



OBSERVATOIRE DES
MÉTIERS DU NÉGOCE
DES MATÉRIAUX DE
CONSTRUCTION

**Etude prospective sur l'évolution des métiers et
des compétences en lien avec la transition
numérique dans les entreprises du Négoce des
matériaux de construction**

- Synthèse -

JUILLET 2022

A la demande des membres de la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la
Formation Professionnelle (CPNEFP) du Négoce des matériaux de construction





Sommaire

01

Introduction

02

Quelques constats sur les usages actuels et prospectifs des solutions numériques dans la branche du Négocier de matériaux de construction

03

Présentation des enjeux et préconisations



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

01

Introduction





Les objectifs de l'intervention

1

Décrire de manière approfondie **l'évolution des pratiques et des métiers du Négoce des matériaux de construction, en lien avec la numérisation de l'activité** : gestion des magasins, des approvisionnements et de la logistique, développement du e-commerce...

2

Définir les **besoins en compétences liés à cette évolution** : besoin en recrutement de nouveaux profils, formation des collaborateurs

3

Élaborer des préconisations pour **accompagner la transition numérique dans les entreprises de la branche.**

Démarche méthodologique

Phase 0 : Cadrage de la problématique



Phase 1 : Etude de la transition numérique dans les activités de la branche



Phase 2 : Définition des besoins en compétences liées à la transition numérique



Phase 3 : Préconisations

- Validation du périmètre d'analyse
 - Etat des lieux de la littérature existante
-
- Solutions numériques actuelles et futures pour le négoce des matériaux de construction
 - Impacts de la transition numérique sur les modèles et fonctionnement d'entreprises
 - Evolution des activités par famille de métiers
-
- Besoins en emplois et compétences à 3-5 ans (analyse qualitative et quantitative)
 - Métiers en développement, émergents, à risque d'obsolescence de compétences
 - Recensement de l'offre de formation et certification accompagnant la numérisation des métiers
-
- Bilan d'(in)adéquation entre l'offre et les besoins actuels et prospectifs
 - Enjeux de la branche en matière de transformation numérique dans les entreprises de la branche et développer les compétences associées

Principaux moyens



Revue de littérature usages du numérique dans la branche (et secteurs proches)



4 analyses de cas d'entreprises précurseurs



Scrapping et analyse des offres d'emploi



6 entretiens qualitatifs entreprises



Enquête en ligne entreprises de la branche (62 répondants couvrant 2 383 établissements)



Analyse documentaire (offre de formation)



1 atelier de travail (9 participants)

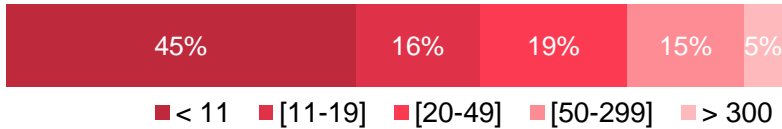


Profil des répondants à l'enquête en ligne

62 répondants qui couvrent 2 383 établissements de la
branche du Négoc des matériaux de construction (soit 27%)

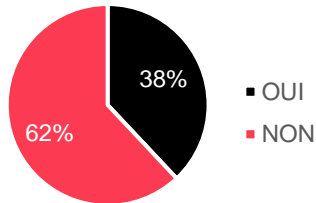
Répartition des répondants par taille [tranche d'effectifs]

Traitement Katalyse



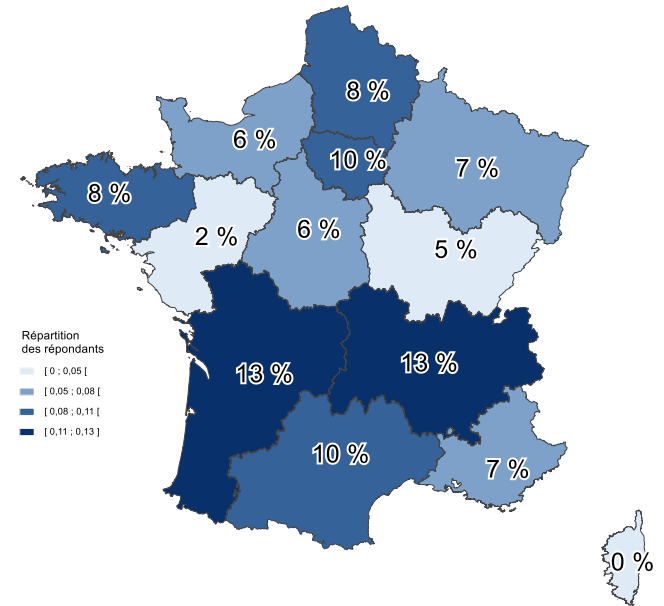
Répartition des répondants selon leur appartenance à un groupe

