



BEELDENS MANAGEMENT

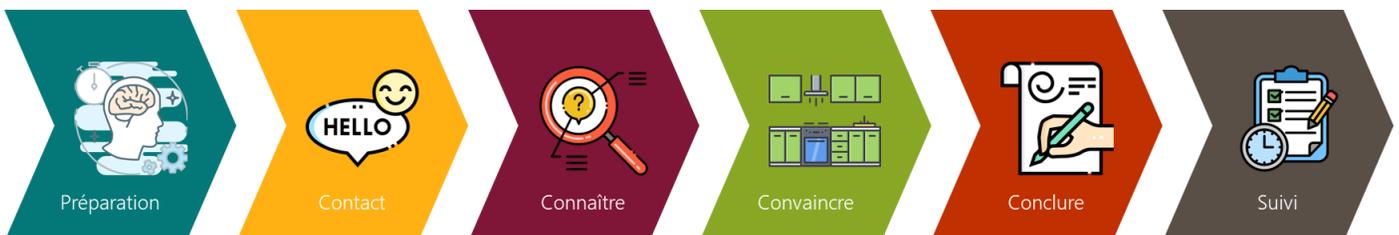
Les 10 erreurs que 90% des vendeurs de cuisines commettent

... et comment les corriger dès demain pour vendre plus, plus vite et mieux

Par BEELDENS Gaël – Directeur pédagogique – Développeur SMART-STRAT - Freelance
Formations commerciales - managériales - Audit

Le contexte actuel : une concurrence féroce, des clients mieux informés, et pourtant des vendeurs qui reproduisent toujours les mêmes erreurs.

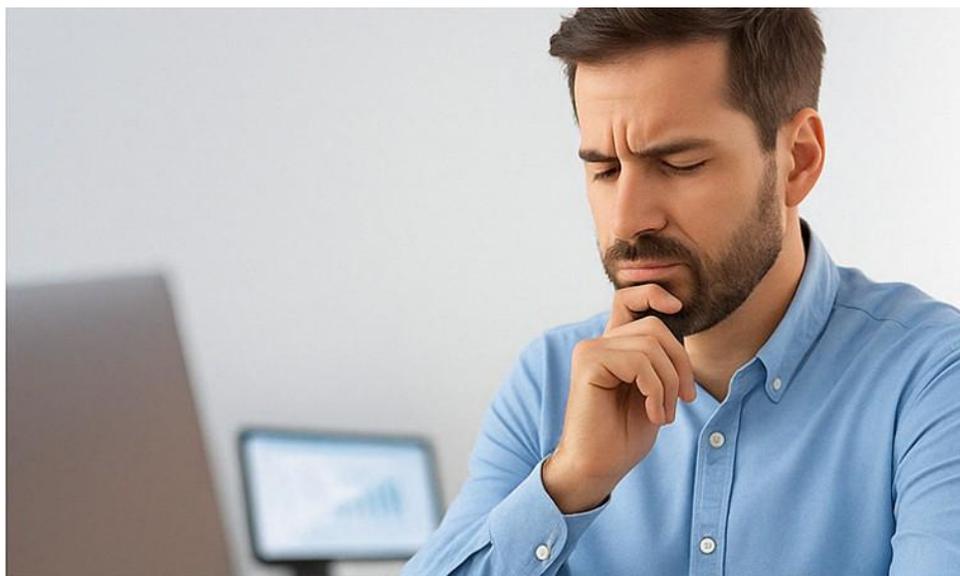
L'objectif : aider les vendeurs (et leurs managers) à identifier **les failles invisibles** dans leur approche... et à les transformer immédiatement en leviers de performance.



