

Michel REB

Réussir dans la vente aux particuliers

*Les secrets d'un vieux
routard*

Cet ebook a été publié sur www.bookelis.com

© Michel REB, 2019

Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction, intégrale ou partielle réservés pour tous pays.

L'auteur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de cet ebook.

TABLE DES MATIÈRES

Histoire d'un vendeur ordinaire.....

7

Mes premiers pas.....	7
Je commence à trouver ma voie.....	13
Grandeur et décadence.....	19
Changement de casquette.....	25
Je trouve ma voie.....	30
Explosion du chiffre d'affaires.....	33
Réaction en chaîne.....	37
Je me modernise.....	41
Mon concurrent me rapporte des affaires.....	46
30 ans plus tard.....	48

Les secrets d'un vieux routard.....

50

Choisir le bon produit pour le bon client.....	50
Bien connaître son produit et celui des concurrents.....	53
Préparation psychologique.....	54
La préparation physique.....	61
Préparation matérielle.....	64
Sur le terrain.....	64
La conclusion.....	84
Comment surmonter les objections.....	87
Les 5 étapes de la résolution des objections.....	89
Différence entre influencer et manipuler.....	91
Convaincre et persuader.....	93
Comment aborder les interlocuteurs difficiles.....	95
Comment relancer efficacement.....	98
Savoir perdre pour mieux gagner.....	101

Chers Lecteurs,

Après plus de 30 ans de carrière réussie dans la vente aux particuliers, j'ai décidé d'écrire ce modeste ouvrage afin de transmettre aux nouvelles générations le secret de ma réussite.

Ce récit autobiographique a pour objectif de démontrer que la vente n'est pas seulement une affaire de technique, même s'il en faut, mais aussi et surtout de cœur.

J'ai été formé il y a 40 ans aux méthodes traditionnelles de l'époque. Ces méthodes, souvent à la limite de la manipulation mentale, ponctuées de demi-vérités, parfois agressives, étaient en contradiction avec mes valeurs, et il m'était impossible de les appliquer.

C'est la raison pour laquelle j'ai développé d'autres méthodes qui au bout du compte ont été étonnamment productives. En effet, mon taux de transformation de devis en commandes s'est révélé deux fois plus élevé que la moyenne, et ceci en dépit d'une concurrence acharnée.

Depuis bientôt 10 ans, j'enseigne ces méthodes pour le compte différents centres de formation, et mes stagiaires sont unanimes à reconnaître que cette approche de la vente est particulièrement séduisante, non seulement en raison des résultats obtenus, mais aussi de la place de l'éthique au cœur du système.

Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter bonne lecture.

Très Cordialement

Michel Reb

Première partie

Histoire d'un vendeur ordinaire

Mes premiers pas

Mars 1978

Je quitte mon emploi d'aide comptable pour me lancer dans un nouveau métier : la vente.

Je ne me sens pas particulièrement fait pour ce métier, mais poussé par la nécessité de mieux gagner ma vie, je me suis laissé tenter par une annonce qui recherchait des vendeurs: « Débutants acceptés formation assurée + salaire motivant ».

C'est ainsi, que je me retrouve, avec une dizaine d'autres candidats, dans une salle de réunion, où en une journée j'allais être formé pour devenir démarcheur à domicile.

Sur le tableau, notre formateur écrit quelques mots qui provoquent chez moi une très vive émotion :

1ère étape : «Pénétration »

Où suis-je donc tombé ? Au sein d'un commando chargé de s'infiltrer subrepticement en territoire ennemi ? Non, mais il s'agit d'utiliser une ruse pour me retrouver dans l'intimité d'un foyer. Je serai alors en position de force pour accomplir ma mission : vendre un aspirateur.

L'astuce est la suivante: je me présente en tant que représentant de la société X, chargé de la vérification gratuite des appareils de la marque. Le prospect s' imagine alors avoir affaire à un membre du SAV, mandaté par la société X pour effectuer un contrôle de qualité chez ses clients.

Mon interlocuteur est sensé exprimer sa surprise : *"je ne possède aucun appareil de votre marque !"*.

A mon tour de m'étonner, et de laisser lui croire qu'il doit y avoir une erreur d'adresse dans notre fichier client. Qu'à cela ne tienne,

puisque je suis là, je vais gracieusement effectuer le contrôle de ses appareils, même s'ils ne sont pas de notre marque.

Très surpris de cette généreuse proposition, mon futur client m'invite à entrer. La première étape, la "pénétration" est franchie.

Je dois avouer qu'une telle stratégie est très habile. Mais elle est pour moi plutôt choquante. Toutefois, je suis là pour apprendre et non pour débattre sur des questions de conscience. Je verrai plus tard comment je gèrerai le problème.

Je me concentre donc sur l'étape suivante.

2ème étape : "Mise en confiance"

Puisque j'ai proposé un contrôle gratuit, alors contrôlons !

J'examine alors l'aspirateur de mon accueillant interlocuteur, je le branche, vérifie la puissance de l'aspiration en mettant la main au bout du tuyau, et pour finir, je passe l'aspirateur sur morceau de moquette ou sur un canapé en tissu. Après quoi je rassure le client : *"votre appareil fonctionne très bien !* » Puis je poursuis : *« Je vais quand même vous montrer mon appareil »*.

C'est maintenant le moment de passer à la troisième étape.

3ème étape : "Démonstration"

Je déballe mon aspirateur, et après avoir fait admirer son look, sa légèreté, son câble rétractable, sa petite trappe qui permet d'insérer une pastille destinée à parfumer l'air, j'intercale sous le regard intrigué de mon interlocuteur, un petit carré de tissu blanc entre la brosse et le manche.

Je repasse l'aspirateur sur le morceau de moquette précédemment dépoussiéré avec celui du client. Ce dernier est consterné. Le chiffon est noir de poussière. Il en conclut alors que son aspirateur est peu efficace.

En réalité, ce n'est pas forcément le cas. Si j'avais renouvelé l'expérience avec son appareil, j'aurais de nouveau récupéré de la poussière. Mais la validité de l'expérience a peu d'importance. L'essentiel est de convaincre le client que son aspirateur a besoin d'être remplacé.

Mais le moment est venu de me concentrer sur la quatrième étape.

4eme étape : "Présentation du prix"

Je pose la question suivante : *"Sachant qu'un appareil bien moins performant que celui-ci est vendu 700 Francs en magasin, à combien estimez-vous le prix de celui-ci ?"*

Réponse : *« Au moins 900 Francs ? »*

J'annonce la bonne surprise : *« Eh bien non ! Seulement 600 Francs »*