

LES 3 MAITRISES À ACQUÉRIR POUR DEVENIR UN GRAND VENDEUR



*Selon Guy Vasselle
50 Ans de Vente*

EDITIONS BGV

LES 3 MAITRISES À ACQUÉRIR POUR DEVENIR UN GRAND VENDEUR

Définition de la vente

Selon Guy Vasselle

Pour moi la Vente est simple et se définit par cela :

*"Faire des **contacts** aboutissant à un **entretien** de vente avec un prospect, découvrir son **budget**, ses **besoins** et ses **motivations** en vue de définir le **produit** lui correspondant et au final, **présenter** ce produit comme **répondant** à ses besoins et **conclure... de suite.**"*

Ce qui suppose :

- A. La maîtrise de ***l'Entretien de Vente***
- B. La maîtrise des ***Techniques de Communication***
- C. La maîtrise des ***Outils de Vente***

A. COMMENÇONS PAR L'ENTRETIEN DE VENTE :

Il comporte les étapes ci-dessous :

1) **Contacts**

Dans la vente, tout commence par les contacts !

Pas de contact, pas de prospect, pas de présentation, pas de vente...

En fait, le principe est simple :

Générer des contacts par toutes les sources appropriées, puis transformer ces contacts en entretiens de vente (déballe) !

2) **Entretien de vente** (ou **déballe** en mémoire des camelots d'antan) !

La déballe contient 5 points clefs

a. **Découverte du Budget et du Financement :**

La découverte du budget est le fait de demander à votre prospect combien il veut dépenser pour son futur achat. Cela peut vous paraître étonnant, curieux, voire même indiscret, c'est pourtant absolument **INDISPENSABLE !**

Alors bien sûr, cela dépend du type de produit que vous vendez ! si vous vendez des baguettes de pain ou des journaux, la découverte de budget ne s'impose pas... encore que, si j'étais libraire et qu'un prospect entre dans la librairie en me disant qu'il cherche un livre pour offrir, je commencerais par lui demander dans quelle fourchette de prix...

Ne travaillez pas des heures pour rien !

Ce n'est pas parce qu'un prospect peut mettre 100, qu'il veut dépenser 100 !

Il peut fort bien avoir envie de limiter sa dépense à 70 ou à 50 !

Cela ne veut pas dire non plus qu'on ne pourra pas lui faire dépasser son budget, ce sera peut-être possible selon les circonstances.

Mais au départ, il faut découvrir ce budget prévisionnel et le respecter, ne serait-ce que pour ne pas s'entendre dire après 2 heures de travail :

"On ne comptait pas mettre autant, non merci... !"

Dans cet exemple, le vendeur a travaillé 2 heures inutilement, pour rien.
Alors, tant qu'à travailler, autant mettre toutes les chances de son côté, NON ?

Voilà la raison pour laquelle dans toutes ces formes de vente je ne fais rien sans avoir obtenu préalablement le budget.

Je veux avoir une chance de gagner, sinon je ne joue pas !

De plus il convient de déterminer si c'est un achat au comptant ou avec financement, cela fait partie de la recherche du budget qui selon les cas pourra être un budget mensuel...

b. **Découverte Besoins :**

En tant que vendeur je dois savoir ce que cherche mon prospect, sinon tout comme avec le budget, je risque de travailler pour rien et de perdre un client.

Pour découvrir ce besoin, c'est relativement simple, il faut poser toutes les questions nécessaires et suffisantes pour avoir une vue d'ensemble la plus complète possible du besoin.

Il convient pour cela d'utiliser les techniques de communication, et notamment celle du questionnaire.

c. **Découverte Motivations**

Nous savons que lorsqu'un individu achète quelque chose, il le fait par rapport à un besoin qui lui-même est contrôlé par des motivations d'achat qui sont clairement répertoriées depuis longtemps !

Et ce qui est incroyable et fantastique, c'est que cela est vrai depuis toujours, et le sera toujours !

Certes en matière de vente les choses ont beaucoup changé depuis l'avènement des techniques modernes de communication, mais pas celle-ci.

Pour les découvrir, il suffit de se référer au tableau des motivations, et de poser des questions (ouvertes essentiellement) et d'écouter, ensuite on peut avancer petit à petit en éliminant les fausses pistes (avec des questions alternatives essentiellement) pour enfin trouver le bon produit et commencer à informer puis argumenter, avant de conclure (avec des questions fermées).

d. **Détermination du Produit**

Une fois que vous aurez découvert les besoins et les motivations de votre prospect :

Vous pourrez présenter les différents produits répondants aux critères découverts :

- En ne prenant pas position, en restant neutre,
 - En répondant aux questions produit par de l'information et non par de l'argumentation.
- Vous pourrez alors définir avec lui le produit qui lui convient et vous pourrez passer à la phase de présentation du produit, en prenant soin de mettre en avant les particularités de votre produit qui correspondent aux besoins et motivations découverts, et seulement ceux-là !

