

Le formateur, un maillon indispensable

Poste clé au sein d'une entreprise de vente directe, le formateur est celui qui va familiariser les jeunes vendeurs avec le métier mais aussi faire progresser les plus expérimentés. Un maillon bien souvent essentiel au bon fonctionnement d'une société.

Si certains profils font dès le départ preuve de facilités quant au métier de distributeur, la vente directe n'est pourtant pas innée, et le métier s'apprend. Techniques de commercialisation, familiarisation avec les bons de commande et les produits (gammes, origines, utilisations...), argumentaire de vente,

pas compétent, c'est tout un réseau qui peut s'en retrouver gangrené, jusqu'à mettre en péril la survie de la société. C'est pourquoi ce poste joue un rôle primordial et qu'il doit être parfaitement maîtrisé. *"Il y a un vrai risque de perdition en termes de qualité de l'information transmise depuis le haut jusqu'au bas du réseau"*, rapporte en effet Pascal Desiere, formateur chez HomeSuccès (société de formation en vente directe). Afin que le savoir-faire mais aussi le savoir-être soient dispensés correctement, le formateur, s'il ne s'agit pas du chef d'entreprise, doit avoir un rôle bien défini tant son champ d'action est vaste. *"Le formateur doit dispenser des modules de base au VDI concernant des thématiques comme l'argumentaire de vente, la manière dont un bon de commande doit être rempli, mais aussi d'autres plus avancés lorsqu'il s'agit d'un perfectionnement"*, explique Marie Bonraisin, responsable de formation support et vente du réseau Thermomix. C'est pourquoi elle ajoute : *"Nos formateurs sont des personnes qui continuent toujours la vente en parallèle, car c'est par leur vécu et par leur expérience qu'ils transmettent les bonnes méthodes"*. C'est également un avis partagé par Pascal Desiere, pour qui il serait une erreur de dispenser uniquement un discours préétabli,

"Il faut avoir vécu la vente directe pour pouvoir en parler."

prise de parole en public, organisation... sont autant de compétences que le vendeur débutant devra acquérir par une formation. Mais cette dernière est aussi l'occasion pour d'autres, plus expérimentés, de revoir et de consolider leurs bases. La formation est souvent dispensée par le chef d'entreprise en personne, un des membres de la direction, ou, dans le cas de sociétés plus importantes, par des formateurs recrutés à cet effet.

UN MÉTIER DE RESPONSABILITÉS

Comme c'est le cas dans chaque entreprise, si le formateur n'est



sans en connaître parfaitement les tenants et les aboutissants. *"Il faut avoir vécu la vente directe pour pouvoir en parler. Lorsque l'on a pratiqué un métier, alors seulement on peut l'expliquer correctement, sinon on court à l'échec, c'est évident. Pour être parfaitement compétent, il faut selon moi avoir une certaine expérience de la profession, ce n'est pas en six ou sept mois que l'on sait tout du métier de vendeur"*. C'est pourquoi bien souvent, les formateurs ont commencé en tant que VDI au sein de leur société ou d'une autre, et ont gravi les échelons petit à petit. *"Très souvent nos formateurs ont été VDI ou VRP dans le passé. Cependant, il nous arrive également de faire appel à des profils extérieurs, plus axés sur le management. Ces derniers sont, pour beaucoup, issus de la grande dis-*



“L’ouverture d’esprit est primordiale tant les personnalités des vendeurs sont différentes.”

GÉRARD VONTHON, RESPONSABLE DE LA FORMATION DE LA SOCIÉTÉ DE VENTE DIRECTE SPCL (CULTURE ET LOISIRS) :

“Le formateur a un vrai rôle d’accompagnement sur le terrain. Ce sont souvent des personnes qui ont été promues en interne. Ils étaient délégués commerciaux, puis responsables des ventes, responsables des ventes experts, etc. Plus on monte, plus on a l’expérience nécessaire à ce rôle. Il est indispensable pour un formateur de faire preuve d’une grande écoute, d’être disponible pour ses équipes, mais sa profession lui confère aussi un devoir d’exemplarité que ce soit en termes de production ou de qualité du travail. Enfin, c’est quelqu’un qui doit user d’empathie s’il veut réussir dans sa mission”.

tribution”, confie la responsable formation support et vente de Thermomix.

ÉCOUTE ET ADAPTATION

Le métier de formateur en vente directe nécessite d’avoir une certaine expérience à son actif afin de connaître toutes les ficelles du métier, mais également de posséder des qualités indispensables à la bonne transmission du message qu’il délivre. *“L’ouverture d’esprit est primordiale tant les personnalités des vendeurs sont différentes. Il faut également être à l’écoute de son équipe et de ses besoins. Et surtout, il faut montrer l’exemple, et cela commence par être à l’aise. Lorsque le formateur dispense son savoir aux distributeurs, c’est une prise de parole en public, il doit bien gérer cela. Cela lui permet aussi d’asseoir son posi-*

*tionnement en tant que manager”, affirme Marie Bonraisin. Comme le dit l’adage, l’exemple vient d’en haut. Pour Pascal Desiere, la première qualité dont doit faire preuve un formateur est d’être un praticien avec une grande expérience, et donc issu du terrain. Puis il ajoute : *“Dans ce métier, l’écoute tient une très grande place. Elle permet de savoir pour quels besoins vous êtes sollicité, quels sont les points à améliorer. Cela me semble indispensable si l’on veut qu’une entreprise puisse durer. Trop souvent, des sociétés peinent à conserver leurs recrues si ces dernières ne se sentent pas correctement formées et accompagnées. C’est pourtant un facteur essentiel de réussite. Il faut pouvoir s’adapter, car tous les vendeurs ne se ressemblent pas, c’est aussi en cela que c’est très intéressant”.**

Le métier de formateur en vente directe joue un rôle prépondérant puisqu’il contribue à effectuer un développement sain et intelligent. La particularité de ce mode de distribution est qu’il implique que le formateur transmette ses connaissances et son savoir jusqu’à ce que le vendeur arrive à son niveau et puisse lui aussi faire éventuellement profiter les jeunes recrues de son savoir-faire. Enfin, Pascal Desiere conseille aux formateurs *“de ne pas oublier de faire comprendre aux jeunes vendeurs que lorsque l’on démarre en vente directe, on doit avoir la même mentalité qu’un chef d’entreprise, même si le risque financier n’est pas présent”*.

■ Julie TADDUNI