SOMMAIRE

Erreur 1 : Penser “devis” au lieu de “vente”	4
1. La préparation mentale : se mettre en condition pour vendre	4
2. La préparation métier : s’assurer que tout est aligné pour performer	4
Erreur 2 : Rater l’accueil – et perdre le client dès les premières minutes	8
1. Si le RDV se fait en magasin / showroom :	8
2. Si le RDV se fait à domicile :	9
3. Finir l’accueil par une mise en confiance explicite	9
Erreur 3 : S’intéresser plus au produit qu’au client	12
Ce qu’un vendeur performant fait à la place :	12
Comment corriger ça dès demain ?	13
Erreur 4 : Présenter l’offre sans la transformer en bénéfices client	15
Ce qu’un vendeur performant fait à la place	15
Pourquoi cette erreur est critique ?	15
Erreur 5 : Présenter le prix... et se taire	18
Ce qu’un vendeur performant fait à la place :	18
Comment corriger ça dès demain ?	19
Erreur 6 : Ne pas demander l’engagement du client – Attendre qu’il achète tout seul	21
Pourquoi cette erreur est fatale ?	21
Comment corriger ça dès demain ?	22
Erreur 7 : Sur-argumenter face à une objection... au lieu d’en comprendre la cause	24
Erreur 8 : Ne pas repositionner un deuxième rendez-vous – Faire confiance à la relance	27
Pourquoi c’est essentiel ?	27
Comment corriger ça dès demain ?	28
Erreur 9 : Ne pas se former – Penser que l’expérience remplace la préparation	30
Pourquoi c’est un tournant décisif ?	30
Erreur 10 : Ne pas utiliser les nouveaux outils (IA, assistants intelligents...)	33
Ce qu’un vendeur moderne fait à la place :	33
Pourquoi c’est un tournant stratégique ?	33
	35
Envie de former vos équipes à performer dès le prochain RDV client ?	35

ERREUR 1 : PENSER « DEVIS » AU LIEU DE « VENTE »



Ce que font 90% des vendeurs :

- Penser au nombre de devis à réaliser dans la journée au lieu de se préparer à faire des ventes

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

- Se préparer mentalement à vendre
- Guider le client
- Développer de la valeur
- Engager

« Un devis n'a jamais vendu une cuisine. Un vendeur préparé et convaincu, oui. »



Erreur 1 : Penser “devis” au lieu de “vente”

Ce que font 90% des vendeurs :

Ils s’installent en début de journée sans objectif clair.
Ils enchaînent les RDV en espérant que “ça va tomber”.
Quand un client arrive, ils entrent dans une logique de **réponse** au lieu de **conduite**.

Et souvent, la phrase d’ouverture donne le ton :
“On va regarder ce que vous avez en tête, je vous ferai un devis.”

Dès cet instant, la posture est perdue.
Le vendeur devient **technicien du meuble**, pas **conseiller stratégique du projet client**.

Ce qu’un vendeur performant fait à la place :

Il commence **bien avant le RDV**.
Il se prépare **comme un athlète de haut niveau**, en travaillant sur deux fronts :

1. La préparation mentale : se mettre en condition pour vendre

Un vendeur qui vend, ce n’est pas un vendeur qui espère.
C’est un vendeur qui **se conditionne mentalement pour influencer, convaincre et conclure**.

Avant chaque RDV, il prend 2 minutes pour se poser les bonnes questions :

- ✓ *Qu’est-ce que je veux obtenir de ce RDV ?*
- ✓ *Comment je vais créer de la valeur pour ce client ?*
- ✓ *Quels sont les points clefs que je veux aborder pour le faire avancer vers une décision ?*

Il entre dans le rendez-vous **avec une intention de vente**, pas une intention de chiffrage.

2. La préparation métier : s’assurer que tout est aligné pour performer

Un vendeur prêt à vendre :

- **Connait son agenda de la journée** : qui vient ? À quelle heure ? Quel projet ? Quel historique ?
- **Sait qui est en magasin** : pour anticiper les moments où il devra s’organiser (pause, affluence, renfort).



- **A ses outils prêts :**
 - Application de découverte ouverte (ex : SMART-STRAT)
 - Fiches clients prêtes
 - Ordinateur chargé, logiciels opérationnels
 - Plans, visuels, catalogues accessibles
- **A une stratégie claire** pour chaque rendez-vous :
 - Objectif du RDV
 - Étape du parcours client
 - Ce que je veux obtenir **aujourd'hui**

Car être disponible pour vendre, c'est aussi avoir préparé le terrain.

Pourquoi cette double préparation change tout ?

Parce qu'un client sent immédiatement si le vendeur :

- Subit la journée ou **la maîtrise**
- Subit le projet ou **le guide**
- Subit les outils ou **les utilise comme leviers**

Et ça change tout dans sa capacité à faire confiance... et à signer.

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Ne commence jamais une journée sans revue de ton planning.**
2. **Anticipe tes RDV comme un coach prépare un match.**
3. **Fais un tour de ton espace et tes outils chaque matin.**
4. **Prends 2 minutes avant chaque RDV pour "entrer dans la vente" mentalement.**
5. **Supprime "je vous fais un devis" de ton vocabulaire.** Remplace par :

"Je vais vous guider dans ce projet pour qu'on trouve ensemble une solution sur-mesure."



