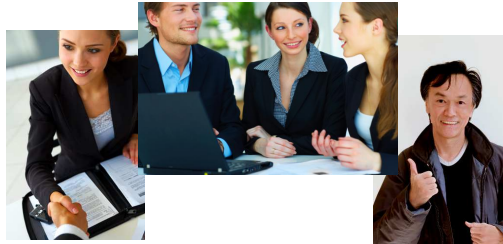


Commercial, vendeur : de sacrés métiers d'avenir !



Publié sur LinkedIn le 26/02/21 par Jean-Marc Gandy, auteur d'ouvrages pratiques pour les entreprises et gérant de Novasun

Un constat surprenant (ou pas)...

- Saviez-vous que les entreprises françaises recherchent en permanence **150 000 commerciaux et vendeurs** ? (source : DARES, organisme dépendant du ministère du Travail).
- Saviez-vous que de nombreuses entreprises **stoppent leur développement faute de trouver des candidats** motivés par les fonctions de vente ?
- Saviez-vous que la pénurie touche absolument **tous les métiers de la vente** ? Un exemple : la pénurie est telle que la Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie a réalisé une vaste campagne s'appuyant sur une vidéo YouTube : "Devenez vendeuse/vendeur en boulangerie".
- Saviez-vous que les salaires des commerciaux sont ceux qui ont le plus progressé sur la période 2015-2020 ? Saviez-vous également que les cadres commerciaux et technico-commerciaux **sont en 4^{ème} position sur les 10 professions aux salaires les plus élevés en France** (source : Observatoire des Inégalités) ?
- Saviez-vous que la pénurie record est enregistrée **sur le métier d'agent commercial indépendant**, dont certains gagnent (au prix de nombreuses heures de travail et d'années d'expérience) plus que de beaucoup de chefs d'entreprise ? *Et, pire que tout... en s'éclatant dans leur job !*

Qu'est-ce que cela cache ? Pourquoi donc un tel désamour pour la vente ?

- Les métiers de la vente sont hélas assimilés au "porte-à-porte", au harcèlement, à la manipulation, au baratin... Etre commercial c'est devenir **une sorte de Jean-Claude Convent, le "héros" de la célèbre série télévisée Caméra Café** ! Alors que, dans la durée, il apparaît clairement que les meilleurs commerciaux sont des personnes qui respectent profondément leurs clients. **Compétence, écoute, vrai conseil, honnêteté** sont les valeurs qui font la force des vrais professionnels de la vente (les autres démissionneront très vite...)
- Le marketing est valorisé à l'excès. Pour beaucoup de jeunes (et de moins jeunes), **le marketing c'est "noble" et la vente c'est "sale"**. *Si, si j'exagère à peine !* Problème : les enquêtes montrent qu'on recrute bien plus dans la vente que dans le marketing. Le rapport est au minimum de 1 à 10, voire de 1 à 30 pour certaines enquêtes.

De plus, nombre de postes "marketing" **sont peu rémunérés**, emploient de jeunes diplômés qui vont se succéder de CDD en CDD sans grandes perspectives d'évolution professionnelle.

La tendance qui se manifeste est maintenant à **plutôt confier des responsabilités, y compris dans le marketing, à des personnes ayant d'abord une bonne expérience de la vente**. Des personnes qui savent vraiment ce qu'est un client en chair et en os.

- Beaucoup d'entreprises, notamment les plus grandes, **ont vécu une désillusion en espérant que le digital allait se substituer au moins en partie aux vendeurs et au commerciaux**. Prenons l'exemple du "social selling". Pratiquement aucune entreprise ayant réellement investi sur les réseaux sociaux est aujourd'hui capable d'évaluer les retours directs et indirects en termes de chiffre d'affaires. La majorité de ces entreprises se repositionnent en ce moment **sur la création ou sur la remise en route d'une vraie force de vente**.

- Bien évidemment, nombre d'annonces passées par des entreprises qui recrutent **sont à fuir comme la peste !** Disons que cela représente environ 25 % des annonces publiées, avec de fortes disparités d'un secteur à l'autre.

Ces annonces concernent des postes **qui présentent l'une ou l'autre des caractéristiques suivantes** : activité et contexte de de travail expliqués de manière floue et opaque, incitation à ne pas choisir le statut salarié (pourtant évoqué dans l'annonce), démarrage avec un prétendu stage, méthodes de vente agressives et/ou visant à exploiter le réseau familial du candidat et/ou basées sur du porte-à-porte, objectifs irréalistes fixés, management à la pression et/ou irrespectueux, promesses mirobolantes mais salaire de misère...

