

ANTICIPÉZ l'été dès à

Contrairement aux idées reçues, la période estivale n'est pas une fatalité pour les VDI (vendeurs à domicile indépendants) qui continuent leur activité pendant les mois de juillet et août et qui semblent n'y voir que des avantages, moyennant un peu d'organisation.

Par Julie TADDUNI

Départs en vacances, congés, températures qui grimpent... Quel que soit le mode de distribution, nous avons souvent tendance à penser que les mois de juillet et d'août sont peu propices à la vente. Si c'est également une idée reçue qui touche la vente directe, certaines distributrices ont fait de l'été un atout et ont choisi de ne pas cesser leur activité pendant cette période. *"Je continue de vendre à ce moment-là. Tout le monde n'a pas les moyens de partir en vacances et rares sont les personnes qui s'absentent plus de dix jours"*, constate Laurence Gillot, conseillère chez Charlott' Lingerie. Séverine Bourdais, conseillère chez Akéo (diététique, cosmétiques et bien-être) explique également : *"On se fait une fausse idée sur les départs en congés"*.

SAVOIR ANTICIPER

Toutefois, pour pouvoir continuer de vendre pendant l'été, les dis-

tributeurs s'accordent à dire que cela nécessite une certaine organisation. Ainsi, Séverine Bourdais souligne : *"C'est une période de l'année que j'anticipe beaucoup. Je prévois à l'avance en proposant des cures bien-être, des produits à utiliser avant ou pendant les vacances. Par exemple, je propose plus spontanément des huiles essentielles pour faire fuir les moustiques ou encore des produits solaires. Pour quelqu'un qui part en juillet, je vais le faire en juin car c'est notre rôle d'anticiper pour nos clients"*. Tout comme elle le fait au mois de janvier, Laurence Gillot organise deux journées portes ouvertes à son domicile de 10 heures à 20 heures pendant l'été. Ici, aussi, cela nécessite de s'organiser au préalable : *"Généralement, je choisis le dimanche et le lundi car ce sont des journées qui fonctionnent bien. J'ai arrêté les dates depuis déjà un ou deux mois car je prévois cette période en amont. Cela me permet de pouvoir en parler dès aujourd'hui lors*

de mes présentations. Je présente cela à mes clientes de façon à ce qu'elles sentent que je leur fais profiter de bonnes affaires, je leur demande si c'est quelque chose qui serait susceptible de les intéresser". Un moment privilégié qui lui permet de présenter les produits en promotion et d'évoquer son activité avec les personnes qui se sont déplacées. Néanmoins, si les gens partent moins longtemps qu'autrefois, la clientèle peut être amenée à se raréfier pendant l'été et les distributeurs doivent se diversifier.

ÉLARGIR SON CHAMP D'ACTIONS

De ce fait, certains choisissent d'aller chercher les clients là où ils se trouvent. *"Certaines vendeuses font le tour des campings pour y présenter leurs produits mais ce n'est pas mon cas, indique Laurence Gillot. J'ai essayé une fois et cela n'a pas été un grand succès car le public cherchait vraiment des offres discount, ce qui*

“La période estivale est excellente pour la vente directe.”

présent !

LES ASTUCES D'ANNE DZIURDA, distributrice chez **Forever** Living Products (beauté et bien-être)

“En été plus que le reste de l'année, il faut être à l'écoute et aller au devant des gens, profiter du fait qu'ils soient beaucoup plus accessibles que le reste de l'année. C'est l'occasion de rencontrer de nouvelles têtes et où que l'on se trouve, c'est une période vraiment facile pour créer des liens. Beaucoup de vendeuses préparent des plans d'actions longtemps à l'avance. Cela permet de dresser la liste des campings et des chambres d'hôtes à démarcher, des personnes à contacter, etc. C'est quelque chose qui doit se décider dans le courant du mois de mai. On peut également se renseigner auprès de ses amis pour savoir s'ils reçoivent, et on peut ainsi parler des produits et de l'activité elle-même pendant l'apéritif. Pour moi, démarrer l'été est beaucoup plus facile en raison de l'accessibilité des gens, c'est un moment pendant lequel tout le monde est plus épanoui.”