Préparation

6

À retenir :

“Un vendeur prêt à vendre, c’est un vendeur qui ne laisse rien au hasard – ni dans sa tête, ni dans ses outils.”

ERREUR 2 : RATER L'ACCUEIL



Une équipe qui sourit :

- C'est une équipe en bonne santé

Une équipe qui ne sourit pas :

- C'est une équipe malade !

**« Un accueil réussi, c'est un client qui se dit :
Ici, je vais être bien accompagné. »**



Erreur 2 : Rater l'accueil – et perdre le client dès les premières minutes

Ce que font 90% des vendeurs :

Ils disent “*bonjour*” du bout des lèvres, ou pire, ils laissent le client entrer sans l'accueillir vraiment.

Certains tombent dans l'excès inverse : trop entreprenants, trop directs, trop commerciaux dès la première phrase.

Dans les deux cas, le résultat est le même :

le client ne se sent ni écouté, ni en confiance, ni à sa place.

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il sait que **l'accueil n'est pas un passage obligé. C'est un levier de différenciation.**

L'objectif ?

Donner envie au client de poursuivre l'aventure avec nous.

Et pour ça, le vendeur adapte son attitude **au contexte du rendez-vous.**

1. Si le RDV se fait en magasin / showroom :

L'accueil doit être chaleureux, humain, mais pas oppressant :

- **Sourire franc**
- **Regard sincère**
- Phrase clef :

“Bonjour et bienvenue ! Prenez quelques minutes pour découvrir notre showroom, je vous rejoins dans un instant.”

Pourquoi cette approche fonctionne ?

- Elle laisse au client le temps de souffler
- Elle évite l'effet “vendeur dans le dos”
- Elle crée une première impression détendue, professionnelle et respectueuse

Astuce : 90% des clients ont peur de tomber sur un vendeur “lourd” dès l'entrée. En donnant un peu d'air, on casse cette peur.



2. Si le RDV se fait à domicile :

Le mot “bienvenue” n’a pas lieu d’être. Ici, **c’est le vendeur qui entre dans l’univers du client.**

Il doit :

- **Observer sans juger**
- **S’intéresser sincèrement à l’environnement**
- Poser une ou deux questions légères : *“Vous habitez ici depuis longtemps ?”, “Quelles sont les pièces que vous avez refait récemment ?”*

Ensuite seulement, il peut présenter :

- **Son enseigne**
- **Ses valeurs**
- **Sa mission** : aider le client à construire un projet 100% aligné avec ses besoins, son budget et ses attentes

3. Finir l’accueil par une mise en confiance explicite

Avant de démarrer la découverte, le vendeur pose le cadre avec une phrase forte, engageante :

“L’objectif de notre rendez-vous est simple :

*Que le projet que nous allons construire ensemble réponde à **100% à vos besoins, 100% à votre budget** (j’imagine que c’est important pour vous que ce soit respecté, non ?), et *100% à vos attentes.*

Est-ce que cela vous va si nous fonctionnons comme ça ?”

Puis il enchaîne :

*“Pour y arriver, je vais vous poser beaucoup de questions. Cela me permettra de bien cerner vos priorités et de construire avec vous **la meilleure solution possible**, celle qui vous permettra de prendre une décision facilement à la fin de notre rendez-vous.*

C’est bon pour vous ?”

Objectif : Aller chercher le **“oui”** du client → il devient mentalement **engagé dans le processus.**

Pourquoi cet accueil change tout ?



Contact

10

Parce qu'il crée immédiatement :

- Un climat de confiance
- Une posture de respect
- Un **cadre clair**, dans lequel le client accepte d'être guidé

Et tout cela, **avant même la première question.**

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Prépare ta posture d'accueil avant chaque RDV.** Sourire, ouverture, bienveillance.
 2. **Adapte ton discours à l'environnement** : showroom ≠ domicile.
 3. **Structure toujours la fin de ton accueil avec une intention forte.**
 4. **Va chercher le premier "oui" du client très tôt.** C'est le point de bascule.
-

À retenir :

"Un accueil réussi, c'est un client qui se dit : Ici, je vais être bien accompagné."

