

Scientifiques : 3 croyances à lever pour vendre mieux.

Comme beaucoup de scientifiques, peut-être vous n'aimez pas la vente. Et elle vous le rend bien ! Pourtant vous pourriez la pratiquer avec plaisir et efficacité ... pourvu de la regarder autrement.

Un conflit de valeurs

Comme nombre de scientifiques, vous pouvez être mal à l'aise dans les situations commerciales : manque de 'noblesse', règne de l'irrationnel ... « *nous n'avons pas les mêmes valeurs !* ».

Comment alors vous impliquer efficacement dans un 'geste' commercial ! Vous vous efforcerez d'y échapper, vous vous limiterez à un rôle d'expert, de chercheur, de méthodologue, ... jusqu'à prendre parfois le parti du client contre votre propre entreprise !

Domage d'être si rigoureux et créatif pour inventer et produire des solutions ... et si démuné pour les vendre !

Lever les malentendus

Une fatalité ? Et si c'était plutôt le fruit de profonds malentendus sur la vente ?

Libérez-vous de quelques croyances de scientifique, et vous serez prêt à vendre avec succès, débarrassé de vos freins et puissant de vos compétences, de votre rigueur, de votre éthique.

Croyance 1 : L'argent, c'est vulgaire

Dans les caricatures, les vendeurs sont focalisés sur l'argent (« *Quel as, il vendrait des frigos aux esquimaux* ») et prêts à tout pour le remplir (« *je les ai bien baratinés* », « *je les ai eus à l'usure* »).

Le mythe est solide. Alors, pour beaucoup de scientifiques, c'est vulgaire.

Mais c'est un mythe. Certes il y a de l'argent dans une vente ... mais dans le cadre d'un échange. Dans une transaction équilibrée, la balance a deux plateaux : je donne/reçois de l'argent, je reçois/donne de la valeur.

Concentrez-vous donc sur le plateau 'valeur' ! Et soudain vous voilà fier de résoudre des problèmes cruciaux, de contribuer à l'efficacité et au succès de vos clients, d'apporter votre pierre au progrès, ... et soudain vous voilà fier que cette valeur soit reconnue à son juste prix, et tant mieux s'il est élevé !

Alors, toujours vulgaire, l'argent ?

Croyance 2 : J'ai raison ... pourquoi 'vendre' ?

« *Le client a adoré la démo, mais il n'avance pas* », « *le client trouve notre solution excellente, mais il ne se décide pas* ». Difficile pour un scientifique de proposer des idées et solutions justes, de convaincre avec des arguments irréfutables ... et de se voir ignoré !

Sauf que 'vendre' justement, ce n'est pas convaincre. Tous les fumeurs sont convaincus de dégrader leur propre santé ... et pourtant ils fument ! A l'évidence ils n'ont pas 'acheté' d'arrêter de fumer.

Vendre, c'est convaincre ... d'agir. Peu importe d'avoir raison, votre véritable enjeu est de donner envie, de vaincre les résistances, de fédérer des individualités, d'engager vos interlocuteurs, de créer une dynamique, ... bref de vendre.

Alors, pas besoin de vendre puisque j'ai raison ?

Croyance 3 : Vendre, c'est un « art », ça ne s'apprend pas

On ne mettra peut-être pas toute la vente en équations. Quelle frustration pour un scientifique !

Mais si « irrationnel » il y a, en réalité c'est surtout du côté de l'achat : la relation, la confiance, les prises de conscience, les envies, les freins, ... que d'émotions dans une décision d'achat !

A l'inverse, que de démarches structurées, de stratégies commerciales, de techniques d'entretien, de compréhension des enjeux, ... pour amener une personne ou un groupe à changer de pratiques, à mettre en place un projet, à prendre une décision d'achat.

Combien de méthodes, de livres, de formations, de recherches universitaires sur « l'art » de bien négocier.

Quel gouffre de résultat entre un geste commercial juste et une improvisation non maîtrisée, entre un entretien commercial bien mené et une conversation de salon !

Alors, vendre ça ne s'apprend vraiment pas ?

Bruno Delezenne

FridayLink

Votre geste commercial BtoB

bruno.delezenne@fridaylink.com

Jean-Louis Galano

GalanoConsulting

Réussissez vos projets

jlq@galanoconsulting.com