5 idées reçues sur la vente

Fiche outil de l'Indépendant n°1

Propulsez votre activité au niveau supérieur

par www.vendresonsavoirfaire.fr

La **fonction commerciale** a énormément **évolué** durant les dernières décennies. En effet, l'**évolution économique** de ces dernières années a engendré **différents types** de **comportements d'achat** et, par voie de conséquence, de **techniques de ventes**. Tous ces bouleversements ont participé à véhiculer un certain nombre d'**idées reçues** sur « la vente ». Il convient pour tous ceux qui souhaitent **faire progresser leur potentiel commercial** de se défaire de ces croyances qui constituent de véritables freins.

Idée reçue n°1 : La vente est un talent inné

« La vente, on a ça dans le sang ou on l'a pas. »
Bon nombre de personnes portent cette croyance qui entraine 2 comportements différents.
Les premiers gonflés par une confiance absolue en ce talent qui leur aurait été donné à la naissance, ne se préoccupe pas de développer des compétences qu'ils possèdent naturellement. Ces personnes ne laissent pas de place au progrès puisqu'ils vont « reproduire » des « trucs qui marchent » correspondant à la mise en valeur d'un talent qu'ils considèrent comme immuable.
A l'inverse, ceux qui pensent ne pas être doté de ce don de vendeur ne verront pas d'intérêt à s'efforcer à acquérir la moindre compétence.

Il n'y a pas de gêne de la vente. Vendre est un mélange de **savoir-faire** et de **savoir-être**. Même si certaines dispositions personnelles peuvent apporter des facilités, **le talent de commercial se construit par l'apprentissage et l'entraînement** !

Idée reçue n°3 : les vendeurs sont des tchatcheurs

Pour beaucoup, le commercial est un bonimenteur qui parle sans arrêt afin de noyer le client dans le but de le soumettre à son désir.
Heureusement les compétences et le talent de vendeur sont très éloignés du bavardage, du mensonge ou autre stratagèmes de manipulation.

La qualité première d'un bon vendeur est **l'écoute active** ! Comme un médecin qui doit établir un diagnostic, la vendeur doit écouter ce que le client a à dire, poser les bonnes questions pour être sûr de bien comprendre la problématique, et proposer une solution adaptée seulement après s'être assuré auprès de son client qu'il a bien compris ses besoins et enjeux.

Un bon vendeur doit respecter notre morphologie : 2 oreilles et 1 bouche.
Autrement dit, **écouter 2 fois plus que parler !**

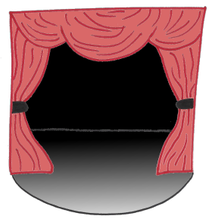
Idée reçue n°2 : La vente ne s'apprend pas

Beaucoup de vendeurs sont à la recherche de « recettes », des « trucs qui marchent".
Or **chaque client est unique**, porté par sa propre personnalité, son contexte, son cadre de référence.
Apprendre à vendre ce n'est pas faire du Copié/Collé.

L'objectif de la formation à la vente est d'apporter à celui qui la suit : une **méthodologie structurée** autour d'une **logique**, une **compréhension des relations humaines**, de **faire le point sur les connaissances requises par son secteur d'activité**.
Vendre est une compétence qui se développe. **Elle requiert** au vendeur une somme considérable d'**efforts personnels**, de **compréhension de soi**, de **son interlocuteur** et **du secteur** dans lequel il évolue (de ses besoins, de son évolution), de **maîtrise d'une offre** (produit, services, conditions de ventes,…) ; **de techniques de communication** et de **négociation**.

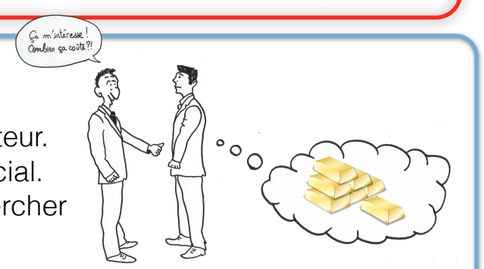
Idée reçue n°4 : Vendre c'est l'art d'improviser ou de tout préparer à l'avance

Dans un cas comme dans l'autre le client n'est pas mis au centre de la démarche. L'improvisateur ne pourra pas poser l'ensemble des questions nécessaires à une compréhension efficace du client par faute de réflexion et de préparation. A l'inverse, il y a celui qui prépare son rendez-vous à outrance et récite un argumentaire figé sur fond de présentation PPT standard.



Dans les deux cas, il n'est pas instauré de dialogue avec son prospect ou client.
Préparer un entretien est indispensable pour savoir quelles questions poser à son client (ce qui lui donnera le sentiment que le vendeur s'intéresse vraiment à lui) mais cela ne doit pas venir empiéter sur **l'écoute du client** qui **constitue l'élément le PLUS important de la vente.**

Idée reçue n°5 : Je suis trop cher



Le vendeur à parfois tendance à se projeter comme étant lui-même l'acheteur.
Faire preuve d'empathie est une qualité indispensable à tout bon commercial.
Cependant même si se mettre à la place du client est nécessaire pour chercher à bien le comprendre, cela ne doit pas intervenir dans la notion du prix.

La notion de prix est propre à chacun et est relative aux enjeux ; à la valeur accordée à la nouveauté, au service, à l'ambiance, à la valorisation apportée au client, etc. ; et à d'autres facteurs subjectifs. Nous avons tous, ne serait-ce qu'une fois, acheté un produit ou un service « cher » pour une des raisons précédentes.

Laisser les exigences d'un prospect ou client nous amener à baisser un prix sans contrepartie discrédite le produit (ou service), l'image de l'entreprise et l'image professionnelle du vendeur.