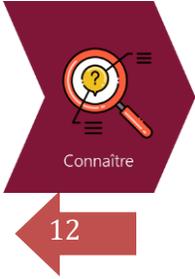


Les 7 erreurs que 90 % des vendeurs de cuisines commettent

(et comment les corriger dès demain)



**Erreur 3 : S'intéresser plus
au produit qu'au client**



Erreur 3 : S'intéresser plus au produit qu'au client

Ce que font 90 % des vendeurs :

Ils enchaînent les questions techniques :

- *Quelle surface ?*
- *Quel style de cuisine ?*
- *Plutôt mat ou brillant ?*
- *Vous avez une idée du budget ?*

Le problème ?

Ils s'intéressent au projet. Pas à la personne.

Ils creusent la cuisine... mais pas le client.

Résultat :

- Une relation superficielle
- Peu d'émotion dans l'échange
- Une proposition qui manque de fond... même si elle est bien dessinée

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il comprend que **la clef de la vente, ce n'est pas le produit. C'est la personne en face de lui.**

Avant de parler caissons, électro ou implantation, il cherche à comprendre :

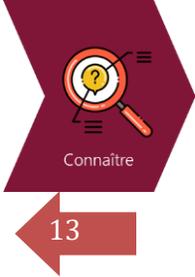
- Qui est le client ?
- Qu'est-ce qui compte vraiment pour lui dans ce projet ?
- Quels sont ses freins ? Ses moteurs ? Ses contraintes personnelles ?
- À quoi ressemble une journée type dans cette future cuisine ?

Il vend une expérience. Pas une implantation.

Pourquoi cette posture change tout ?

Parce qu'elle permet :

- De créer une vraie connexion émotionnelle



- De formuler des arguments personnalisés
 - De lever les objections à l'avance
 - Et surtout : de proposer une solution qui **parle au cœur**, pas qu'au portefeuille
-

Les symptômes d'une mauvaise découverte :

- Le client a l'impression qu'on le "questionne" au lieu de "s'intéresser à lui"
 - Le vendeur prend des notes sans vraiment écouter
 - Le projet final pourrait correspondre à 1 000 clients différents
-

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Commence chaque découverte par une question humaine :**
"Racontez-moi un peu... ce projet, il part d'où ? C'est quoi l'histoire derrière ?"
 2. **Ne pose pas que des questions fermées.**
Utilise : *"Expliquez-moi", "Racontez-moi", "Qu'est-ce qui est important pour vous ?"*
 3. **Fais un vrai diagnostic du style de vie du client :**
Combien de personnes ? Qui cuisine ? À quels moments ? Quels rituels ? Quelles contraintes ?
 4. **Utilise les outils adaptés pour structurer ton questionnement** (comme comme une feuille de découverte ou SMART-STRAT) et ne rien oublier.
 5. **Montre que tu retiens ce qu'il te dit.** Reformule, fais des liens entre ses propos et ta proposition.
-

Phrase à bannir :

"Vous avez déjà vu des modèles qui vous plaisent ?"

Phrase à adopter :

"Avant de parler cuisine, j'aimerais qu'on parle de vous. Qui va vivre cette cuisine au quotidien ?"

À retenir :

*"Ce n'est pas en connaissant parfaitement ton produit que tu feras la meilleure vente.
C'est en connaissant parfaitement ton client."*

Erreur 4

Présenter l'offre sans la transformer en bénéfices client

Des caissons de 19 mm

Des charnières
garanties 25 ans

(uniquement des caractéristiques)

Avec ces caissons de 19 mm, votre cuisine tiendra parfaitement dans la durée.

(Grâce aux charnières garanties 25 ans, vous investissez en toute sérénité.)



Erreur 4 : Présenter l'offre sans la transformer en bénéfices client

Ce que font 90 % des vendeurs :

Ils font l'inventaire des qualités du produit :

- *"Nos caissons sont épais de 19 mm."*
- *"Nos charnières sont garanties 25 ans."*
- *"L'électro est de marque allemande."*

Ils parlent **du produit, de la technique, de la qualité.**
Mais jamais de ce que ça **change dans la vie du client.**

Résultat ?

- Le client écoute poliment... mais ne se projette pas
- Il entend des *caractéristiques*, pas des *valeurs*
- Il retient un prix, pas une promesse

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il transforme **chaque argument produit** en **bénéfice client.**

Exemples :

-  *"Les caissons de 19 mm offrent une robustesse idéale si vous avez des enfants ou que vous cuisinez souvent. C'est une cuisine qui tiendra 20 ans, facilement."*
-  *"L'électro allemand, c'est un choix de tranquillité. Vous n'aurez pas à vous en soucier avant 2050."*

Il relie **chaque avantage technique** à un **bénéfice concret, émotionnel, personnel.**

Pourquoi cette erreur est critique ?

