

FORMATION

Etre un bon vendeur ne suffit pas

Le secteur de la vente représente près de 60.000 emplois en Région bruxelloise. Il n'existait pourtant aucune formation spécifique jusqu'à ce que l'Ichec et l'EPFC lancent de nouveaux programmes de cours.

Dans l'imaginaire collectif, le mot vendeur est parfois associé à une personne un peu pénible qui vous donne l'impression que votre vie est fichue sans ce dernier mixeur multifonctions ou cet abonnement GSM tout à fait avantageux.

Cette profession essentielle au développement de toute entreprise souffre d'une mauvaise image. Sur les cartes de visite, on lui préfère le terme «conseiller», «*adviser*», «*shop manager*» ou «*key account*». «Il existe un réel mépris pour les fonctions de vente, commente Olivier Willocx, administrateur délégué de la Chambre de commerce et d'industrie de Bruxelles (Beci). Alors que beaucoup de CEO de grandes entreprises sont, à la base, des commerciaux.»

Le métier de vendeur semble tellement banal qu'à Bruxelles, il n'existait jusqu'ici aucune formation propre à cette fonction. Les cours liés à la vente ne se résument souvent qu'à un chapitre dans un syllabus de marketing et ne sont explorés que de manière éphémère et théorique dans les écoles de gestion. Même un ingénieur commercial diplômé n'a jamais bénéficié de réels cours pratiques de négociation... Ce manque de formation adaptée est désormais comblé: l'EPFC, un établissement de promotion sociale lié à l'ULB, lance un programme de bachelier en vente, tandis que l'Ichec inaugure sa Sales Academy. La demande émane directement du secteur via Beci

et Comeos, la fédération du commerce et des services. «Nos membres nous ont signifié leurs difficultés de trouver du personnel compétent», explique-t-on chez Comeos. Le secteur du commerce propose quelque 30.000 offres d'emploi en Belgique, dont 59.000 en Région bruxelloise (48.000 employés et 11.000 indépendants), sur quelque 10.000 points de vente. «Ces jobs sont non délocalisables et ils peuvent constituer une réelle porte d'entrée vers l'ascenseur social», ajoute-t-on encore chez Comeos.

Le bilinguisme: essentiel

Christel Verhaert, *recruitment and training manager* chez C&A Belgique, confirme la pénurie de vendeurs à Bruxelles. «Nous éprouvons des difficultés à recruter des responsables de magasin et d'étage, explique-t-elle. Ils doivent être bilingues et accueillir le client avec le sourire, aussi le samedi. La capitale souffre également de préjugés: certains candidats hésitent à venir travailler dans le centre-ville. Les journées en tant que responsable de magasin sont longues et assez physiques. Les bons profils s'arrachent! Les personnes motivées peuvent très vite progresser et les tâches sont très variées. C'est un job passionnant avec beaucoup d'atouts: contact social, service au client, gérer des équipes multiculturelles.»

On demande des vendeurs à tous les rayons de l'économie: dans les banques, l'immobilier, les assurances, les télécoms, les commerces... «Un commercial est



relativement bien payé en début de carrière et la fonction peut correspondre aux besoins de liberté que peuvent éprouver les jeunes, souligne Olivier Willocx. Mais ceux-ci ont parfois l'impression qu'on va les mettre sous pression.» Les objectifs commerciaux d'une entreprise sont logiquement orientés vers des résultats chiffrés, ce qui n'est toutefois pas incompatible avec une gestion harmonieuse du personnel. «Nous cherchons de bons vendeurs qui maîtrisent aussi les ressources humaines, la logistique, la comptabilité, les techniques de négociation», poursuit-on chez Comeos.

L'objectif des nouvelles formations de l'Ichec et de l'EPFC est précisément de permettre à des commerciaux de devenir des chefs d'équipe, des logisticiens, des gestionnaires et des négociateurs hors pair. «Être un 'bon vendeur' ne suffit pas, même si un vendeur efficace, c'est d'abord souvent une personnalité extravertie qui parvient à développer ses arguments aisément et persévère malgré les refus, précise Olivier Willocx. Maîtriser les techniques de vente, c'est avant tout une question d'attitude: il faut être capable de comprendre les besoins de l'autre. Il ne s'agit pas de vouloir vendre un frigo à un Esquimau. Il faut accueillir la personne de manière aimable, répondre à ses questions, même après la vente. Ces principes valent dans tous les secteurs d'activité, et même dans la vie en géné-

ral. La qualité des relations interpersonnelles est essentielle, quoi que l'on fasse. Nous sommes sans cesse occupés à vendre quelque chose ou nous-mêmes.»

Vendre à l'international

Pour bien négocier, il faut encore être convaincu par son produit et le connaître sur le bout des doigts. C'est pourquoi les formations s'adressent aussi aux professionnels afin qu'ils apprennent à promouvoir leur propre secteur. «Quel meilleur vendeur de pain que le boulanger lui-même?», interrogeait un recruteur lors du dernier Job Days, dans une vidéo produite par l'EPFC.

«Il faut être capable de comprendre les besoins de l'autre. Il ne s'agit pas de vouloir vendre un frigo à un Esquimau.»

Le nouveau bac en vente de l'EPFC s'adresse tant à des jeunes qui sortent de l'enseignement secondaire qu'à des

demandeurs d'emploi ou à des personnes déjà actives dans le secteur et qui souhaiteraient acquérir de nouvelles compétences attestées par un diplôme. Les cours s'organisent le soir et le samedi. «Comme il n'existait pas d'études spécifiques à leur fonction, beaucoup de vendeurs n'ont pas de titre, explique Bénédicte Burton, directrice générale adjointe de l'EPFC. Cette formation leur donnera une assise théorique (gestion, droit, comptabilité, etc.) et les aidera à gravir les échelons dans leur entreprise. Ils pourront participer à la stratégie commerciale, devenir un interlocuteur de la direction, apprendre la négociation à différents niveaux, même international... On ne fait pas du commerce avec un Gantois comme avec un Indien.» L'e-commerce fera par ailleurs partie intégrante de la formation.

La Sales Academy de l'Ichec propose trois modules de cinq jours: Starter, Advanced et Professionacy, pour répondre aux besoins des participants en fonction de leur niveau professionnel. «Ces formations peuvent apporter aux entreprises une réelle valeur ajoutée et un retour sur investissement évident, souligne Thibaut Deckers, fondateur de la Sales Academy. Leurs collaborateurs commerciaux seront mieux préparés à aller sur le terrain. Ils seront plus performants et donc plus motivés.» Les cours à la Sales Academy s'adressent aussi aux particuliers. «Certains vendeurs non diplômés très compétents manquent parfois de structure, de ce petit supplément qui les rendra encore plus crédibles et performants, poursuit Thibaut Deckers. A l'Ichec, ils trouveront en outre l'opportunité de développer leur réseau de contacts.»

Le métier de commercial ne s'apprend bien sûr pas que dans les syllabi. Les stages constitueront une étape essentielle des formations en vente. Les entreprises membres de Beci et de Comeos forment à cet égard des partenaires essentiels. Les stagiaires auront certainement des chances d'y signer un contrat.

© ANNE-CÉCILE HUWART

