

Top vendeur : soigner la relation client

PREMIER AMBASSADEUR AUPRÈS DES CLIENTS, LE VENDEUR DOIT MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DE L'ANIMATION DE LA RELATION CLIENT, SES TECHNIQUES DE VENTE ET PORTER LA STRATÉGIE DE SON ENTREPRISE. SA MISSION : VENDRE ET SATISFAIRE SES CLIENTS.

Par Laurent Gajac - lgajac@orange.fr

Le troc, qui a précédé la vente est l'échange d'un bien contre un autre bien. L'échange est un usage de la plupart des peuples primitifs, mais il est incommode car il suppose un concours exceptionnel de circonstances, un heureux hasard pour mettre en présence un acheteur et un vendeur dont chacun a justement besoin de la chose dont l'autre veut se défaire. C'est pourquoi la monnaie s'est introduite dans nos modes d'échanges : aujourd'hui, on échange de la monnaie (universelle) contre un objet que l'on désire.

La vente est donc incontestablement un des métiers les plus vieux du monde. De tout temps on négocie, troque, produit, achète et revend. C'est un acte fondamental dans la société qui permet la création de valeur ; elle amène : clients et commandes, donc chiffre d'affaires, et la commande engendrée fait fonctionner le processus de production de l'entreprise (produit ou service)

Être en première ligne, c'est le challenge que relève le vendeur pour atteindre un cap : le client et le développement de ses intérêts. Il doit :

- Proposer le produit adapté aux besoins, motivations (voir freins et moyens du prospect/client) ;
- Fidéliser ses clients, les conseiller, les suivre, comprendre leurs intérêts ;
- Ne pas dénigrer la concurrence ;
- Travailler consciencieusement et de manière organisée (retour informations terrain).

Pour chaque entreprise, la nécessité d'investir sur l'efficacité de son organisation de vente est aussi stratégique que le développement de son plan produits et services. L'engagement du vendeur, sa combativité et la qualité de son organisation sont des moteurs déterminants pour la rentabilité des entreprises, la satisfaction de leurs clients et plus largement pour leur croissance.

Je côtoie ou j'ai à traiter avec des vendeurs et ceux qui ont ma faveur sont ceux qui connaissent parfaitement ce qu'ils ont à vendre et surtout sont capables de donner des explications et des arguments parfaitement clairs, compréhensibles de tous, plutôt que de vous noyer dans un « charabia » filandreux qui fait perdre du temps à tout le monde.

Client satisfait

En fait le secret d'un bon vendeur, c'est de comprendre, voire deviner, ce que son interlocuteur attend, c'est à mon avis le meilleur moyen de fidéliser la clientèle. Les écoles de commerce ont peut-être dépossédé le métier de l'ancien VRP classique, mettant en circulation des expressions toutes en « ...ding » qui veulent signifier la compétence, même l'extrême compétence, telles que packaging – branding – dumping – selling et bien d'autres plus savantes, pour finir en tête de « gondole » ! L'ennui est que tout ce monde-là finit par s'exprimer systématiquement de la même façon. Tout cela manque de naturel à mon goût et mes racines terriennes me font apprécier les gens de terrain qui s'expriment sans détour, sans ramener leur « science ».

Pour finir, j'écrirai que le meilleur vendeur et celui avec qui l'on échange une poignée de main pour sceller l'accord, espérant avoir fait chacun de son côté une bonne affaire. Je précise que mon opinion est basée sur mon expérience. Il ne s'agit nullement de donner ici des leçons à qui que ce soit, je souhaite juste à tous les vendeurs avec attaché-case ou pas, cravate ou pas, de faire d'excellentes ventes et ceux qui font de bonnes affaires, c'est qu'ils ont trouvé la méthode. Donc, qu'ils continuent !

Laurent Gajac

Fondateur dirigeant du groupe Conseil & Services, spécialisé dans la recherche, le développement et l'amélioration du potentiel professionnel. Le groupe est composé de trois centres de formations présents à La Réunion, à Rennes et à Bordeaux. Laurent Gajac est coach professionnel, facilitateur en intelligence collective, il conçoit et anime des groupes de pratiques professionnelles et des sessions de formation, essentiellement sur les thèmes de la communication interpersonnelle, du management et de l'accompagnement au changement.

