

LES FACTEURS DE RÉUSSITE DANS LA VENTE

Qu'est-ce qu'un bon vendeur ? Dans la pratique, les fausses vérités ont parfois la vie dure. On considère souvent, par exemple qu'un bon vendeur doit posséder une personnalité extravertie et disposer de connaissances spécifiques. Possible – mais aucune étude ne le confirme...

Branche : Prestataire de services financiers – Recrutement et développement du personnel

Problématique client

Notre client devant faire face à une forte fluctuation en termes de personnel, il s'est intéressé aux facteurs susceptibles de l'aider à identifier les vendeurs les plus performants lors du recrutement. Ces facteurs devaient en outre servir de base à sa politique de développement du personnel.

Théorie

Les métiers de la vente figurent au nombre des professions où l'on observe les plus grands écarts au niveau des performances.¹ La plupart du temps, ces disparités dans les résultats sont directement liées aux différences de personnalité des vendeurs.² L'identification du profil psychologique des vendeurs revêt en outre une importance majeure, car elle sert de base aux mesures de formation et d'encadrement personnalisés, lesquelles se révèlent les plus efficaces.³

Afin de résoudre la problématique client de départ, effex sa a été chargée de définir les qualités spécifiques que devaient posséder les vendeurs en vue de contribuer activement au succès de l'entreprise.

Mise en œuvre pratique

Les données ont en premier lieu été recueillies au moyen d'un questionnaire standard, soumis par écrit, lequel portait sur les différentes caractéristiques liées à la personnalité et identifiées comme facteurs potentiels de succès selon diverses études scientifiques. Près de 400

¹ Hunter, J. E., Schmidt, F. L., & Judiesch, M. K. (1990). Individual differences of alternative predictors of job performance. *Psychological Bulletin*, 96, 72-98; Schuler, H. (2000). *Psychologische Personalauswahl* (3. Aufl.) Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie.

² McManus, M. A., & Kelly, M. L. (1999). Personality measures and biodata: Evidence regarding their incremental predictive value. *Personnel Psychology*, 52, 137-148; Neuman, G. A., & Kickul, J. R. (1998). Organizational citizenship behaviors: Achievement orientation and personality. *Journal of Business and Psychology*, 13, 263-279.

³ Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26; Nerdinger, F. W. (2001). *Psychologie des persönlichen Verkaufs*. München: Oldenbourg.

ÉTUDE DE CAS
CHANGER LES COMPORTEMENTS - QUE FAIRE

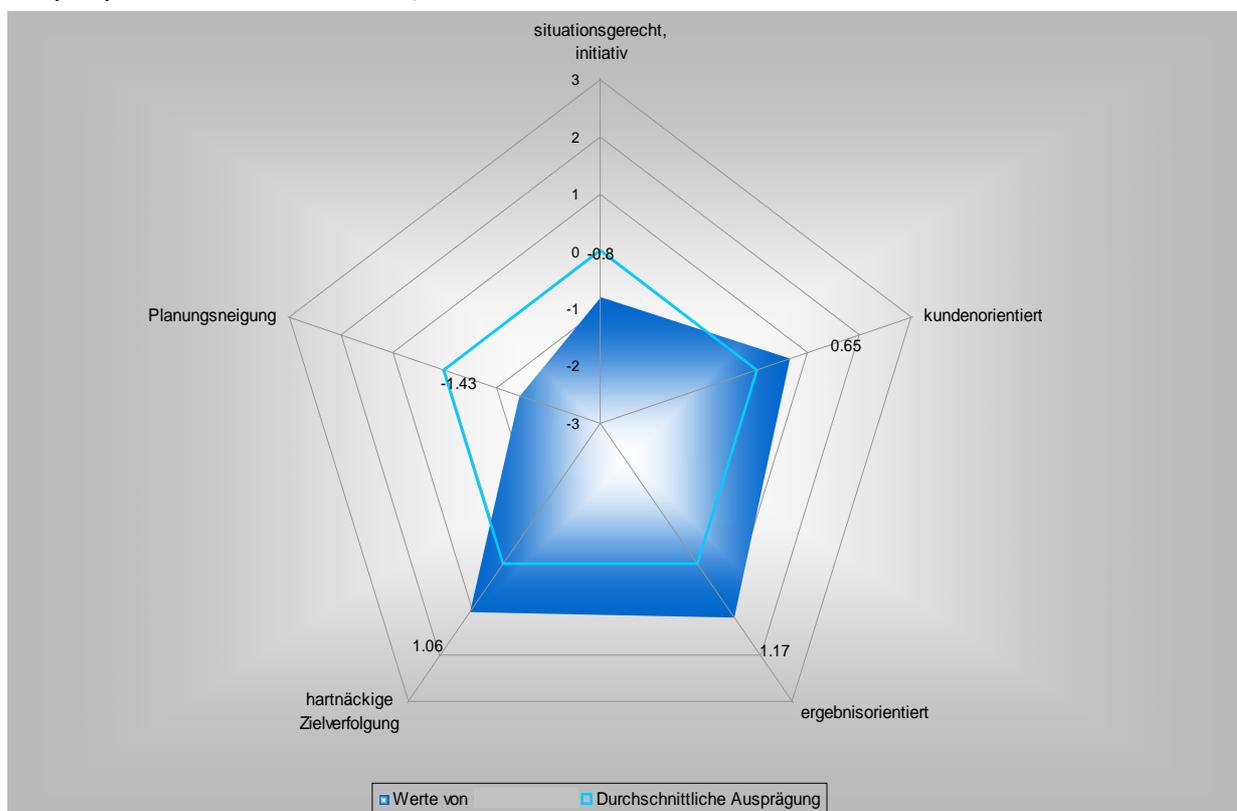
vendeurs en poste dans l'entreprise concernée ont participé à l'enquête. L'évaluation de leurs réponses avait pour but d'identifier, sous l'angle statistique, les interdépendances significatives entre les succès rencontrés par les collaborateurs de la vente et leurs qualités personnelles.

