

## L'ETAT d'ESPRIT EMPATHIQUE DU VENDEUR



### BERNARD BRUEL

Formateur professionnel

N° SIRET: 519 436 273 000 14

.....  
35, square Général John S. Wood  
35700 Rennes

.....  
T 06 08 05 34 35

M [vendre.une.solution@gmail.com](mailto:vendre.une.solution@gmail.com)

<http://www.vendreunesolution.com>

Rien n'est plus dramatique que de voir ces vendeurs qui sans s'intéresser aux attentes et aux craintes du prospect, lui proposent très vite, trop vite, la solution qui à leur avis devrait lui convenir ou pire encore, ceux qui, quel que soit leur interlocuteur, déroulent de façon stéréotypée leur discours de vente en espérant qu'il puisse faire mouche. Dans ces deux cas bien évidemment, le client n'aura pas eu l'impression d'être écouté et compris, il se rendra compte très vite que le vendeur cherche à lui imposer une solution standard et perdra très vite confiance en terminant par la phrase désolante que l'on entend souvent : « je crois que je vais réfléchir encore un peu... »

Depuis de nombreuses années, en développant de nombreuses formations devant des publics différents, j'ai la satisfaction d'arriver à convaincre les vendeurs qu'il faut absolument et sincèrement s'intéresser à son client en partant du principe que c'est parce que l'on aura parfaitement compris les attentes et les sources possibles de blocage de son prospect, que l'on pourra ensuite lui proposer la solution qui lui convient vraiment et la lui présenter en la valorisant de façon à ce qu'il l'accepte parce qu'elle lui convient.

Une telle démarche repose sur une attitude d'empathie que je vais me permettre de redéfinir car c'est pour moi véritablement la clé d'une vente réussie. La démarche de réflexion empathique du vendeur par rapport à son futur client s'articule selon deux niveaux :

**1/ Tout d'abord, en préparant sa vente, c'est-à-dire en se renseignant sur son futur client**, en se documentant en utilisant toutes les sources possibles (historique si l'on est déjà en relation ou presse, Internet, entourage...) on cherche préalablement à bien comprendre qui est le client et comment il fonctionne aujourd'hui par rapport aux produits ou services que l'on peut lui proposer.

Un exemple. Si nous vendons des appareils de reprographie, selon que l'on visitera un établissement scolaire, un cabinet d'architectes ou une agence immobilière, ou le CE d'une grande entreprise, ...

**A suivre dans le livret d'accompagnement du DVD « Vendre Une Solution »**