Rien de pire qu'une détermination bâclée et de s'entendre dire en fin de parcours :

***"Finalement cela ne correspond pas vraiment à ce que l'on recherche,
on va encore réfléchir !"***

Rien de pire et de plus dangereux que de « balancer » en vrac tous les arguments produit sans savoir si certains d'entre eux ne vont pas produire l'effet inverse à celui recherché.

e. **Présentation du Devis**

Quels sont les points clefs pour faire une bonne et efficace remise de devis ?

Un devis clair, complet, présentant tous les aspects de l'offre :

Un résumé du produit, les conditions de garantie, de livraison, d'installation, etc...

Et en dernier le Prix précédé éventuellement des conditions de paiement.

Comprenez bien une chose : dès qu'on a donné le devis, on bascule dans la **conclusion de vente**, plus question de **reparler produits** ou autres détails, on doit **conclure**.

Donc répétons-le, la remise se fait en dernier, une fois qu'on a découvert le budget & le financement, les besoins et les motivations d'achats, déterminé le produit, argumenté, etc...

Si vous avez un document à remettre, devis écrit, dessin ou autre, **commenter le document AVANT de le donner** et jamais pendant ni après (sauf demande d'infos complémentaires de la part du client, bien sûr).

3) **Conclusion de Vente**

C'est la grande peur de la plupart des vendeurs !

Beaucoup de vendeurs connaissent bien leurs produits, beaucoup d'entre eux sont capables de faire un devis correct, mais dès qu'on aborde la conclusion de vente, là, pratiquement personne n'a de plan de conclusion valable !

Par "plan de conclusion valable", j'entends un plan de conclusion capable de s'adapter à toutes les circonstances, à toutes les situations, à tous les prospects, une véritable "Méthode", écrite, ce qui permet d'avoir une référence, une sorte de "mètre étalon" à qui se fier.

Une "Méthode écrite" peut s'apprendre par cœur et, si elle est universelle, vous imaginez la force que vous pouvez en retirer !

Plus de raisons d'avoir peur ! La méthode est la même, quelles que soient les situations !

Peu importe que le prospect soit comme ci ou comme ça, vous appliquez votre méthode de conclusion de vente et c'est tout !

Donc voici ce qu'il vous faut : Une Méthode !

Il convient donc de se former à la conduite d'un entretien de vente !

B. LA MAITRISE DES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Réussir ses entretiens de vente nécessite la maîtrise des techniques de communication !

Peu de vendeurs sont formés à cela, hélas...

Pourtant la Communication est la base de tout !

C'est l'Alpha & l'Oméga !

Réfléchissez un instant...

Que serait notre vie d'être humain sans la communication ?

TOUT, absolument TOUT n'existe que dans les mots !

Ce qui ne peut être nommé n'existe pas ...

Tout ce qui nous arrive de bien ou de moins bien, est le fruit de notre communication, ou de son absence !

La communication est Reine et le langage est son Royaume

La communication est à la fois la base de tous nos problèmes, mais aussi leur solution !

Je n'ai jamais compris pourquoi ce n'est pas la première de toutes les choses que l'on enseigne à l'école !

Si j'en avais le pouvoir, je rendrais l'enseignement de la communication obligatoire.

C'est vrai sur le plan privé, mais encore bien plus vrai sur le plan professionnel !

Chaque fois que je vois un vendeur non formé à ces techniques (95%), j'ai de la compassion pour lui et je ne comprends pas comment une entreprise peut négliger ce point et envoyer ces pauvres vendeurs au « casse-pipe », car c'est bien cela dont il s'agit.

La communication, est fondamentale dans le processus de vente, elle est à la vente ce que le squelette est au corps humain.

Ce n'est pas un outil, c'est la caisse à outils !

Il convient donc de se former aux techniques de communication !

C. LA MAITRISE DES OUTILS DE VENTE

Alors imaginez la vente comme quelque chose où la communication (l'art de bien communiquer) est omniprésente et où l'on utilise ponctuellement les outils dont on a besoin. Outils que vous allez utiliser tout au long de vos déballes.

Certains de ces outils servent très peu, d'autres souvent, mais tous ont leur importance.

"Le bon ouvrier utilise toujours le bon outil au bon moment."

