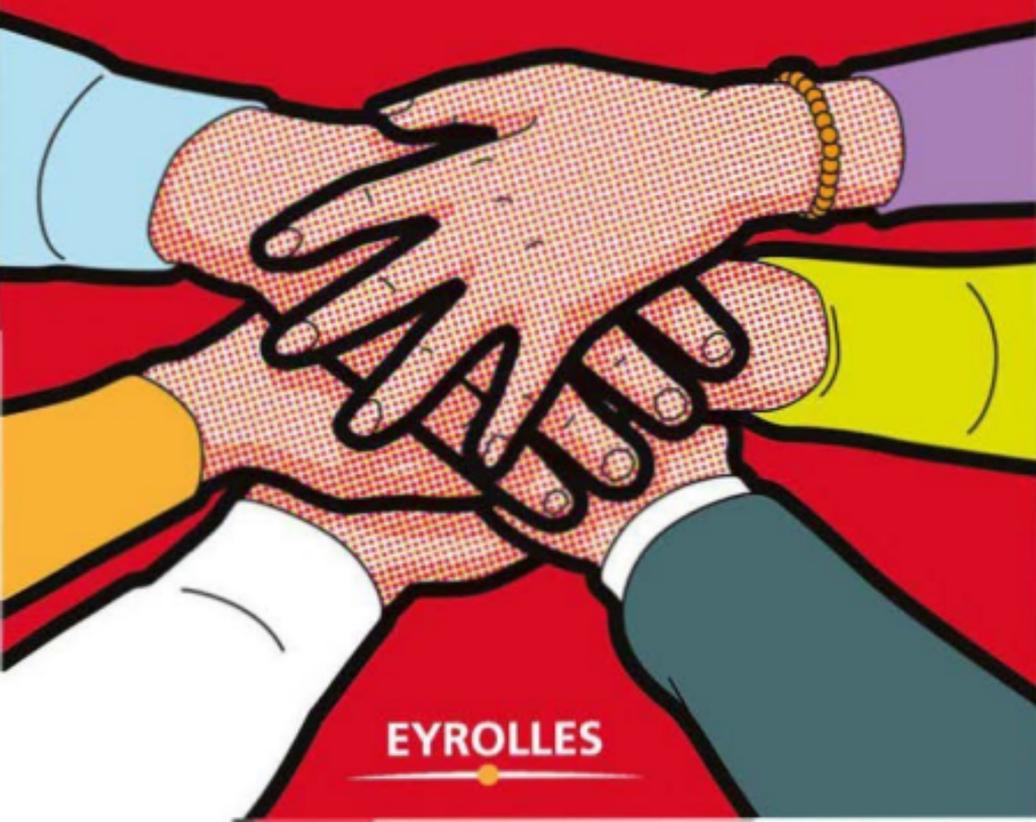


Évelyne Platnic Cohen

Préface de Philippe Bloch

# NOUS SOMMES TOUS DES VENDEURS

Idées reçues, témoignages, expériences...



EYROLLES

# NOUS SOMMES TOUS DES VENDEURS

- Un ton humoristique, un style direct, un ouvrage en rupture avec les classiques du genre.
  - Un argumentaire pragmatique pour mettre fin aux idées reçues.
  - De nombreux encadrés pratiques, des astuces utiles et l'avis de professionnels.
- 

La vente est souvent utilisée de façon intuitive, en conséquence, ses techniques restent très mal maîtrisées. Cet ouvrage met en lumière les situations, tant professionnelles que privées, dans lesquelles elle intervient.

L'objectif est d'aider le lecteur à structurer sa démarche, en lui apportant les cadres classiques de la vente et les astuces des meilleurs vendeurs.



**Évelyne Platnic Cohen** est présidente de Booster Academy, dont la mission consiste à entraîner tous ceux qui veulent développer leur pouvoir de vendre pour muscler leur impact et leurs performances.

Elle est également l'auteure de *I love business* et *Le pouvoir de vendre*.

NOUS SOMMES TOUS  
DES VENDEURS

Groupe Eyrolles  
61, bd Saint-Germain  
75240 PARIS Cedex 05

[www.editions-eyrolles.com](http://www.editions-eyrolles.com)

Du même auteur :

*I love business, idées, témoignages, expériences*, 2016

*Le pouvoir de vendre, idées, témoignages, expériences*, 2016

*Vendre aux grands comptes et comptes stratégiques*, 2014

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2017  
ISBN : 978-2-212-56749-6

Évelyne Platnic Cohen

Préface de Philippe Bloch

# NOUS SOMMES TOUS DES VENDEURS

Idées reçues, témoignages, expériences...

