

COMPÉTENCE

Organiser la vente
à domicileRetrouvez toutes les compétences
en intégralité

Face au succès grandissant de la vente à domicile, Coralie envisage de recruter des ambassadrices pour ses bijoux. Elle souhaiterait que vous lui présentiez la marche à suivre pour se lancer dans ce type de distribution.

Travail à faire : *En vous aidant du document 1, répondez aux questions ci-dessous.*

- 1) Présentez les caractéristiques techniques et juridiques de la vente directe.
- 2) Identifiez les modes de recrutement des ambassadrices.

Document 1

La vente directe

La vente directe est caractérisée par la présence physique effective d'un consommateur et d'un vendeur hors d'un magasin.

Le vendeur fournit au consommateur un service de présentation et d'explication des produits, il explicite l'offre commerciale, il établit le bon de commande daté et signé par le consommateur.

La vente individuelle

C'est une vente qui se déroule le plus souvent au domicile du client. Le vendeur propose des produits qui peuvent être d'un certain niveau de prix, accompagné alors d'une offre de crédit. Cette forme de commercialisation est la plus ancienne, mais elle a évolué en utilisant les outils modernes du marketing, coupons-réponses, prises de rendez-vous par téléphone, utilisation des technologies de l'information et de la communication, présentation des produits par catalogues.

La vente en réunion

Conçue aux États-Unis avant la dernière guerre et présente en Europe depuis les années 1960, la vente en réunion est devenue très populaire en France, où elle se développe énormément avec une forte diversification des produits offerte par ce canal de vente. Des entreprises de plus en plus nombreuses, qui souhaitent se démarquer des réseaux classiques de distribution, optent pour ce canal de distribution original.

La vente en réunion consiste, sous la responsabilité du vendeur et d'une hôtesse qui assurent l'organisation matérielle de la réunion au domicile de cette dernière, à présenter à ses ami(e)s une gamme de produits. Elle permet de tester et valoriser les produits, parfois dans le cadre d'ateliers.

Une large gamme de produits est diffusée : vêtements et lingerie, cosmétiques, bijoux, produits bios, équipements ménagers, concepts de décoration, produits culturels... La qualité des produits et du service client ainsi que la convivialité de l'organisation sont des éléments clés de la réussite commerciale du vendeur et de l'entreprise.

La vente en réunion permet aussi au vendeur de faire efficacement fonctionner le bouche-à-oreille pour organiser d'autres réunions, et étoffer ainsi son réseau de clients et d'hôtesse.

La vente directe, c'est aussi des statuts variés et adaptés pour les vendeurs, qu'ils soient salariés ou indépendants.

Si les vendeurs à domicile sont salariés, ils disposent d'un contrat de travail. Les salaires sont calculés en fonction des commissions perçues sur les ventes réalisées qui incluent les frais professionnels. La couverture sociale est celle d'un salarié.

La force de vente est constituée par des vendeurs exclusifs ayant des contrats de VRP ou des représentants non statutaires. Exerçant leur activité à temps partiel ou à temps complet, ces vendeurs sont de véritables professionnels formés et dirigés par un encadrement soucieux de leur compétence et de la qualité des relations humaines dans l'entreprise.

Si les vendeurs à domicile sont indépendants, ils disposent d'un contrat de distribution avec l'entreprise. L'activité peut être exercée à titre habituel ou permanent par des personnes disposant d'un Registre Professionnel (Registre Spécial des Agents Commerciaux ou Registre du Commerce et des Sociétés) ou à titre occasionnel grâce au statut du Vendeur à Domicile Indépendant (VDI) acheteur-revendeur ou mandataire.

Source : <http://www.fvd.fr>

Document 2

Comment recruter des ambassadrices et des ambassadeurs

Le bouche-à-oreille est devenu un outil promotionnel redoutable, plébiscité par les marques et les consommateurs. Face à une information de plus en plus vélocité, la question de la confiance est devenue encore plus cruciale. Lorsqu'une amie ou un collègue vous recommande un produit, un service ou un événement, vous serez plus disposé à lui tendre l'oreille que si cette information vous était transmise par les médias traditionnels.

Il y a plusieurs façons de générer ce type de promotion mais la façon la plus simple est de faire appel à des ambassadrices et à des ambassadeurs qui peuvent répandre la bonne nouvelle à votre propos auprès de leurs réseaux respectifs.

Faire du bouche-à-oreille un véritable outil de développement de votre activité nécessite cependant une démarche structurée et réfléchie :

1. **identifiez vos ambassadrices et vos ambassadeurs** : repérez et énumérez les gens qui vous manifestent une grande affection, un véritable intérêt. Vous les reconnaîtrez à leur fidélité, aux commentaires qu'ils vous adressent de vive voix ou en ligne. Puis, classez-les selon leur niveau d'influence : quelles sont les personnes les plus actives sur les réseaux sociaux, les plus engagées auprès d'autres organismes actifs dans la communauté, lesquelles occupent des fonctions qui leur permettent d'interagir auprès des clientèles que vous visez, etc. ;
2. **recrutez une variété d'ambassadrices et d'ambassadeurs** : ces personnes devraient être représentatives de vos clientèles acquises et visées. Regroupez-les selon les clientèles que vous courtisez. Traitez vos ambassadrices et vos ambassadeurs aux petits oignons ! Partagez des informations exclusives avec eux. Conviez-les à des événements qui confirmeront leur statut privilégié ;
3. **animez et organisez vos ambassadrices et vos ambassadeurs** : communiquez avec eux régulièrement. Partagez les informations que vous aimeriez qu'ils diffusent dans leur entourage. Donnez-leur les outils pour y parvenir (ex. une infolettre, une invitation, une capsule vidéo, un outil imprimé à distribuer). Répondez à leurs questions, à leurs suggestions et à leurs commentaires. N'oubliez pas que ces personnes deviennent vos porte-paroles. Donc, ouverture, franchise et générosité sont vos mots d'ordre à leur égard.

Source : extrait de <http://developpezvotreauditoire.com/2015/05/25/comment-recruter-des-ambassadrices-et-des-ambassadeurs/>