



FICHE SAVOIR Marketing

Prospecter et organiser des réunions de vente directe

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



5 bases à respecter

1. L'organisation

60 % des VDI sont à temps partiel ou en pluriactivité. Il faut donc organiser son agenda sur les différentes actions à mener pour développer son chiffre d'affaires, à travers une clientèle.

Aujourd'hui, trop de conseillers manquent de visibilité sur leur propre organisation de travail, se consacrent à la vente directe quand ils ont un peu de temps libre – et cette désorganisation les pénalise d'emblée. Ce n'est pas parce qu'on est indépendant que l'on ne doit pas avoir une discipline et un programme précis.

2. La prospection commerciale

Le VDI doit apprendre à utiliser des moyens de prospection permettant de toucher aussi bien ses proches que ses relations « froides » – comme les médias sociaux, les blogs, ou encore les relations avec les commerçants de sa commune. Dans le cas particulier de la vente par réunion, les conseillers en vente directe doivent rechercher, avant les clients, des hôtes qui seront des influenceurs et des prescripteurs de leur offre, qui testeront les produits et qui en parleront autour d'eux en échange, dans leurs propres réseaux.

3. La préparation des ventes

Un rendez-vous de vente à domicile se prépare. Que l'on rencontre son prospect seul ou dans le cadre d'une vente par réunion, il faut avoir à l'esprit, au moment de faire la promotion des produits que l'on souhaite vendre, qu'il faut avoir défini au préalable ceux que l'on souhaite vraiment vendre, afin d'éviter un déballage de produits sans cohérence, et de disperser son argumentation de vente. En outre, le VDI devra apprendre à préparer son argumentaire, les réponses aux objections des clients, et imaginer un scénario à travers lequel il fera en sorte que les gens s'amuse et passent un moment agréable.

4. La vente

Il faut trouver les bons arguments qui vont inciter le client à adopter le produit, à penser qu'il est fait pour lui et qu'il améliorera son quotidien.

5. Le suivi client

Le conseiller en vente directe devra apprendre à prendre des nouvelles de ses clients régulièrement, même quand ces derniers n'ont pas acheté. Ils seront toujours susceptibles de le mettre en relation avec de nouvelles personnes.