



Un livre rédigé par un professionnel détaille les bonnes pratiques des professions de la vente

«Un vendeur écoute et ne force pas»

« YVES GENIER

Commerce » Coups de fil intempestifs, démarcheurs trop entreprenants, l'attitude de maints professionnels de la vente crispe le public. Ces moyens sont pourtant moins efficaces que la méthode douce. Celle-ci est détaillée par Milo Bozic, titulaire d'un master de l'Université de Fribourg, praticien dans une compagnie d'assurances et auteur d'un livre récemment publié, «Révélation d'un vendeur à succès».

Quelle est la règle pour être un bon vendeur?

Milo Bozic: Il faut d'abord écouter attentivement les besoins du client ou du prospect, se mettre à la place de l'autre avec empathie. Il faut faire corps avec lui. Plutôt que l'entretien se termine par un vainqueur et un perdant, les deux parties doivent avoir le sentiment de ressortir gagnantes.

Que faut-il écouter chez le prospect ou le client?

Ses attentes, ses besoins, et même ses rêves. On ne peut pas commencer un entretien avec des solutions toutes prêtes.

Que pensez-vous de ces vendeurs un peu insistants dans les foires?

Une foire est par essence une manifestation commerciale. Que des vendeurs se montrent un peu insistants fait partie du jeu. Le vendeur ne doit pas avoir peur: il doit être fier de ses produits.

Et par téléphone?

Le démarchage à froid est interdit depuis un an par un accord de branche. En revanche, un client

existant peut être contacté.

Que pensez-vous des plaintes de personnes frustrées d'avoir été dérangées chez elles?

C'est le cas, en moyenne, d'une ou deux personnes sur cent. Ma philosophie, c'est de rencontrer physiquement le client.

Quelles sont les principales règles qui fonctionnent pour décrocher un rendez-vous par téléphone?

D'abord, il faut prendre son temps et parler lentement pour se présenter et exposer la raison de son appel sans forcer la main. Il faudrait prendre des cours de théâtre!

Quel est l'argument qui l'emporte toujours?

Il n'existe pas de bouton magique. Il faut se montrer très clair, montrer au client ce qu'il obtient pour le prix qu'il paye.

Que faut-il éviter?

Ne pas mettre le pied dans la porte du client, une pratique, du reste, interdite et mauvaise pour l'image du vendeur.

Vous dénoncez aussi le «combat de coq», à savoir la tentation du vendeur de montrer absolument au client qu'il a raison. Pourquoi?

C'est un dérapage que tous les professionnels de la vente sont susceptibles un jour de commettre. Il leur fait perdre le lien avec le client.

Pourquoi déconseillez-vous d'aborder quelque sujet politique, même lointainement, que ce soit?

Cela finit souvent par se retourner contre vous. Récemment, un client, avec qui j'entretenais une excellente relation, a refusé de me parler du jour au lendemain. Je

venais de lui avouer mon origine serbe. Il s'est avéré qu'il était lui-même Albanais. Il faut donc éviter d'exprimer toute opinion, tout «combat de coq».

Comment développez-vous de l'empathie?

Avec l'entregent. Le fait de partager une origine immigrée peut être un atout, sans insister sur les détails.

Un truc de vendeur est de mettre en avant les passions, notamment sportives, du prospect. Où est la limite?

Il faut se mettre en position d'apprendre quelque chose de son interlocuteur et ne pas limiter strictement l'entretien au sujet du rendez-vous. Un bon vendeur doit faire preuve de curiosité et d'ouverture aux autres.

Un bon vendeur doit-il être capable de vendre de la glace à un Eskimo?

Absolument.

La vente est-elle un talent inné?

Je n'y crois pas du tout. La vente est le fait de suivre un fil rouge. Cela se travaille et s'apprend.

La formation de technique de vente est-elle assez poussée en Suisse?

J'ai le sentiment que l'on suit un modèle trop passif en Suisse: le client est sacralisé dans sa position de roi.

N'est-ce pas contradictoire avec l'exigence d'écoute?

Il faut appeler un chat un chat: un vendeur n'est pas un conseiller.

Comment s'élabore une stratégie de vente?

Certains le font du haut vers le bas de la hiérarchie. Une conséquence peut être un service froid, distant, peu à



l'écoute. Je préfère l'inverse: je connais mes clients, j'entretiens les relations.

