

Les « maudits » vendeurs !



Par Marco Roy, coach d'affaires
à Étape 21, transformez vos défis en succès
Membre de l'International Coach
Federation (ICF) |

Ah ! Les fournisseurs, les représentants, les vendeurs, les commis-voyageurs... Pourquoi ne retournent-ils pas mes appels aussi vite que je le désire ? Pourquoi est-ce souvent si compliqué ? Pourquoi ai-je souvent l'impression qu'ils ont le gros bout du bâton ?

Avez-vous déjà eu cette réaction ? Essayons de voir ensemble quelles sont les responsabilités et motivations de chacun, soit celles de l'opticien, puis celles du représentant, vendeur ou fournisseur, question de mieux comprendre les réalités de chacun.

OBJECTIFS

Les objectifs et obligations de l'opticien et/ou du responsable des achats :

- Faire les achats nécessaires pour servir les clients;
- Gérer l'inventaire pour garder un équilibre entre les ventes et les achats;
- Offrir aux consommateurs les services de garantie, de réparation et d'ajustement;
- Répondre adéquatement et dans les plus brefs délais à ses clients;
- Faire les meilleurs choix possibles pour avoir les meilleurs escomptes possibles;
- Écouler l'inventaire et éviter les retours de marchandises;
- Avoir un seuil de rentabilité acceptable.

Les objectifs et obligations du représentant, vendeur ou fournisseur :

- Vendre au plus grand nombre de clients possible;
- Prendre le plus d'espace possible dans le bureau de l'opticien;
- Reprendre le moins de produits possible;
- Respecter les demandes de ses supérieurs et/ou des manufacturiers;
- Répondre aux demandes et messages téléphoniques de ses clients;
- Rendre visite à ses clients à leur place d'affaires;
- Avoir un revenu convenable tout en assumant les dépenses liées à son travail.

DÉFIS

Les défis quotidiens de l'opticien :

- Clients insatisfaits en raison d'un retard, de leur choix ou d'un inconfort;
- Rupture d'inventaire;
- Bris de lunettes;
- Recherche de personnel dévoué;
- Produits discontinués ou garantie expirée;
- Attente d'un retour d'appel d'un fournisseur;
- Rencontre de fournisseurs tout en servant ses clients;
- Clients qui ne se présentent pas à un rendez-vous;
- La concurrence en termes de prix, de choix, de disponibilités et de produits.

Les défis du représentant, vendeur ou fournisseur :

- L'annulation d'un rendez-vous;
- Les déplacements routiers;
- Le peu de temps que ses clients lui accordent;
- Les dérangements lors d'une rencontre;
- Le grand nombre de représentants et fournisseurs de la concurrence;
- La gestion des retours d'appels durant les heures ouvrables;
- Les ruptures de stock et les produits discontinués;
- La comparaison avec la concurrence;
- Les demandes exagérées de clients;
- Les retours et crédits;
- La prise de rendez-vous;
- Les visites de courtoisie.



Comme vous pouvez le remarquer, il y a beaucoup de points en commun entre les deux professions, tant du côté des obligations que des défis à relever. Je crois sincèrement que la base pour créer une réelle relation de confiance est de comprendre les réalités de chaque profession. Une relation saine et de confiance avec votre représentant et/ou fournisseur est primordiale pour votre entreprise. Pendant longtemps, les opticiens ont cru que ces efforts de développement des relations étaient imputables aux fournisseurs et/ou aux représentants. Plusieurs comprennent désormais qu'ils avaient tort de penser de la sorte.

Pour illustrer mon propos, je vous raconte ici la relation que j'avais avec un client et ce qui en a découlé. Un client que je servais depuis quelques années me fit venir à son bureau un 15 décembre. Je lui demande quelles collections il voulait voir et il me dit: «Aucune, j'aimerais simplement te parler!» Je ne me pose pas de questions et je me rends à son bureau. Il m'accueille dans la salle de conférence et me remet une magnifique sérigraphie et me dit: «C'est simplement pour te remercier de ton excellent service.» Je ne comprenais rien. Un client qui m'offre un cadeau? Est-ce que cela ne devrait pas être le contraire? Je le remercie chaleureusement et en partant, il me lance: «N'oublie-pas, notre party d'employés est le 16 janvier.» J'ai alors conclu qu'il voulait des cadeaux pour cette soirée. Mais il poursuit en me disant: «Tu seras des nôtres j'espère, on veut te voir!» Je comprenais de moins en moins. Puis, l'été suivant, il a organisé une activité chez lui pour certains représentants et fournisseurs. J'ai évidemment accepté l'invitation. Et ainsi de suite, pendant plusieurs années.

À chaque fois que je me présentais pour faire les achats à son bureau, il venait toujours me saluer et me parler de ce qui se passait dans son entreprise. La personne responsable des achats prenait le temps de prendre de mes nouvelles, des nouvelles de l'entreprise et me consultait pour ses choix. Imaginez mon attitude quand ce client m'appelait pour un service, une garantie, ou encore pour discuter d'un escompte ou pour trouver une solution à un problème. Ce client n'était pas seulement un client, il était pour moi un partenaire et un allié. Nous avons développé un respect mutuel. Nous étions engagés l'un envers l'autre. Un respect réciproque et un désir profond de réussite mutuel s'étaient installés entre nous. Imaginez la publicité gratuite, le service «5 étoiles» et les avantages qu'il pouvait en découler de part et d'autre.

La responsabilité dans une relation opticien-fournisseur est mutuelle et ne devrait jamais être prise pour acquis. Comme dans un bon vieux couple, l'honnêteté, le dialogue, la discussion et la compréhension des défis et objectifs communs devraient primer. ■

«Je crois sincèrement que la base pour créer une réelle relation de confiance est de comprendre les réalités de chacun.»



Marco Roy est coach entrepreneurial, stimulateur d'idées et de concepts innovateurs. Il a fait plus de 12 000 visites de bureaux d'optique depuis les 15 dernières années. Il accompagne les entrepreneurs dans leurs défis, les amène à être de meilleurs leaders et les aide à créer des entreprises uniques. Il est également chroniqueur radio et entrepreneur. etape21.com 418 977-9555