Résultats

Les résultats de cette enquête ont permis de déterminer le profil type du vendeur performant pour l'entreprise concernée, laquelle a dès lors pu l'utiliser comme critère de sélection (cf. graphique) en toute connaissance de cause. Grâce à l'établissement de profils spécifiques de collaborateurs, l'entreprise bénéficie par ailleurs d'une base de données très utile, à partir de laquelle elle peut désormais élaborer des mesures de formations ou d'encadrement personnalisés d'autant plus efficaces. Cette expérience montre encore une fois que le succès en matière de vente n'est en aucun cas, contrairement à ce que de nombreux conseillers voudraient croire, le produit de formules miracles ou de recettes toute faites.

Extrait d'un exemple de feed-back

Graphique : Profil de Monsieur / Madame XY



Agir en fonction de la situation et prendre des initiatives

Définition : Les vendeurs qui savent s'adapter à chaque situation et qui sont capables de prendre les initiatives en conséquence apprécient les tâches exigeantes et les situations nouvelles qui mettent leur imagination à l'épreuve. Ils recherchent le contact avec le client, qu'ils voient comme une opportunité d'améliorer leurs techniques de vente, sans que les éventuelles erreurs commises ne réussissent à les freiner dans leur élan.

Evaluation de Monsieur / Madame XY : inférieure à la moyenne (-0.8) (cf. graphique p. 2)

Recommandation : Visez la diversification de vos stratégies de vente, en testant de nouvelles techniques. Cherchez sciemment à vous confronter à de nouvelles situations. Pour vous préparer à un entretien de vente, vous pouvez par exemple accompagner d'autres collègues, afin d'observer leurs techniques dans une situation similaire. Demandez-vous toujours en quoi tel ou tel client est différent d'un autre client, adaptez votre comportement à chacun, tout en souplesse. N'oubliez jamais que le client est le seul à détenir toutes les informations le concernant. Évaluez systématiquement le succès des différentes techniques employées. A cet effet, demandez le feed-back de l'un de vos collègues ou supérieurs hiérarchiques. Ne considérez pas les éventuels échecs comme des défaites personnelles, mais bien plutôt comme des chances de vous améliorer. Restez concentrés sur les aspects sur lesquels vous pouvez influencer. Ne perdez pas votre temps en vous tracassant pour une situation ne relevant pas de vos compétences.

Répondre avant tout aux attentes du client

Définition : Par leur comportement, les vendeurs dont la priorité est de répondre aux attentes de leurs clients accroissent la satisfaction de ses derniers à long terme, parfois au détriment des ventes actuelles. Ils aident par ailleurs leurs clients à définir leurs besoins et recherchent la solution la plus adéquate à leurs problèmes.

Evaluation de Monsieur / Madame XY : supérieure à la moyenne (0.65)

[...]