Traitement Katalyse



Répartition des répondants par régions

Traitement Katalyse





OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

02

Quelques constats sur
les usages actuels et
prospectifs des
solutions numériques
dans la branche



Niveau d'équipement des équipes

Niveau d'équipement des salariés de la branche par famille de métier

Source : enquête en ligne ; retraitement Katalyse

Nombre de répondants : 39



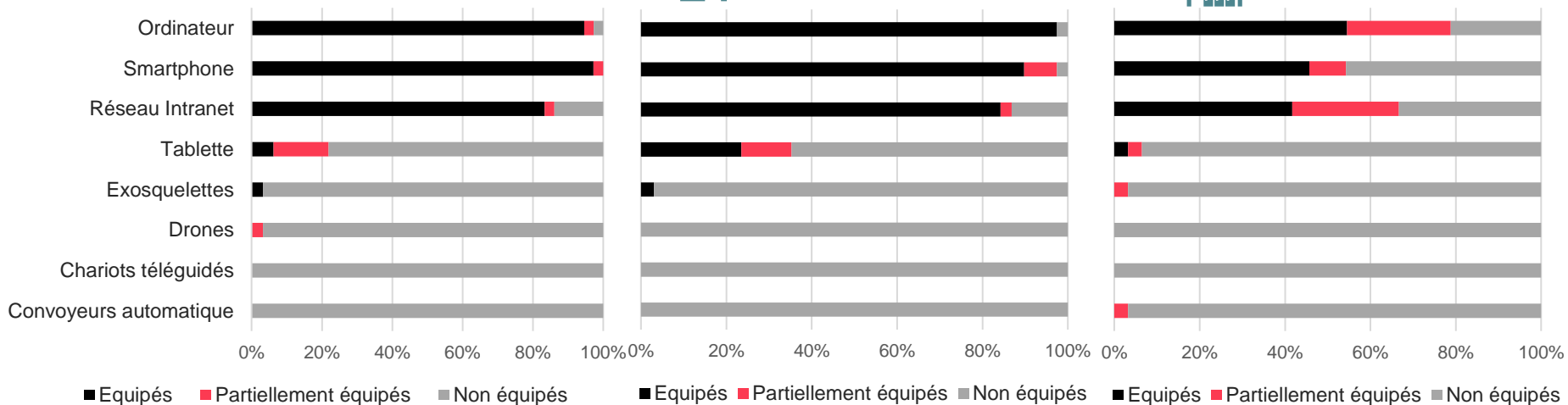
MANAGEMENT



FORCE DE VENTE



LOGISTIQUE



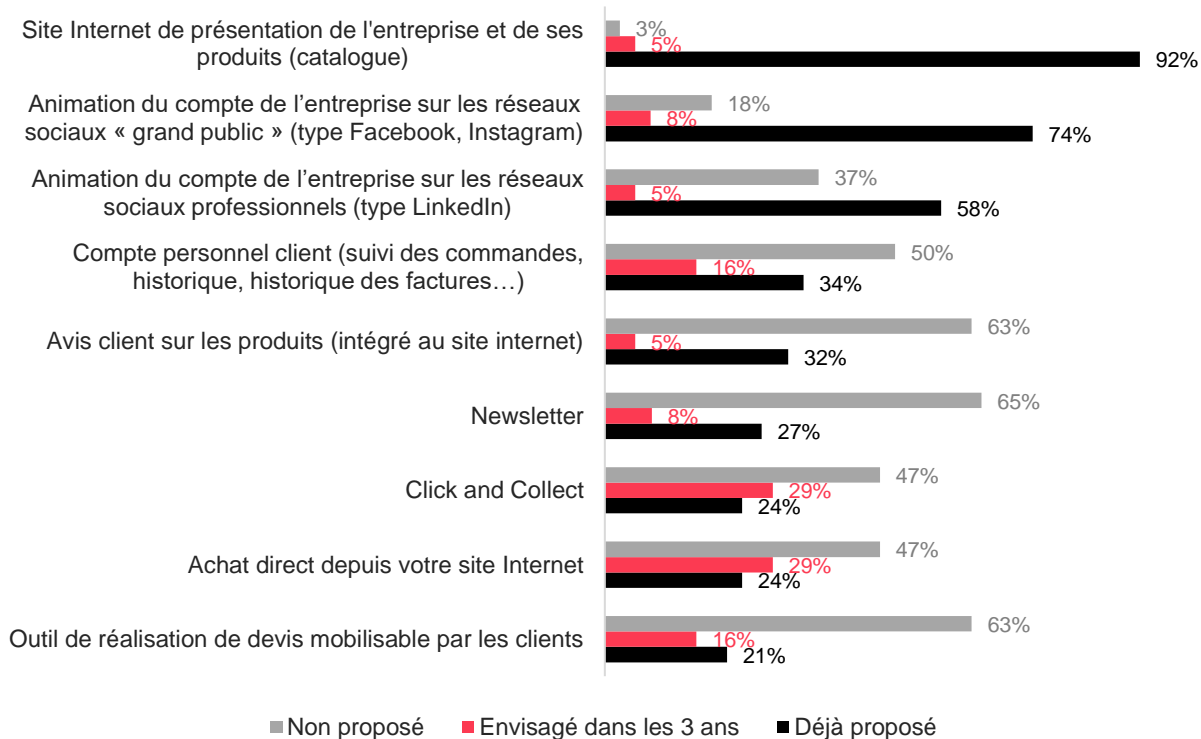
On est encore aux prémices de la digitalisation de nos outils



Les services numériques proposés

Principaux services numériques proposés aux clients