n'est pas notre créneau. En revanche, je me rends dans les chambres d'hôtes où la clientèle correspond plus à notre marchandise. J'ai une amie et une cliente qui en tiennent et cela n'est pas tombé dans l'oreille d'un sourd ! En chambres d'hôtes, je suis seule à vendre ce qui est plus agréable, je me cale généralement sur l'apéritif de bienvenue organisé par les gérants”. Séverine Bourdais, confie quant à elle que l'expérience de la vente en chambres d'hôtes n'a pas été un succès car la gérante n'a pas été convaincue. Elle reconnaît cependant que c'est un moyen efficace de vendre et qui peut se développer assez rapidement. La conseillère Akéo privilégie essentiellement les rendez-vous individuels durant les mois de juillet et août. “Quand je sens que je suis en quelque sorte en panne, j'organise un moment détente et généralement cela fonctionne. Tous mes rendez-vous sont calés longtemps à l'avance. Les mois de juillet et août sont plus creux en termes d'activité c'est pourquoi je tente de les échelon-



“C’est un moment particulièrement propice aux recrutements.”



ner le plus possible afin qu'ils se répartissent sur l'ensemble de la période", confie-t-elle. L'été peut donc être une vraie aubaine pour les vendeurs qui savent en tirer profit.

UNE CLIENTÈLE PLUS DISPOSÉE

"J'ai commencé mon activité de vente à domicile un 1^{er} juillet et vendre l'été n'a jamais été un problème. En revanche, quand je pars et que je prends une semaine de vacances, je ne parle plus de mon activité, je fais une vraie coupure car j'estime qu'il faut aussi savoir s'arrêter", raconte Anne Dziurda, distributrice chez Forever Living Products (beauté et bien-être). Pour elle, la période estivale n'est pas un frein à l'activité mais plutôt une véritable aubaine. Et la distributrice a fait le choix d'en profiter pleinement. "L'été on est plus souvent chez soi et il arrive que des personnes puissent également être en congés et à la maison. C'est pourquoi de mon point de vue, la période est excellente pour la vente directe d'autant que nous avons des gammes de produits adaptées. Personnellement, je ne vends pas en campings et chambres d'hôtes. Certaines distributrices le font systématiquement et c'est souvent un bon moyen, notamment en ce qui concerne les produits qui sont les nôtres. Pendant ces deux mois, les

gens ont le temps de s'arrêter et c'est un moment particulièrement propice aux recrutements car ils sont plus réceptifs et se posent déjà la question de savoir comment financer les dépenses liées à la rentrée, etc.", pointe Anne Dziurda. En outre, elle constate que les gens ont tendance à recevoir plus pendant l'été et cela lui permet de faire la connaissance des amis et de la famille de ses clients. Un moyen de faire parfois des ventes plus conséquentes que le reste de l'année.

Si elle confesse afficher d'excellents résultats, la distributrice n'adopte pas d'organisation particulière : "J'avoue ne pas avoir de stratégie pré-établie. Pour moi, les saisons changent mais les problèmes restent les mêmes. Nous devons être positives et être la vitrine de nos produits. Le rythme n'est pas le même l'été, il est plus cool. C'est pourquoi j'en profite tout de même pour reprendre mes fiches et les remettre à jour, pour repartir sur de bonnes bases à la rentrée".

UNE PÉRIODE À EXPLOITER

Pas de panique donc pour les VDI débutants que l'été pourrait effrayer. "Il y a toujours des inconditionnelles qui nous contactent pendant cette période. Ce n'est pas parce qu'il s'agit des mois de juillet et août qu'il faut se dire que l'on ne fera rien, souligne Laurence

Gillot. Aux distributrices débutantes, je conseillerais de planifier leur été dès maintenant à travers des systèmes de portes ouvertes comme je le fais. Quelque temps avant la date, je rappelle les personnes qui semblaient intéressées et généralement, cela fonctionne car 'soldes' sonne comme un mot magique. Il ne faut pas hésiter à prévoir cela en amont dès le mois de mars ou avril". Quant au mois d'août, elle explique que s'il est plus compliqué, la dernière quinzaine est néanmoins une période à exploiter, avec l'arrivée de la nouvelle collection.

Séverine Bourdais, recommande quant à elle de se rendre chez les clients avec des paniers moyens axés sur des produits qu'elle considère comme étant faciles à vendre. Elle propose également à ses vendeuses d'organiser des ateliers car elle estime que les gens ont plus de temps pour prendre soin d'eux et sont beaucoup plus détendus à cette période de l'année.

Les mois de juillet et août ne sont donc pas à bannir de votre stratégie de vente mais ils doivent bel et bien être anticipés, autant, si ce n'est plus que les fêtes de fin d'année. ■