

# Spécial PROS

Le magazine des métiers de la piscine et du spa

UN MOMENT AVEC  
**António DE LIMA** p.10



p.14

Sauna : n'attendez plus !



p.22

Pompe à chaleur  
 zoom sur les innovations



p.84

Retour sur Le salon  
 Piscine Global Europe

# Les métiers de Vendeurs, évolution et devenir



Meilleurs vœux à tous mes fidèles lecteurs et aux nouveaux bien entendu !  
Je remercie également mes nombreux lecteurs qui m'envoient de bons « retours » sur mes chroniques. Tous ces avis m'incitent bien sûr à reprendre mon stylo régulièrement, avec appétence, vous gardant à l'esprit dès lors que j'aborde un thème. A cet égard et suite aux nombreuses demandes, nous avons décidé d'éditer deux ouvrages compilant les 26 chroniques que j'ai eu le plaisir d'écrire sur ce somptueux support qu'est le magazine Spécial PROS !

## VENTE B TO B, VENTE B TO C...

Cette nouvelle et première chronique de l'année me donne l'occasion en introduction de remettre à leur place les appellations multiples et illisibles de nos métiers de Vendeurs, Commerciaux, Conseillers, Technico-commerciaux, Vendeurs en B to B, en B to C, etc.

La première distinction à faire, pour commencer à y voir plus clair, sera de différencier ce que l'on nomme le « B to B » et le « B to C ». Je vous en ai souvent parlé dans ces chroniques, mais il faut bien garder à l'esprit cette distinction. Car malheureusement, la plupart des ouvrages en librairies et les supports pédagogiques destinés aux élèves des écoles de commerce, ne font que très rarement la différence entre ces deux pratiques, pourtant bien distinctes.



**Le B to B** : abréviation tirée de l'expression anglophone « Business to Business », désignant (pour faire très simple) la vente de produits aux professionnels de la vente.

**Exemple** : je vends des pompes à chaleur à une entreprise, qui les revendra aux utilisateurs.

**B to C** : abréviation tirée de l'expression anglophone « Business to Customer », désignant la vente de produits ou services directement aux consommateurs.

**Exemple** : je vends une pompe à chaleur à un particulier, qui l'utilisera et à qui elle apportera un service.

Ces deux segments sont diamétralement opposés dans la pratique de la vente, car les leviers déclenchant l'achat sont différents. Je n'ai pas ici la place ni le temps pour développer la particularité de ces deux pratiques, mais je pense que j'aurai l'occasion d'en parler ultérieurement, les ayant pratiqué personnellement toutes les deux.

## Mes métiers de la vente

Quitte à écorner ma modestie, je dois rappeler ici brièvement, à ceux qui ne me connaissent pas, mon parcours professionnel. J'ai démarré celui-ci en 1972, à l'âge de 20 ans, pour être tour à tour, Représentant en B to B, Camelot sur les foires et marchés, Démonstrateur de foire, Vendeur en porte-à-porte, Vendeur Extra « Foire et événementiel », Directeur commercial d'une grande enseigne d'abris de piscine en France, en Europe et aux Etats-Unis pendant 4 ans, Créateur et Dirigeant de la société Action Vente de 2002 à ce jour, Consultant - Coach et Formateur aux techniques de vente. Ce parcours de plus de 46 ans dans les métiers de la vente m'a nourri de nombreuses expériences, durant lesquelles j'ai pu vivre les mutations du métier et en constater les règles immuables. Je dois vous confier que ces deux points sont mes moteurs de transmission en tant que Formateur.

## Les paliers du métier

Pour continuer sur le sujet de la vente en B to C, je vous propose dans cette chronique de décomposer les métiers de la vente en 5 paliers, représentant à mon sens les 5 types d'actions de vente classées dans cette catégorie.

Cette échelle permettra à chacun de se positionner, tant les chefs d'entreprise que leurs employés en contact avec la clientèle.

Bien entendu, il faut préciser que chaque palier des métiers de la vente est totalement respectable et peut avoir sa raison d'être, et qu'il n'est absolument pas question ici de

dénigrer l'un ou l'autre. Mon propos est ici de mettre en lumière ces 5 paliers, afin que chacun puisse choisir sa stratégie.