Source : enquête en ligne ; 38 répondants ; retraitement Katalyse



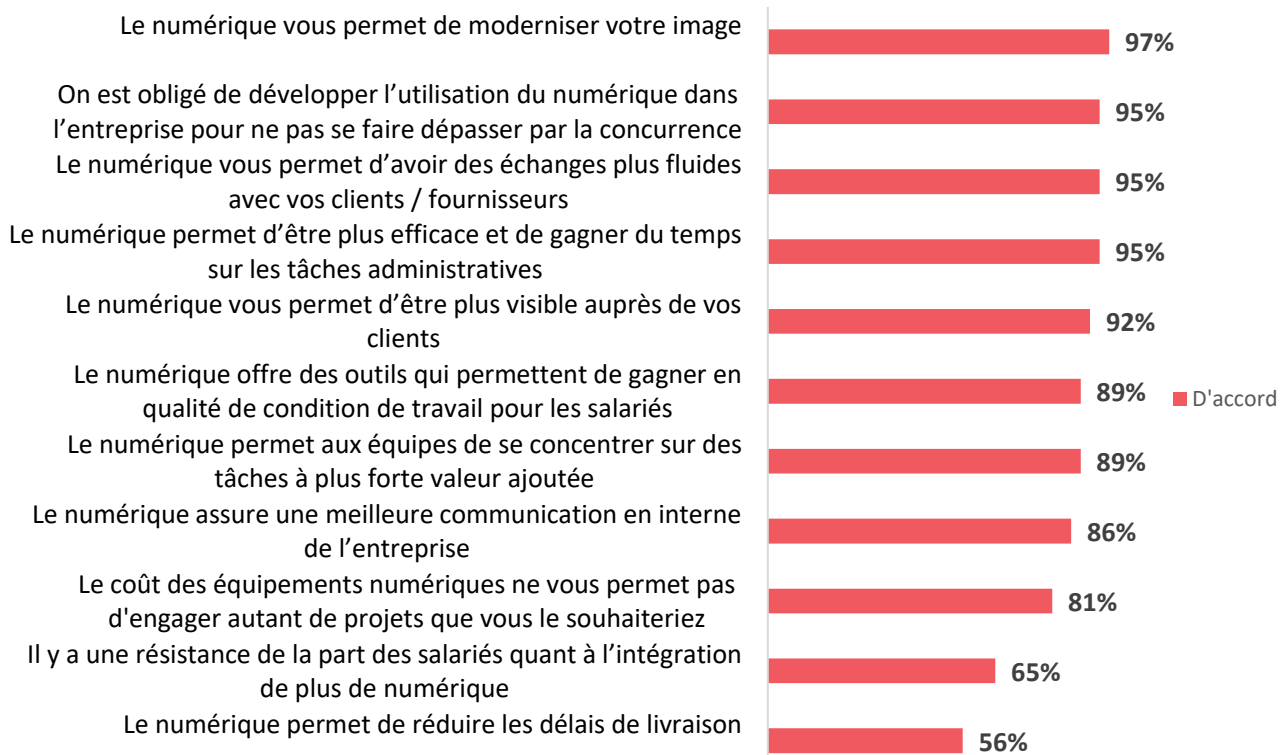
- **Site internet vitrine** : service devenu incontournable pour communiquer auprès des clients ou prospects.
- **Animation du compte** de l'entreprise sur les réseaux sociaux « grand public » ou professionnel qui participe à la visibilité de l'entreprise et des produits.
- **Développement de plateformes digitales voire d'un site internet marchand**
- **Projets de développement des services numériques à 3 ans** :
 - Outils de vente en ligne : le « Click and Collect » et l'achat depuis le site Internet
 - Des outils clients : compte personnel client et outil de réalisation de devis