Parce qu'**on n'achète pas une cuisine pour ses caractéristiques.**

On achète une cuisine pour :

- Se simplifier la vie
- Gagner du temps
- Cuisiner avec plaisir

- Se sentir fier de son intérieur

Le client veut savoir ce que le produit fera pour lui, pas ce qu'il est.

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Supprime les mots "on a", "c'est", "il y a"**
Ce sont des mots de fiche technique.
2. **Utilise les mots "vous", "ça vous permet de", "grâce à ça"**
Ce sont des mots d'intérêt client.
3. **Relie chaque caractéristique à un besoin exprimé dans la découverte.**

"Vous me disiez que vous cuisinez tous les jours : avec ce système d'ouverture sans poignée, vous évitez les traces et vous gagnez du temps au nettoyage."

4. **Utilise l'image mentale et la projection :**

"Imaginez dans 6 mois, vous rentrez chez vous et vous ouvrez ces tiroirs... c'est fluide, silencieux, et tout est bien rangé."

Mauvais réflexe :

"C'est un plan de travail stratifié compact de 12 mm."

Bon réflexe :

"Avec ce plan de travail, vous avez le look moderne que vous recherchez... et vous ne passerez pas votre vie à le nettoyer."

À retenir :

***"Un client n'achète pas un produit.
Il achète la valeur que ce produit lui apporte."***



Erreur 5: Présenter le prix... et se taire



„C’est un investissement qui vous garantit tranquillité, durabilité, et surtout un vrai confort au quotidien.

Et c’est bien cela qui est le plus important dans votre future solution?”



Erreur 5 : Présenter le prix... et se taire

Ce que font 90 % des vendeurs :

Ils annoncent le prix de manière brute :

“Donc, on est à 13 480 euros.”

Et ensuite... silence.

Le fameux :

“Le premier qui parle a perdu.”

✗ Mauvaise posture.

Ce silence crée de la gêne, de l’incertitude.

Le client reste seul face à un chiffre, sans aucun ancrage de valeur.

Ce qu’un vendeur performant fait à la place :

Il structure le moment prix comme un enchaînement logique :

1. Il introduit :

“Pour une cuisine 100% personnalisée, équipée en électro allemand, livrée et installée avec un suivi complet...”

2. Il annonce :

“...le projet s’élève à 13 480 € TTC.”

3. Il ferme avec de la valeur :

“C’est un investissement qui vous garantit tranquillité, durabilité, et surtout un vrai confort au quotidien.”

4. Et il va chercher la validation du client :

“Et c’est bien cela qui est le plus important dans votre future solution ?”

Pourquoi c’est une clef ?

Parce que ça permet :

- **De recontextualiser le prix dans une valeur perçue**
- **D’engager le client émotionnellement**



- De transformer un moment potentiellement sensible (prix) en moment de confiance

Comment corriger ça dès demain ?

1. Prépare ta phrase d'intro + d'annonce + de fermeture à l'avance.
2. Utilise des mots orientés solution : "investissement", "confort", "tranquillité", "durabilité".
3. Cherche la validation juste après :

"C'est bien cela qui compte pour vous aujourd'hui, n'est-ce pas ?"

4. Observe la réaction du client, puis relance sur ses motivations, pas sur le montant.

Mauvais réflexe :

"On est à 13 480 euros." (et silence)

Bon réflexe :

"On est à 13 480 euros, pour un projet complet, sans surprise, qui vous apporte un vrai confort au quotidien.

Et c'est bien cela qui est le plus important pour vous, nous sommes bien d'accord ?"

À retenir :

"Ce n'est pas le prix qui fait hésiter.

C'est le manque de valeur perçue derrière ce prix."



Erreur 6

**Ne pas demander
l'engagement du client –
Attendre qu'il achète tout seul**



“ *Au pays des espoirs,
les vendeurs sont pauvres.* ”



Erreur 6 : Ne pas demander l'engagement du client – Attendre qu'il achète tout seul

Ce que font 90 % des vendeurs :

Ils finissent le RDV par :

- *“Voilà, vous avez toutes les infos.”*
- *“Prenez le temps d'y réfléchir.”*
- *“Tenez-moi au courant si jamais...”*

En résumé : **ils espèrent.**

Ils ne posent **aucune vraie question de closing.**

Ils ne formalisent **aucune étape de validation.**

Ils attendent que le client dise : *“Ok, je signe.”*

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il crée les conditions de l'engagement.