Et tel un bon bricoleur qui sort ses outils au fur et à mesure des besoins, sans même s'interroger sur la façon de les utiliser, le bon vendeur fait ses présentations en piochant les outils de vente sans même s'interroger sur comment les utiliser, tout comme je le fais moi-même depuis tant d'années.

De tous les outils, celui qui sert le plus souvent, celui qui servira tout au long de la déballe, du début à la fin, celui que le vendeur doit absolument maîtriser, c'est l'art et la manière de poser les questions.

En fait de tous les outils de vente, deux sont particulièrement importants et leur maîtrise doit être totale :

- ***L'Art de poser les Questions***
- ***L'Art de maîtriser les Objections***

L'outil à utiliser en dernier étant la ***Conclusion de Vente***.

Il convient donc de se former à la maîtrise des outils de vente !

Apprenez à maîtriser ces quelques points et je vous garantis que vous n'aurez plus jamais de problème pour vendre, mieux, vous rentrerez dans la catégorie limitée des « Grands Vendeurs »

Je vous parle de tout cela parce que je déplore de constater qu'aujourd'hui encore, une immense partie des vendeurs que je croise ne savent toujours pas comment aborder un prospect, comment découvrir son budget, ses besoins, ses envies... ils ne savent pas non plus comment déterminer le produit qui va vraiment emballer leur futur client et, conséquence logique, ils n'arrivent pas à conclure leurs ventes !

Résultat : ils ne vendent pas beaucoup, ne gagnent pas beaucoup et, pire que tout, ils perdent le peu de confiance en eux qu'il leur reste !

En résumé :

Si vous me demandiez, là, à brûle-pourpoint, quelles sont les qualités qui font les très grands vendeurs, je vous répondrais ceci :

- ✓ **Être formé**, connaître et utiliser les techniques de communication
- ✓ **Savoir se taire.**
- ✓ **Savoir faire parler** son interlocuteur et l'orienter sur les sujets voulus.
- ✓ **Savoir écouter**, mais vraiment, pas faire semblant, écouter, entendre, comprendre et mémoriser.
- ✓ Savoir **entendre** ce qui ne se **dit pas**...
- ✓ Avoir la **capacité** à **entendre** un mot ou à déceler un point clef et à le **réutiliser** aussi bien 2 heures plus tard, par exemple dans la conclusion.
- ✓ La capacité à emmagasiner tout au long de l'entretien de Vente, **les points clefs** de son prospect (besoins, motivations, freins et objections) et, au final, d'être à même de **présenter** les atouts de son **produit comme correspondant** à ces besoins et motivations et à **faire une offre** qui solutionne les freins et les objections et permettant en contrepartie d'obtenir une **décision d'achat** favorable et, à chaque fois que possible, **immédiate**.
- ✓ Une grande **capacité de travail** et de **concentration**.

Tout cela nécessite une **grande vivacité d'esprit**, une totale **disponibilité intellectuelle**, la faculté à se consacrer à l'essentiel sans négliger les détails et sans jamais s'éloigner du chemin qui mène à l'objectif final.

Sans oublier bien évidemment une **connaissance parfaite de son produit**, du marché, de la concurrence et des techniques de communication et de conclusion de Vente.

Oui c'est à peu près ce que je vous répondrais.

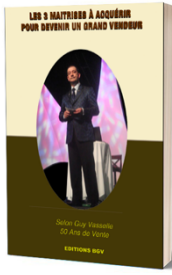
Et vous comprendrez bien j'imagine que cela nécessite du **travail**, de **l'apprentissage** et de la remise en cause permanente de soi-même ainsi qu'une grande pratique.

Mais les 2 bonnes nouvelles sont que :

1/ L'on peut réussir et très bien gagner sa vie avant même avant d'avoir atteint ce stade ultime ! **Autrement dit entre le Vendeur Robot et l'Artiste de la Vente, Il y a de la place...**

2/ Tout cela s'apprend ! La vente est un métier, pas un don ou une science infuse ! La vente est un métier technique qui s'enseigne comme tout autre métier !

[Voulez-vous découvrir quelle formation pourrait vous enseigner tout cela ?](#)
[Cliquez ici ou sur le bouton en dernière page](#)



Vous avez aimé cet Ebook ?

Alors, faites-moi plaisir, partagez-le !

Envoyez-le à vos amis ou relations qui pourraient être intéressés à se créer un nouveau travail ou qui aimeraient se perfectionner dans la vente.

Vous ferez alors 2 heureux qui vous en remercieront :

- Celui ou celle à qui vous l'enverrez qui y trouvera de l'intérêt,
- Moi ! Qui grâce à vous me ferai connaître d'autres personnes !