Intérêts et limites perçues au numérique

Intérêts et limites du numérique selon les entreprises interrogées

Source : enquête en ligne ; 37 répondants ; retraitement Katalyse



▪ Deux autres freins soulignés :

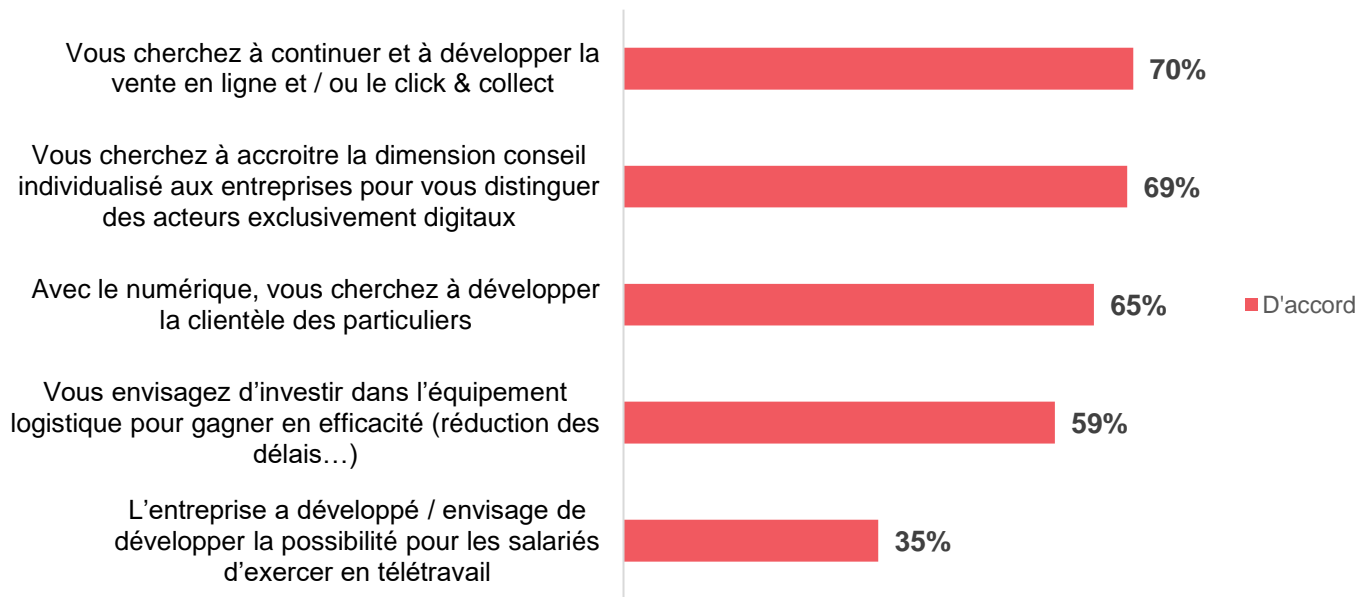
- Manque de recul sur les **prérequis nécessaires pour maîtriser la donnée** et les processus associés : des travaux à mener en amont des projets de numérisation souvent négligés
- Des projets **encore majoritairement menés uniquement par les équipes IT/SI** des entreprises alors que ce sont **des fonctions digitales** « rompues aux nouvelles technologies » qui seraient plus susceptibles de mener ce changement



Le numérique impacte la stratégie des entreprises

Perception du niveau d'impact du numérique sur la stratégie de l'entreprise et son positionnement

Source : enquête en ligne ; 37 répondants ; retraitement Katalyse



Notre objectif est d'accompagner nos agences à digitaliser leur CA en les outillant (site internet avec fiches produits, investissements SEO, communication sur les réseaux sociaux...)