Il ne force pas, **il propose.** Il accompagne la décision.

Il peut dire par exemple :

“Souhaitez-vous qu'on réserve ce créneau d'installation pendant qu'il est encore disponible ?”

“Est-ce que vous vous sentez prêt à valider ce projet aujourd'hui ?”

“Si tout vous convient, on peut avancer ensemble dès maintenant.”

Il ne laisse **jamais un rendez-vous se terminer dans le flou.**

Pourquoi cette erreur est fatale ?

Parce que **le client n'aime pas décider seul.**

Il **attend qu'on l'aide à franchir le pas**, qu'on le rassure, qu'on **l'accompagne dans son achat.**

Si le vendeur ne l'invite pas à s'engager :

- Le client reporte
 - Le doute s'installe
 - Il va “encore réfléchir” (et peut-être acheter ailleurs)
-



Comment corriger ça dès demain ?

1. **Prépare tes phrases de closing à l'avance.** Tu dois pouvoir enchaîner naturellement, sans hésiter.
2. **Fais valider les points un à un avant la fin du RDV.**
 - Le besoin ? validé.
 - Le projet ? validé.
 - Le budget ? validé. → Il ne reste plus qu'à conclure.
3. **Propose un premier acte d'engagement concret :**
 - Bloquer une date
 - Lancer les relevés
 - Remplir une fiche
 - Faire un acompte
4. **Reste toujours dans l'accompagnement, pas dans la pression.**

"Je suis là pour avancer avec vous, à votre rythme... mais avec une vraie solution concrète à la clef."

À bannir :

"Prenez le temps de réfléchir, vous me direz." / « Combien de temps avez-vous besoin pour réfléchir ? »

À adopter :

"Souhaitez-vous qu'on concrétise cela ensemble dès aujourd'hui ?"

À retenir :

***"Au pays des espoirs, les vendeurs sont pauvres.
Au pays des propositions claires, les ventes se signent."***



ERREUR 7

Sur-argumenter face à une objection... au lieu d'en comprendre la cause



Ce que font 90 % des vendeurs de cuisines :

- Dès qu'un client dit :
« C'est un peu cher... »
« Je vais réfléchir... »
« Je veux voir ailleurs... »
- Le vendeur enchaîne à chaud sans chercher à comprendre réellement ce qui bloque.

“Un bon vendeur ne cherche pas à répondre.

*Il cherche à comprendre.
Et c'est ça qui convainc.*



Erreur 7 : Sur-argumenter face à une objection... au lieu d'en comprendre la cause

Ce que font 90 % des vendeurs :

Dès qu'un client dit :

- *"C'est un peu cher..."*
- *"Je vais réfléchir..."*
- *"Je veux voir ailleurs..."*

Le vendeur enchaîne direct :

- *"Mais vous savez, c'est de la qualité !"*
- *"On a des clients très satisfaits."*
- *"Les autres, c'est plus cher pour moins bien."*

Il **réagit, justifie, argumente à chaud...** sans **comprendre réellement** ce qui bloque.

Résultat ?

- Le client se sent **poussé**, pas écouté.
- L'objection **s'amplifie** au lieu de se dissiper.
- La confiance se brise... souvent définitivement.

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il **accueille l'objection** avec calme. Et surtout, **il l'analyse** avant de répondre.

Il peut dire :

- *"Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?"*
- *"Quand vous dites que c'est cher, vous pensez par rapport à quoi ?"*
- *"Derrière ce 'je veux réfléchir', qu'est-ce que vous voulez clarifier précisément ?"*

Il **creuse le sens, le contexte, l'émotion** derrière le mot.

Car une objection n'est jamais le vrai problème.

C'est juste **la surface d'un doute**, d'un besoin, d'une peur.

Pourquoi cette approche change tout ?



Parce qu'un client **ne veut pas être convaincu**, il veut être **compris**.

Et souvent, en posant **une seule bonne question**, on désamorce complètement l'objection, **sans même avoir besoin d'argumenter**.