Envoyez le lien : <https://www.bgv.fr>

Envoyez-le avec un simple mot du style :

"Cher Y,

Je viens d'avoir l'opportunité de lire un petit bouquin très intéressant sur la vente, cela m'a fait penser à toi, alors je t'envoie le lien qui permet de le télécharger gratuitement.

Lien de téléchargement :

<https://www.bgv.fr>

Bonne lecture et dis-moi ce que tu en auras pensé.

Cordialement,

X



Ce livre est une création originale de Guy Vasselle, auteur du blog www.bgv.fr

Cette création littéraire a été déposée. Vous n'êtes pas autorisé à vendre ou à intégrer ce livre dans une offre commerciale, c'est interdit par la loi, par contre vous pouvez parfaitement inviter quiconque à télécharger gratuitement cet Ebook sur le lien suivant :

<https://www.bgv.fr>

Vous voulez en apprendre plus ?

Vous souhaitez faire partie des Tops Vendeurs ?

SUIVEZ MA FORMATION VENTE E-LEARNING



Venez découvrir
comment faire + de vente
sans faire + de présentations

Vous pourrez très vite :

- Acquérir de nouvelles compétences.
- Booster votre confiance en vous par la communication.
- Prendre le contrôle de n'importe quelle conversation.
- Apprendre comment diriger et maîtriser l'entretien de vente.
- Passer dans le Club très fermé des Artistes de la Vente.
- Gagner des très, très, très Gros Revenus.

Vous préférez lire ?

Découvrez les 5 livres
qui résument 50 ans d'expérience



La connaissance est un couloir dont les portes renferment tous les savoirs du monde et les clefs se trouvent dans les livres



Vous êtes dans la vente classique :

PACK 1 - Vente

2 Livres pour tout savoir sur la vente au particulier ou au professionnel.

Tome 1 + Tome 2



Vous êtes dans le MLM :

PACK 2 - Marketing de réseaux

3 Livres pour tout savoir sur la vente au particulier et sur le MLM.

Tome 1 + Tome 2 + Tome 4

EXTRAIT GRATUIT



Vous vendez Meubles, Salons, Cuisines, Voiture, Immobilier, ... :

PACK 3 - Habitat

3 Livres pour tout savoir sur la vente au particulier et sur la conclusion de vente avec ou sans PDM.

Tome 1 + Tome 2 + Tome 4

Biographie



*50 années de Vente, management et formation.
Sans doute l'un des meilleurs experts
en conclusion de vente au particulier et en "B to B".*

*Auteur de méthodes de vente, de conclusion de
Ventes avec ou sans "Passage de Main", spécialisé
aussi en Télémarketing depuis 1980. Ses
méthodes sont utilisées par des milliers
de vendeurs et de commerciaux.*

*Créateur du "Bilan Minceur" et du "Livret Formé
& Bien-être".*

Missions de Conseil en Entreprise.

*Animateur de stages de Vente et de Téléphone.
Création "Clefs en main" de Cellules de Vente
et/ou de Télémarketing en vue d'alimenter des
équipes commerciales.*

Ses compétences se sont ensuite étendues :

- *A **Internet** où depuis 1992 il a développé de nombreux sites.*
- *Au **Marketing de réseaux (MLM)** où la création d'un groupe de 8000 Distributeurs l'a hissé au rang des 300 meilleurs leaders mondiaux d'une Société qui en comprend plus d'un million.*
- *A la création d'une **ligne de produits** Cosmétiques & Nutrition de la conception à la commercialisation.*
- *Plus récemment à la création d'un **Guide Gastronomique**, de la conception à la commercialisation.*
- *A présent il se consacre à **l'écriture de livres** commerciaux, au coaching et à la formation dans ses domaines de compétences.*

QUELQUES RÉFÉRENCES

Banque Worms - Bloch Et Job - Boulangeries De Champagne - C.A.B. - C.C.L. - Centrachat - Cheminées René Brisach - Cheminées Lauzin - Climax - Club Des Créateurs D'entreprises - Confort 3000 - Confort General Européen - Crédit Immobilier - Cuirdux - Cuisiland - Cuisine Plus - Cuisines Schmitt - Culifrance - Edf Gdf - Exbrayat - Foot Green Sport - France Telecom - Gerape Asfo - Guilde De La Cuisine - Herbalife - IUT - Macc - Moulins Storione - Mutualité Lorraine - Prisca - Shop Salons - Sibell - Thiébaud Confort - Vamo France - Vogica - Etc. ...

**ANIME DES FORMATIONS Vente, Marketing téléphonique,
Animations, encadrement, Marketing de réseau...**