Impact sur les métiers : management



Métiers	*Quanti	**Quali	Nouvelles activités & compétences numériques à acquérir	Autres compétences
Fonctions supports / administratifs	→	++	<ul style="list-style-type: none">• Marketing / communication : logiciels métiers (gestion de site web et réseaux sociaux, création de contenu...) et analyse de données• SI/IT : capacité à choisir les solutions numériques adaptées à l'organisation et à travailler en transverse avec les différents métiers de l'entreprise (voire prestataires)• Admin. / RH : maîtrise des logiciels métiers (bureautique dont Excel, SIRH...)• Cybersécurité (1^{er} niveau) : formation / sensibilisation des collaborateurs et partage de bonnes pratiques	
Managers d'équipe	→	+++	<ul style="list-style-type: none">• Capacité à piloter et interpréter des indicateurs : traitement et analyse de flux de données (internes et externes), maîtrise des logiciels de gestion associés (ERP...)	<ul style="list-style-type: none">• Maîtrise des fondamentaux de la gestion de projet• Accompagnement du changement

Impact sur les métiers : force de vente



Métiers	*Quanti	**Quali	Nouvelles activités & compétences numériques à acquérir	Autres compétences
Attachés technico-commerciaux		++	<ul style="list-style-type: none"> • Maitrise des outils CRM et ERP → compétences en traitement, analyse (1^{er} niveau) et reporting de donnée • Maitrise des logiciels métier (ex. visualisation 3D) et équipements numériques associés (ex. tablette) • Maitrise des plateformes de vente en ligne • Communication digitale (réseaux sociaux, site internet... - 1^{er} niveau) 	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition d'une posture de conseil (écoute, reformulation du besoin) pour apporter une réponse adaptée • Vente en agence : capacité à gérer différents canaux de vente (physique et e-commerce) • Vente à distance : capacité à convaincre à distance (visio et téléphone)
Vendeurs conseil		++		



Impact sur les métiers : logistique



Métiers	*Quanti	**Quali	Nouvelles activités & compétences numériques à acquérir	Autres compétences
Chef d'agence ou de dépôt	→	+++	<ul style="list-style-type: none">• Maîtrise des process logistiques (pilotage des flux et stocks) et des indicateurs de performance logistique (coût-qualité-délais)• Compétences en traitement, analyse et reporting de donnée	<ul style="list-style-type: none">• Accompagnement du changement :<ul style="list-style-type: none">- Aider les équipes à s'adapter aux nouveaux outils et organisation logistique- Identifier les besoins de formation
Magasiniers	↗	++	<ul style="list-style-type: none">• Maîtrise des équipements numériques qui augmentent la préparation de commande et la gestion des stocks• Compétences en analyse et reporting de donnée : 1^{er} niveau de maîtrise des outils bureautiques et logiciels métiers	<ul style="list-style-type: none">• Compétence en relation client / conseil client• Voire capacité à vendre des produits complémentaires
Chauffeurs-livreurs	↗	+	<ul style="list-style-type: none">• Compétences en analyse et reporting de donnée (1^{er} niveau) → intégration d'une démarche de gestion dématérialisée des documents de transport	

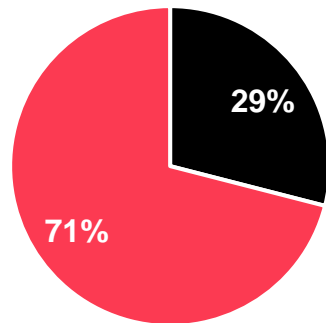


Un besoin de nouvelles compétences

Avez-vous des nouveaux besoins de compétences, des nouveaux métiers ?