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Adopte une posture d'écoute face à chaque objection.** Ne cherche pas à répondre tout de suite.
2. **Utilise une question d'exploration systématique :**

"Vous pouvez m'en dire un peu plus ?"

"Vous avez déjà eu une mauvaise expérience avec ce type de projet ?"

3. **Identifie la vraie nature de l'objection :**

- Est-ce un doute sur le produit ?
- Une peur de se tromper ?
- Une contrainte réelle ?

4. **Puis seulement, adapte ton argumentation à ce qui compte VRAIMENT pour lui.**
-

À bannir :

"Ah mais ça c'est normal, c'est de la qualité, vous savez !"

À adopter :

"Je vous remercie de me le dire. Qu'est-ce qui vous gêne exactement dans cette proposition ?"

À retenir :

***"Un bon vendeur ne cherche pas à répondre.
Il cherche à comprendre. Et c'est ça qui convainc."***



ERREUR 8 : Ne pas reprogrammer un 2^{ième} rdv en cas de non-vente (et croire que la relance suffira !)



**« Un vendeur qui relance, espère.
Un vendeur qui verrouille un 2^{ième}
rendez-vous, avance. »**



Erreur 8 : Ne pas repositionner un deuxième rendez-vous – Faire confiance à la relance

Ce que font 90 % des vendeurs :

Quand la vente ne se conclut pas au 1er rendez-vous, ils laissent le client partir avec :

“Je vous laisse réfléchir.”

“Je vous envoie tout par mail.”

“Je vous relance dans quelques jours.”

Et ils misent tout sur la relance :

- Appels non décrochés
- Mails sans réponse
- Messages vus, mais ignorés

Ils perdent le lead, le rythme, la dynamique.

Ils laissent le client reprendre le pouvoir.

Ce qu'un vendeur performant fait à la place :

Il verrouille immédiatement un deuxième point de contact :
physique ou téléphonique.

Même si la vente ne se fait pas tout de suite, il garde la maîtrise du calendrier.

Exemples :

“Je comprends que vous ayez besoin de quelques jours. Que diriez-vous de faire un point ensemble mardi prochain à 17h ? Je vous réserve ce créneau.”

“Je vous propose qu'on se rappelle jeudi matin pour voir si vous avez tout ce qu'il vous faut pour avancer sereinement.”

Il transforme la non-décision en moment stratégique structuré.

Pourquoi c'est essentiel ?

Parce qu'un client qui part sans RDV = un client qui s'éloigne.

Et plus il s'éloigne, plus il oublie, compare, doute, ou... achète ailleurs.

Et parce que la relance sans rendez-vous, c'est du poker.



Comment corriger ça dès demain ?

1. **Ne laisse jamais un rendez-vous se terminer sans date de suite.**
2. **Annonce ton intention clairement :**

“Ce deuxième échange est essentiel pour ne rien laisser en suspens et que vous puissiez prendre votre décision en toute clarté.”

3. **Note l’horaire dans ton agenda en direct avec le client.**
4. **Si le client refuse un second RDV, demande directement :**

“Quel serait le meilleur moment pour qu’on reprenne ensemble ?”

À bannir :

“Je vous laisse réfléchir et je vous relance.”

À adopter :

“Prenons déjà 10 minutes ensemble dans 3 jours pour voir où vous en êtes, ça vous convient ?”

À retenir :

***“Un vendeur qui relance, espère.
Un vendeur qui verrouille un deuxième RDV, avance.”***

ERREUR 9 : Ne pas se former - Penser que l'expérience remplace la préparation !



**«L'expérience fait vendre.
Mais la formation fait
progresser... et durer»**



BEELDENS MANAGEMENT

Erreur 9 : Ne pas se former – Penser que l’expérience remplace la préparation

Ce que font trop de vendeurs expérimentés :

Ils disent :

- *“Je fais ça depuis 15 ans, je sais comment ça marche.”*
- *“Chaque client est différent, on ne peut pas tout structurer.”*
- *“Je suis meilleur quand j’improvise.”*

Et ils arrêtent d’apprendre.

Ils pensent que leur **expérience suffit à tout justifier**.

Mais ce qu’ils ne voient pas, c’est que :

- Le marché change
- Les clients évoluent
- La concurrence se renforce
- Les outils s’améliorent

Et eux ?

Ils **restent figés** dans des réflexes... parfois dépassés.