Ensuite, chacun choisira, soit de rester sur sa « marche », soit, ce à quoi je vous engage vivement, à gravir les « marches du palier » pour améliorer, d'une part, ses résultats financiers, mais aussi, pouvoir connaître et vivre les extraordinaires sensations du métier de vendeur, au fur et à mesure de cette ascension.



## I - ACHETEURS OU PROSPECTS ?

Avant toutes choses, il faut diviser les cas de figure en deux catégories : face à un Acheteur / face à un Prospect.

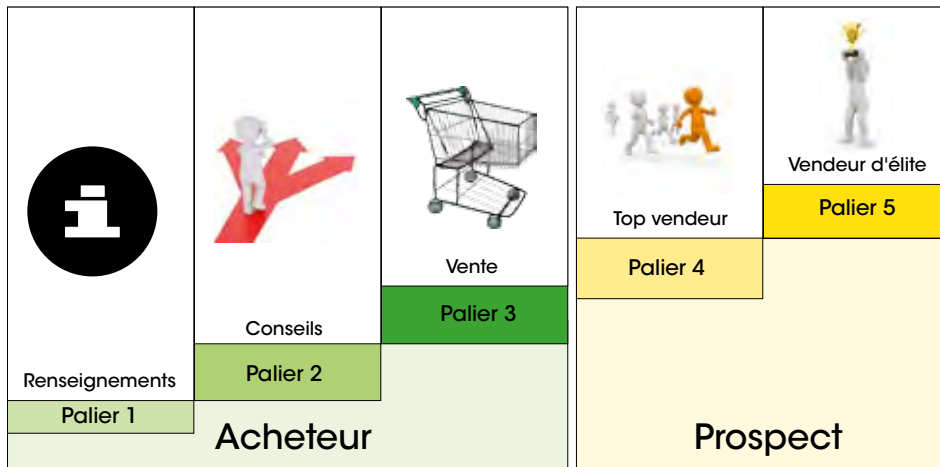
Ces deux cas sont la source de tellement de confusion dans notre métier... Combien de vendeurs mélangent ces situations en leur appliquant des stratégies inadaptées. Ils laissent partir des acheteurs, car ils ne les ont pas identifiés, et ils « gâchent » les prospects, en ne développant pas un plan de vente structuré, sachant qu'ils sont dans ce cas-là, en concurrence, et que, renseigner ou répondre aux questions ne suffira pas à transformer un prospect... en client !

**RAPPEL** : Comme toujours, le fil rouge de notre métier de vendeur est la structure d'un **PLAN DE VENTE**, en suivant la « règle des 4 C ».

**1) Contact** : « Bienvenue, vous êtes chez vous » > Phase accueil / sympathie / sourire / séduction.

**2) Connaître** : « Je vous écoute..., je vous comprends » > Identification des besoins, budgets, envies.





Les 5 paliers des métiers de la vente

**3) Convaincre** : « *C'est cela qu'il vous faut ! Et voici pourquoi...* » > phase démonstration / réponse aux objections.

**4) Conclure** : « *On fait comme ça ?* » > Proposer une offre Gagnant-Gagnant !

## II - PALIERS 1 -2 - 3

### L'acheteur

Le client est acheteur, il entre en magasin ou entre en contact avec un commercial une fois son choix fait. Il attend éventuellement de lui les dernières réponses, en termes de prix, délais, etc.

Les Vendeurs-acteurs des 3 premiers paliers font parfaitement l'affaire pour « Enregistrer » ce type de ventes. Ces acteurs commerciaux ont donc affaire aux acheteurs « déclarés ». Ils doivent les accueillir, les diriger, répondre à leurs questions primaires. Leur rôle est loin d'être négligeable. Par leurs actions, ils valident un achat programmé. Tandis qu'un mauvais comportement de leur part risque bien souvent de dissuader un acheteur potentiel.

De plus, ce poste, lorsqu'il est bien géré, tisse un lien « humain » vers l'achat, et l'on sait à quel point le nouveau consommateur en est demandeur.