Source : enquête en ligne ; retraitement Katalyse

31 répondants



■ oui ■ non

- **29 % des entreprises répondantes envisagent de recruter deux typologies de nouveaux métiers / nouvelles compétences** pour accompagner et accélérer leur transformation digitale :



- Chargé de marketing / communication digitale
- Community manager



- Analyste de données / Data analyst
- Développeur

- Compétences recherchées pour **élaborer la stratégie de visibilité des entreprises auprès des clients** (communication ciblée pour les professionnels et les particuliers) en exploitant les données collectées, et **valoriser l'identité et l'image de la marque**
- Volonté d'intégrer de nouvelles compétences en **traitement et analyses de données** pour mettre en œuvre une **stratégie commerciale plus personnalisée** et **assurer une gestion plus coordonnée et intégrée de la logistique (meilleure gestion des flux entrants et sortants)**
- Intégration de développeurs au sein des entreprises (>49 salariés) pour développer les applications clients / interfaces utilisateurs (compétence externalisée pour les autres)



OBSERVATOIRE DES MÉTIERS
DU NÉGOCE DES MATÉRIAUX
DE CONSTRUCTION

03

Enjeux et préconisations





Enjeux identifiés



Enjeu 1 : Accompagner & aider les entreprises à franchir le pas du numérique

- Un niveau de maturité au numérique inégal entre les entreprises or un mouvement global de fond allant vers l'intégration grandissante d'outils numériques et la digitalisation des process (vente en ligne sur des site de e-commerce, recours au click and collect, etc)
- La nécessité d'adapter et d'individualiser l'accompagnement en fonction des degrés de maturité au numérique et d'accompagner les plus éloignées à franchir le pas



Enjeu 2 : Assurer la montée en compétences de l'ensemble des salariés sur le numérique

- L'intégration du digital impacte l'ensemble des métiers (de manière plus ou moins forte), nécessitant une montée en compétence de chacun
- Des salariés nécessitant un accompagnement personnalisé en raison pour certains d'une faible appétence à l'utilisation de nouveaux outils



Enjeu 3 : Accompagner les salariés à monter en compétences sur quelques compétences non numériques

- Une montée en compétence nécessaire aussi bien dans la technicité relative à l'utilisation de nouveaux outils qu'aux évolutions organisationnelles résultant de l'intégration progressive de ces nouveaux process



Enjeu 4 : Attirer de nouveaux collaborateurs dans la branche

- La numérisation progressive de la branche comme levier de développement, d'accroissement d'activité et de l'effectif, nécessitant de fait des recrutements dans un secteur en tension
- La numérisation de l'activité comme acteur de la valorisation des métiers en permettant de faire évoluer leur image et d'attirer de nouveaux profils

Propositions d'actions (1/4)

Enjeu 1 : Accompagner & aider les entreprises à franchir le pas du numérique



- **Motiver & inciter les chefs d'agence / de dépôt à franchir le pas du numérique**
 - Action prioritaire : Présenter des **exemples concrets d'intégration du numérique dans la branche** (webinaire...)
 - Autres actions envisagées
 - Conduire une réflexion collective (à l'échelle de la branche) sur le « Négocio des matériaux de construction 4.0 »
 - Former les chefs d'agence / de dépôt à la stratégie numérique d'entreprise (dont évolution du modèle économique) – toutefois risque de « concurrence » entre les entreprises
 - Organiser des événements / conférences permettant des échanges entre chefs d'agence / de dépôt et experts
- **Conseiller les entreprises (notamment les plus petites) à construire un programme de transformation numérique**
 - Action prioritaire : Proposer des **diagnostics de maturité numérique** dans les entreprises (test de la maturité digitale et identification des axes d'amélioration) ou identifier / promouvoir les programmes existants (ex. **APPUI CONSEIL RH NUMERIQUE** de Constructys)
- **Identifier les aides financières à l'investissement** dans les équipements numériques et logiciels (problématique identifiée comme un frein pour les TPE – PME notamment)



Propositions d'actions (2/4)

Enjeu 2 : Assurer la montée en compétences de l'ensemble des salariés sur le numérique