Je vous fais peur ? Vous ne devriez pas... Si vous êtes un candidat commercial averti (et motivé), **alors il y aura de grandes chances que vous trouviez votre bonheur parmi les 75 % d'annonces restantes**. Et je ne compte pas ici les candidatures spontanées.

La vente n'est pas faite pour vous ? En êtes-vous si sûr ?

Démystifions encore un peu métier de commercial, qui présente une multitude de réalités, de la vente en boutique jusqu'à la vente en milieu industriel, de la vente de fromages bio sur les marchés jusqu'à la vente de parcs d'éoliennes maritimes, de la vente en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) jusqu'à la vente de maroquinerie de luxe... Tordons le cou à certaines idées reçues.

- **Les contraintes sont énormes partout et dans tous les métiers de la vente : pression maximum, disponibilité permanente... NON PAS FORCÉMENT !**

Et heureusement car, avec les aspirations de plus en plus grandes de tous à une vie équilibrée entre le travail, la vie de famille, les loisirs, il n'y aurait carrément plus de commerciaux et de vendeurs.

- **Vendre ne s'apprend pas, c'est une qualité innée... FAUX DANS LA MAJORITÉ DES CAS !**

Beaucoup de commerciaux et vendeurs n'étaient absolument pas "nés pour vendre" mais se sont retrouvés, pour des raisons variées, dans des fonctions commerciales. Vendre implique incontestablement une certaine ouverture d'esprit mais de nombreuses techniques s'apprennent au travers de l'expérience ou de formations "terrain". A titre personnel, **j'observe souvent que les commerciaux et vendeurs les plus efficaces viennent souvent d'autres horizons**, techniques, administratifs (mais oui !) ou autres.

- Pour être bon vendeur, il faut être extraverti, savoir se mettre en avant... GÉNÉRALEMENT FAUX !

Les vendeurs les plus efficaces **sont rarement ceux qui se mettent le plus en avant**. Dans de nombreuses situations, le vendeur "grande gueule" va se discréditer rapidement parce qu'il n'inspirera pas confiance.

- Un bon vendeur peut vendre n'importe quel produit ou service... RAREMENT VRAI !

La plupart des commerciaux et vendeurs seront beaucoup moins à l'aise dans certaines formes de vente. Ainsi de très nombreux commerciaux confirmés seraient pourtant incapables de vendre en réunion à domicile auprès des particuliers... De même, une vendeuse efficace dans la vente en réunion à domicile se retrouvera certainement en difficulté face à un acheteur industriel.

Et puis, une vérité élémentaire : généralement on ne vendra bien qu'un produit ou un service auquel on croit soi-même, le plus souvent un produit ou un service de qualité et qui sort au moins un peu du lot... *Le tout avec une entreprise honnête qui respecte ses clients.*

- Les vendeurs, tous les mêmes : que du baratin... FAUX !

Les métiers de la vente, ainsi que les pratiques commerciales, sont très diversifiés. Malheureusement, on assimile trop souvent les métiers de la vente au stéréotype du commercial en costume-cravate ou de la commerciale "fashionista", au sourire éclatant, qui a réponse à tout et qui nous "met la pression"... Bien sûr ce profil commercial existe mais de tels vendeurs (vendeuses) avouent rencontrer de plus en plus de difficultés à convaincre des clients devenus moins naïfs, moins influençables.

Ajoutons, pour nos lecteurs avertis, que la vente intelligente, respectueuse et efficace n'est surtout pas l'apprentissage par cœur de "méthodes" stéréotypées mais un peu simplistes et dépassées de type AIDA ou SONCAS (argumentaire) et autres acronymes de même acabit. *Là, je sens que je vais me faire incendier...*

En conclusion...

- Le commercial, le vendeur est en réalité **un maillon absolument irremplaçable** pour donner des informations fiables personnalisées, pour aider le client de faire le bon choix.

- Le commercial, le vendeur est donc d'abord et avant tout **un apporteur de solutions**.

- Les entreprises recrutent et vont recruter beaucoup de commerciaux et de vendeurs, **alors si le cœur vous en dit...**