Ce qu’un vendeur performant fait à la place :

Il considère **chaque formation** comme un levier de plus :

- Pour améliorer sa posture
- Pour renforcer ses techniques
- Pour mieux comprendre le client
- Pour **reprendre le contrôle de sa vente**

Il ne se dit jamais “je sais”,

il se dit toujours “comment je peux faire mieux ?”

Pourquoi c’est un tournant décisif ?

Parce que **la formation, ce n’est pas pour les débutants**.

C’est pour ceux qui veulent **continuer à progresser**, à performer, à anticiper.

C'est pour ceux qui veulent :

- Vendre plus
- Vendre mieux
- Vendre plus vite
- Et avec plus de plaisir

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Prends conscience de tes automatismes.**
→ Ce sont souvent eux qui te bloquent sans que tu t'en rendes compte.
2. **Investis dans ta propre progression.**
→ Ce que tu gagnes en confiance et en efficacité compense 1000 fois l'effort de te former.
3. **Intègre une méthode structurée.**
→ Avec SMART-STRAT et les formations BEELDENS MANAGEMENT, tu fais évoluer ta pratique **sans perdre ton identité.**
4. **Sois curieux. Sois humble. Sois stratège.**

À bannir :

"Je n'ai pas besoin de formation, j'ai de l'expérience."

À adopter :

"Même après 10 ans de vente, je peux encore gagner en impact... si je me forme."

À retenir :

***"L'expérience fait vendre.
Mais la formation fait progresser... et durer."***

**Erreur 10 : Ne pas utiliser
les nouveaux outils (IA,
assistants intelligents...)**



**Un vendeur sans outil est bon.
Un vendeur avec les bons
outils... devient inarrêtable.**

Erreur 10 : Ne pas utiliser les nouveaux outils (IA, assistants intelligents...)

Ce que font encore trop de vendeurs :

Ils continuent à :

- Prendre des notes sur papier
- Garder leurs habitudes “parce que ça a toujours marché”
- Refuser les outils numériques parce que “ça prend du temps”, “c’est pas naturel”, ou “je préfère faire à ma façon”

Ils voient les outils comme une **contrainte**, pas comme un **levier**.

Résultat : ils stagnent, ils perdent du temps, et parfois... ils se font dépasser.

Ce qu’un vendeur moderne fait à la place :

Il comprend que les outils **ne remplacent pas le vendeur**, mais qu’ils **amplifient son impact** :

- Plus de structure
- Moins d’oubli
- Une posture plus pro
- Des RDV plus efficaces

Il utilise l’**IA** et les **assistants intelligents** pour :

- Préparer ses rendez-vous
- Mieux analyser son client
- Proposer des solutions plus pertinentes
- Mener des RDV plus stratégiques

Pourquoi c’est un tournant stratégique ?

Parce que **le client, lui, évolue**.

Il est plus connecté, plus informé, plus exigeant.

Et aujourd’hui, les meilleurs vendeurs sont ceux qui :

- Savent **écouter**
- Savent **conseiller**



- Et savent **s'appuyer sur les bons outils pour aller plus loin**

Comment corriger ça dès demain ?

1. **Teste un outil intelligent dès cette semaine.** Tu verras rapidement le gain de temps et de clarté.
2. **Accepte que l'outil ne remplace pas la relation humaine. Il la renforce.**
3. **Utilise SMART-STRAT** pour structurer ta découverte, t'adapter au profil DISC de ton client, et conclure avec une proposition sur-mesure.
4. **Deviens un commercial augmenté, pas remplacé.**

À bannir :

"Je préfère rester comme avant, je connais mon métier."

À adopter :

"Je garde mon savoir-faire, mais j'y ajoute des outils qui me rendent encore plus impactant."

À retenir :

"Un vendeur sans outil est bon.

Un vendeur avec les bons outils... devient inarrêtable."



BEELDENS MANAGEMENT

Envie de former vos équipes à performer dès le prochain RDV client ?

Découvrez les solutions d'accompagnement BEELDENS MANAGEMENT et SMART-STRAT.

 **Contact direct : +32 499534489**

 **Email : BEELDENSMANAGEMENT@Outlook.com**

 **Infos pratiques : <https://linko.page/skzu04knbbds>**

 **Sites :**

→ <https://beeldensmanagement.odoo.com/>

→ <https://smart-strat.com/>



 **LinkedIn : [linkedin.com/in/gaël-beeldens-42aa4632](https://www.linkedin.com/in/gaël-beeldens-42aa4632)**