**EYROLLES**





# SOMMAIRE

PRÉFACE	5
---------	---

INTRODUCTION	9
--------------	---

CHAPITRE 1 <b>Je me persuade de mon pouvoir... de persuasion</b>	11
--	----

Aie confiannnce, jeune Mowgli...	13
Du pouvoir suprême de la synchronisation	15
Oh, que c'est compliqué la com' !	16
N'oublions pas l'écoute active et le feedback	19
Tout se joue pendant la première minute	20
Pas de conviction ? Alors, pas de persuasion !	22
« Ce type ne m'impressionne pas du tout ! »	23
Que d'émotions...	26

CHAPITRE 2 <b>Je n'hésite pas à raconter de belles histoires...</b>	29
---	----

1. Une « mégadose » de conviction !	32
2. Un peu de suspense ne peut pas faire de mal...	34
3. Il serait insensé... de ne pas utiliser ses cinq sens !	35
4. Le détail qui tue...	37
5. Version 1, version 2, version 3...	38
6. S'entraîner, s'entraîner... et encore s'entraîner	39
7. Les yeux dans les yeux	41

CHAPITRE 3 <b>Tic tac, tic tac, tic tac... Je suis maître de mon temps</b>	45
--	----

La procrastination, kézaco ?	47
De la grosse pierre essentielle... au grain de sable accessoire	50

Nous sommes tous des vendeurs

Faites des listes, y'a que ça de vrai ! 52

## CHAPITRE 4 La négo, une affaire de pros ! 57

Règle n° 1 : Osez commencer par une exigence élevée 63

Règle n° 2 : Si l'on vous demande une CONCESSION, répondez d'abord par un argument 65

Règle n° 3 : N'accordez une CONCESSION que moyennant une contrepartie 68

Règle n° 4 : Si vous devez RECULER, faites-le à petits pas 74

Règle n° 5 : engagez votre interlocuteur vers la conclusion 78

## CHAPITRE 5 Ne laisse pas... passer ta chance ! 81

Au fait, qu'est-ce que je désire vraiment ? 83

Pour recevoir, il suffit souvent d'y croire... 85

Y'a que les bébés qui pleurent qui têtent ! 88

Tout feu, tout flamme... tel est mon credo 92

Beaucoup... n'est jamais assez ! 96

## CHAPITRE 6 Nous sommes tous des auto-entrepreneurs 99

1<sup>er</sup> étage : être visible sur le Net 102

2<sup>e</sup> étage : apporter son input à sa communauté 106

3<sup>e</sup> étage : mettre en œuvre une stratégie médiatique 108

4<sup>e</sup> étage : profiter d'une notoriété spontanée 112

## CHAPITRE 7 La preuve par 9... de la nécessité d'être un vendeur 117

1. Dans e-commerce, il y a... commerce 117

2. Un vendeur attendu au tournant 120

3. Montée en gamme à tous les étages... 121

4. La Sephora attitude 123

5. Le « boom » de la vente à domicile 125

6. Comptable le jour, vendeur le soir 127

7. Monsieur le vendeur, raconte-moi une histoire...	128
8. Il est temps de reprendre son bâton de pèlerin	129
9. Vive le social !	130
CONCLUSION	133
INDEX	135



À Théo, Léa, Robert, Françoise, Michel, Ariel,  
avec une pensée pour Jacques et Huguette.



# REMERCIEMENTS

Je remercie toutes les personnes autour de moi qui ont accepté de m'accompagner afin d'améliorer le sort commercial de milliers de personnes chaque année.

Le dernier livre de cette trilogie ne s'adresse pas qu'aux commerciaux : j'ai décidé de vous montrer que les qualités d'un bon commercial peuvent vous aider dans votre quotidien, dans votre vie personnelle.

Si vous pensez que vous n'avez rien à vendre, vous allez être vite très surpris en lisant la suite.

Je remercie Frédéric et Françoise qui ont contribué à l'écriture de ce livre.

Je remercie Eve Chegaray , coach en communication, coach d'entrepreneurs et directrice de la BFM Académie, avec qui j'ai le plaisir de collaborer depuis plusieurs années, pour sa participation dans chaque chapitre.