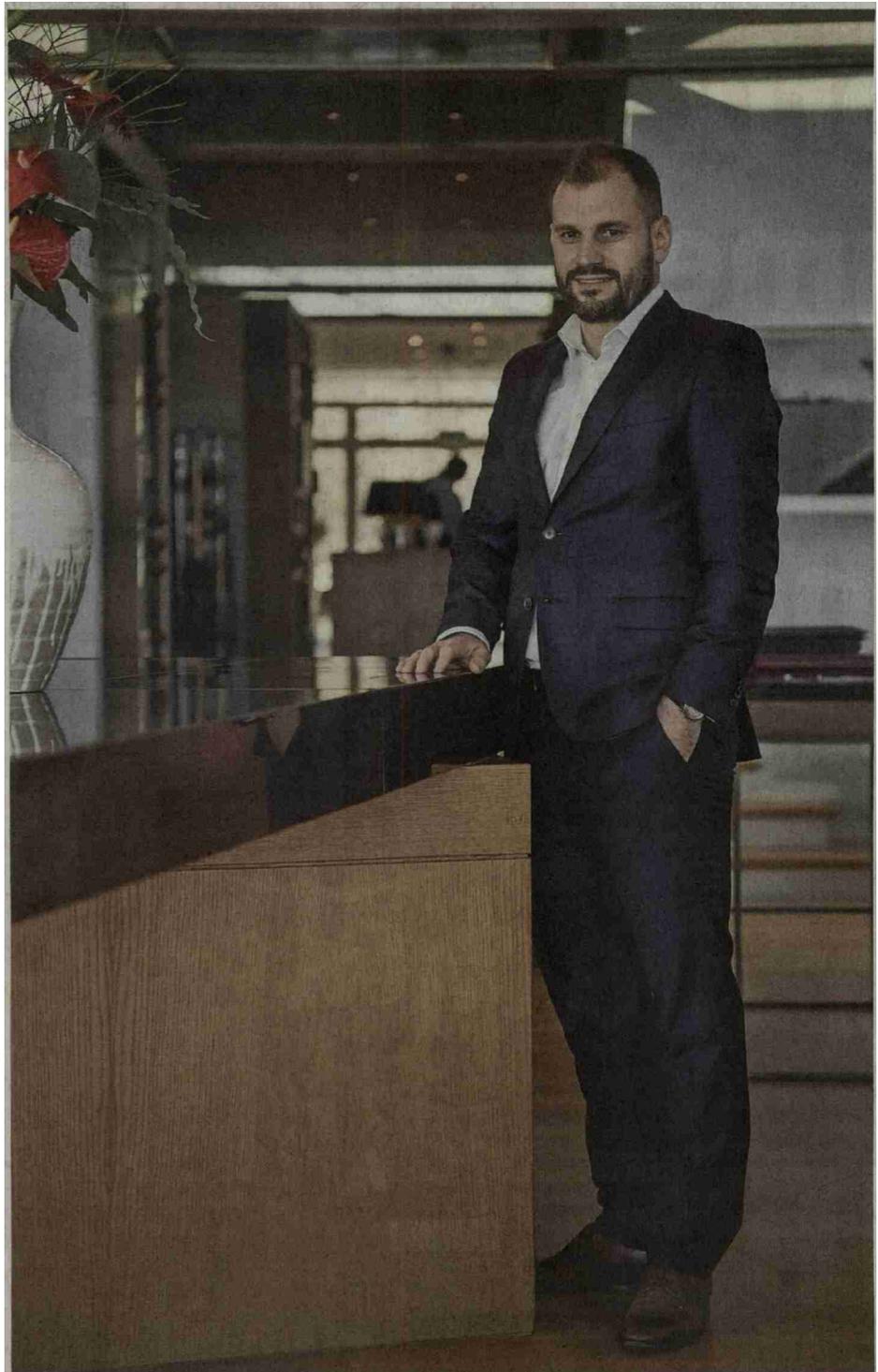
Comment avez-vous gardé vos relations malgré la pandémie?

J'avais la chance d'avoir constitué mon cercle d'affaires avant la pandémie. Le métier s'est certes digitalisé, comme partout. Mais je préfère le bon vieux téléphone, voire le courrier. Il faut s'adapter au client, et non pas le contraire.

Concrètement, comment vous y prenez-vous?

Un truc tout bête: garder les mains libres grâce à l'usage d'oreillettes. Ensuite, écouter, ne pas forcer. »

► **Milo Bozic**, *Révélation d'un vendeur à succès*, Ed. Slatkine, 2021.



Selon Milo Bozic, le bon vendeur doit s'adapter au client et non l'inverse. Arcinfo