- **Démontrer aux collaborateurs l'intérêt** de l'utilisation des outils numériques et digitaux dans leur quotidien par des cas concrets
 - Sensibiliser les managers à l'importance de donner du sens aux outils numériques
- **Proposer la mise en place de formation mixte présentiel & en ligne (blended learning)** pour faciliter l'accès à la formation
 - Inciter les OF à proposer des formations mixtes
 - Assurer les bonnes conditions de suivi de ces formations pour les salariés : disposer d'un espace dédié (une salle), d'une bonne connexion Internet ; intégrer le temps de formation nécessaire dans le planning...
- **Proposer des outils facilitant les dispositifs de reverse mentoring* dans les entreprises de la branche** (plutôt fonction support et management) – guide de bonnes pratiques... :
 - * Le reverse mentoring consiste à créer au sein d'une entreprise un binôme entre un adepte des nouvelles technologies (mentor) et un salarié moins expérimenté sur ces technologies (mentoré). Elle permet au mentor de mieux comprendre le fonctionnement de l'entreprise et au mentoré de s'acculturer aux nouvelles technologies.
- Communiquer sur des **modalités de prise en charge** des formations afin de limiter les freins
- **Autres actions proposées :**
 - Proposer un catalogue de formations intégrant les thématiques numériques émergentes dans la branche
 - Vérifier l'appétence numérique des salariés et assurer leur montée en compétences sur les compétences numériques socles : Proposer l'accompagnement des salariés au certificat CléA numérique ou PIX (service public en ligne pour évaluer, développer et certifier ses compétences numériques), reconnu par l'ensemble des branches professionnelles

Thématiques numériques émergentes :

- Outils / logiciels et leur utilisation
- Vente à distance : process et posture commerciale
- Marketing / communication digitale
 - Modérer et faire vivre les réseaux sociaux (notamment pour les managers, forces de vente et fonctions supports)
- Data : analyse et valorisation des données
- Sécurité numérique et protection des données :
 - Sensibilisation des équipes sur les sujets de cybersécurité et RGPD



Propositions d'actions (3/4)

Enjeu 3 : Accompagner les salariés à monter en compétences sur les compétences non numériques (mais émergentes du fait des évolutions stratégiques et organisationnelles générées par le numérique)



- **Accompagner l'ensemble des équipes au changement de manière globale**
- **Renforcer les compétences managériales des responsables / managers d'équipe**
 - Former les managers sur l'accompagnement du changement, notamment via la promotion d'actions de formation de type coaching
- **Accompagner la montée en compétence des salariés les plus impactés**
 - Pour les chauffeurs-livreurs et magasiniers : la relation client et le conseil commercial
 - Pour les salariés de la vente : la vente à distance (e-commerce / m-commerce)
- Intégrer les nouvelles compétences dans **les process de recrutement**
 - Intégrer également les compétences transverses associées au développement du numérique : adaptation, appétence numérique
- Continuer à former sur des **sujets techniques** (conseil, ingénierie)

Propositions d'actions (4/4)



Enjeu 4 : Attirer de nouveaux collaborateurs dans la branche pour accompagner la transition numérique

- **Continuer à faire connaître la branche du Négoce des matériaux de construction et ses métiers** (vidéos de présentation des métiers, communication ciblée auprès des jeunes sur les réseaux sociaux...)
 - Communiquer sur l'image actuelle et moderne des métiers par des cas concrets (utilisation d'outils numériques et digitaux par les chauffeurs-livreurs par exemple)
- Valoriser l'utilisation de nouveaux **outils digitaux RH et la numérisation des process RH**, favorisant la modernisation de l'image du négoce
 - Utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement
 - Outils numériques RH : signature de contrat à distance...
- Autres actions proposées
 - Pour valoriser les métiers dont les effectifs vont croître du fait du numérique (magasinier et chauffeur-livreur) et par ailleurs très en tension (au-delà de la branche), encourager et mettre en avant la construction de parcours d'évolution professionnelle possible dans la branche (avec des passerelles facilitées du fait d'une « porosité » croissante entre les métiers)
 - Attirer des nouveaux profils dans la branche en réponse au développement de nouveaux métiers numériques dans la branche – toutefois en nombre limité (notamment pour les métiers de la vente et les fonctions marketing, transformation digitale) - Promouvoir l'alternance à destination de ces profils / postes
 - Accompagner les réflexions sur les démarche de type marque employeur
 - Identifier des bonnes pratiques mises en œuvre en matière de marque employeur, et notamment le déploiement de la marque employeur via les réseaux sociaux)
 - Proposer un guide de bonnes pratiques sur la marque employeur à destination des entreprises (en y intégrant les spécificités de la branche du Négoce des matériaux de construction)