### Palier 1 : le Vendeur débutant

Il accueille, dirige le client vers un rayon. Il répond à quelques questions basiques (gamme, stock, délais...), puis il sert de relais avec un autre service (technique ou facturation).

**Exemple** : « *Bonjour messieurs-dames, soyez les bienvenus..., le rayon des... est par ici... Oui cela existe en rouge... Le délai ? Je vérifie... Nous en avons en stock... Je vous accompagne à la caisse... Merci... Au revoir !* »

**ATTENTION** : Ce poste est fragile, car les techniques du digital et techniques de marketing remplacent maintenant ce type d'intervenants ! Grâce à une formation technique de haut niveau,

ces vendeurs peuvent rapidement passer au palier 2.

■ **Compétences requises** : sens de l'accueil, gentillesse, sourire, respect du dress-code.

■ **Actions** : dans le plan de vente 4 C, il gère le premier C : CONTACT

### Palier 2 : le Vendeur Conseil

Lui aussi accueille, dirige vers un rayon. Mais, par sa compétence technique, il répond à des questions très ciblées. Puis, il conseille utilement l'acheteur sur son choix. Par exemple, l'acheteur vient commander une pompe à chaleur, mais il hésite entre deux puissances. Le Vendeur-conseil, grâce à son savoir, et en ayant écouté les besoins du client, le dirige sur un bon choix.

■ **Compétences** : ce poste demande des connaissances techniques affirmées. Le Vendeur-conseil doit aussi structurer son plan de vente en appliquant les deux premiers C du plan de vente (Contact et Connaître).

### Palier 3 : le Vendeur Actif

Ceux qui se trouvent sur ce palier sont des TOP Vendeurs en devenir, car ils ont en eux l'énergie qui leur permet de passer rapidement au palier 4 et peut-être au palier 5.

Ce vendeur, comme celui du palier 3, aide le client à choisir la pompe à chaleur correspondant le mieux à ses besoins réels. Mais de surcroît, il lui vend en complément le dernier robot nettoyeur en promotion. Il a, par empathie, séduit le client, acquis sa Confiance et activé son Envie par le développement d'un plan de vente structuré et gagnant !

**ATTENTION** : Quand vous, chefs d'entreprises, vous avez dans vos rayons un vendeur habitué à ces pratiques, vous avez une pépite, qu'il faut absolument conduire au palier 4. Il prendra alors en main, après une bonne formation, la gestion des plans de vente complets !

## III - PALIERS 4 - 5

### Le Prospect

Comme son nom l'indique, il est en prospection, ce qui veut dire qu'il se renseigne, il compare, il n'a pas encore arrêté son choix, ni sur le produit, ni sur le fournisseur. Il a donc plusieurs questions auxquelles ils cherchent des réponses. Il faut traiter ses objections, des objections dites et non-dites ! A priori, il n'est donc pas prêt à commander !

Sur ces paliers se trouvent les Vendeurs de haut niveau, c'est-à-dire ceux qui ont à mener des entretiens de vente avec ces prospects !

Ils se confrontent à la concurrence, ont à assurer et à défendre la bonne santé de l'entreprise, en remplissant notamment les carnets de COMMANDES tout en assurant des marges viables, et surtout, ils doivent fidéliser la clientèle. Comment ? En vendant les bons produits et les bons services, qui assurent la pérennité de l'entreprise à long terme.

**N'oubliez jamais qu'il ne suffit pas de gagner un client, il faut le satisfaire, pour le fidéliser et en faire votre meilleur agent marketing !**

**Les Vendeurs des paliers 4 et 5 sont en mesure de développer un plan de vente pouvant mener à la prise de commande.**

■ Il leur faut pratiquer une **Qualification** précise du prospect, en répondant à ces questions avant de prendre RDV : **Qui ? / Pourquoi ? / Combien ? / Comment ? / Quand ?**

■ Ils déploient leur plan de vente 4 C.

