haut niveau ce qui lui donne des soft skills intéressante comme la force de travail, la compétition, la persévérance, la rigueur etc. Profil intéressant avec de bonnes soft skills qui peuvent coller avec celle d'un bon ingénieur d'affaires.

Décision : OKSI