

Sans vente, rien ne va plus

Pour que les affaires marchent, il faut avant tout se connaître soi-même. L'experte Andrea Suter nous explique pourquoi et comment cela est possible.

INTERVIEW Erikas Jüsi ILLUSTRATION Jasmin Hofmann



Le magazine «Florist:in» a voulu savoir d'Andrea Suter, responsable de la formation BP et coach, ce qui fait un bon vendeur ou une bonne vendeuse.

Je suis fleuriste et non vendeuse. Que pensez-vous de cette affirmation?

Andrea Suter: C'est désastreux. Si nous proposons aussi quelque chose de tout à fait merveilleux et que personne ne l'achète, alors nous mourrons en beauté. Nous devons vendre pour survivre. Lorsque les affaires ne marchent pas, on se concentre beaucoup trop sur le produit au lieu de regarder la vente.

La vente n'est pas l'apanage de tout le monde.

C'est vrai. Il ne sert à rien de dire à quelqu'un qu'il doit par exemple être plus sûr de lui pour aborder les gens. Si cela se fait de manière mécanique et non de l'intérieur, cela paraît décalé. Le fleuriste le plus entreprenant et le plus bruyant n'est pas le meilleur vendeur.

Qui l'est alors?

Les meilleurs vendeurs sont ceux qui peuvent assumer ce qu'ils vendent. Ceux qui ont une connaissance absolue de l'assortiment, c'est-à-dire qui savent exactement quel vase dans la cave pourrait encore aller avec le bouquet. Et ceux qui sont authentiques et honnêtes. C'est ce qui est le plus important.

Comment peut-on apprendre à vendre de manière honnête et authentique?

En prenant conscience de l'image que l'on donne et en restant soi-même lors de l'entretien de vente. J'apporte toujours un miroir dans le cours, dans lequel on se voit entièrement. Le cours est sciemment conçu en deux parties, afin que les participants aient l'occasion de mettre en pratique ce qu'ils ont appris en magasin, avec leurs propres produits et dans leur propre environnement. Le deuxième jour de cours, nous faisons une rétrospective individuelle et planifions les prochaines étapes vers le succès de la vente.

Tout le monde peut-il devenir un excellent vendeur?

Pour certains, les confrontations avec les clients sont désagréables. Il est possible d'apprendre à mieux gérer ces situations. Il est

faux de croire que tout le monde sera aussi bon. Mais on peut s'entraîner. Chacun doit pouvoir, dans la mesure du possible, entretenir le contact avec la clientèle. Et il n'y a absolument aucune honte à demander des précisions à ses collègues pendant une consultation si l'on ne sait pas quelque chose. Cela aussi, c'est de l'authenticité et cela envoie un signal positif.

Lorsque l'on entre dans un magasin, on entend souvent la question suivante: voulez-vous jeter un coup d'œil? C'est mal?

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Mais cette question est superflue et ne mène à rien. Un client vient avec une intention d'achat, il s'agit donc de l'explorer. Il serait préférable d'établir un contact visuel et de dire: «Bonjour. Vous voulez vous orienter, puis-je vous aider? Nous nous adressons bien sûr aux clients réguliers par leur nom, dans la mesure du possible. Nous apprenons, en nous basant sur les règles de bienséance, comment s'adresser subjectivement à ses propres clientes, et ce d'une manière qui correspond à la fleuriste. Cela peut s'appliquer partout, à petite ou à grande échelle, à la campagne ou en ville, à l'est comme à l'ouest.

Où se trouve le plus grand potentiel?

Dans le budget des clientes. Si quelqu'un dit qu'il cherche quelque chose dans le milieu de gamme, c'est ouvert vers le haut. Pour certaines, un bouquet moyen est en effet beaucoup plus grand que pour soi-même. C'est l'erreur la plus fréquente que

«L'erreur la plus fréquente est de conclure de soi-même à son client.»

Andrea Suter

de tirer des conclusions de soi-même sur les clients. Les ventes supplémentaires constituent un autre potentiel. Lorsque nous proposons quelque chose de supplémentaire aux clientes, elles ne l'achètent souvent pas à cette occasion. Mais nous avons fait germer l'idée dans leur esprit.



ANDREA SUTER

L'experte

Andrea Suter est responsable des cours de préparation à l'examen professionnel au centre de formation continue du canton de Lucerne à Sursee et propriétaire de tat-sachen.ch, une entreprise de services pour la branche verte.

> tat-sachen.ch

Elles s'en souviendront et reviendront peut-être pour cela. La vente a d'ailleurs aussi lieu quand on n'est pas là: elle commence à l'extérieur du magasin. Tout ce qui s'y trouve est projeté vers l'intérieur par la clientèle. C'est pourquoi, pendant le cours, nous examinons aussi les vues extérieures et intérieures des magasins et les optimisons ensemble. ♣

TIPP

MEHR ZUM THEMA

Wer sich in das Thema des Verkaufens vertiefen möchte, hat gleich doppelt die Gelegenheit:

24. April 2024: Fachtagung Flower Innovation Day zum Thema Wertschöpfung

4. und 18. September 2024: Zweiteiliger Kurs «Verkaufen mit Grips und Gefühl» (mit Frühbucherrabatt).

> florist.ch

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Ohne Verkaufen geht gar nichts» de *Fleuriste 4/2024* a été réalisée avec *deepl.com*.