### Top Vendeur et Vendeur d'Elite

Arrivé à ce stade de mes explications sur les paliers 4 et 5 du métier, l'on me demande très vite avec avidité : « *Mais alors, qu'est ce qui fait la différence entre un Top Vendeur (palier 4) et un Vendeur d'Elite (5<sup>e</sup> palier) ?* »

C'est en effet la règle, un vendeur performant aspire toujours à devenir un Vendeur d'Elite, c'est-à-dire, une star de la vente.

**La réponse est simple** : cela ne dépend plus à ce stade de l'application des techniques de vente, ou de connaître des secrets qui seraient réservés à certains... Non, cela dépend uniquement de la capacité à actionner à ce stade une arme extraordinaire qui s'appelle : **la MOTIVATION !**

### La motivation entraîne l'enthousiasme

En effet, il y a en chacun de nous des leviers psychologiques démultipliateurs qui permettent d'atteindre des

sommets dans toutes les disciplines compétitives.

Il serait beaucoup trop long de développer ici tous ces leviers, mais je peux au moins vous proposer un outil qui servira de « thermomètre » à votre niveau !

#### IV – LE BILAN DE PERFORMANCE

Apprenez à le remplir **chaque mois**. Fixez-vous, comme le font les sportifs de haut niveau, des objectifs de plus en plus élevés, graduellement.

*« L'enthousiasme est à la base de tout progrès ».*

*Henry Ford*

Chaque mois, vous divisez le nombre de ventes par le nombre de plans de vente aboutis, qui bien entendu ont été qualifiés. Le pourcentage obtenu vous permet de vous positionner sur l'échelle. De 50 à 70 % (5 à 7 ventes sur 10 propositions effectuées): vous êtes un Top Vendeur ! Au-delà de ce pourcentage, vous entrez dans la « cour des grands », celle des Stars de la Vente !

#### CONCLUSION

A l'aube de cette nouvelle saison, j'espère que ce petit tour d'horizon sur les Métiers de la VENTE vous permettra de vous positionner sur l'un des paliers, et je le souhaite, d'avoir

envie d'atteindre les autres. A moins bien entendu que vous ne soyez déjà au niveau du 5<sup>e</sup> palier... Dans ce cas, que cela vous incite à ne pas en descendre !

Dans ce nouveau monde, ouvert à toutes les concurrences, licites, mais aussi trop souvent mensongères, les acteurs commerciaux des entreprises de toutes dimensions doivent être de plus en plus performants. Et ne croyez pas que c'était mieux auparavant, ce que j'ai entendu tout au long de ma longue carrière commerciale... Non ! Au contraire, **c'est toujours mieux demain ! Croyez-moi, jamais le métier de Vendeur n'a été aussi valorisant.** Un Vendeur de haut niveau est devenu indispensable à la bonne marche d'une entreprise confrontée à une forte concurrence, pour répondre à une clientèle de mieux en mieux informée et exigeante, à juste titre.

La différence avec les temps anciens que j'ai connus réside uniquement dans la compétence !

Bonne Année et bonne chance à tous !

N'hésitez pas à me contacter pour de plus amples informations ou à les consulter via le site [www.actionvente.com](http://www.actionvente.com).

*Patrick Sanchez*

*Consultant, formateur*

*Création de scénarios de négociation suivant les produits et les environnements*

*06 80 26 22 76*

#### INDICE DE PERFORMANCE

Mois..... Vendeurs.....

NB	RDV Qualifiés	R1 / R2 One Shot	VENTES
1			
2			
3			
13			
14			

Résultats : NB de vente / NB RDV =

Le chemin du succès

## Le StepWay®

StepWay® est un plan de vente en image qui est un outil indispensable pour qu'un vendeur maîtrise son entretien de vente et le mène à terme GAGNANT !

Il existe en 2 versions papier ou numérique



Maîtriser et Diriger son entretien de vente

Expliquer - Répondre - Convaincre - Conclure

Associer mots et images !

Création personnalisée de votre StepWay®

Piscines / Spas / Abris / PAC / Pergolas / Vérandas / Paysages...

Devis / Maquettes  
Patrick Sanchez 06 80 26 22 76

### Action Vente

actionvente@wanadoo.fr