

# Vendez-vous !

**Le métier de vendeur n'a jamais été valorisé. Pourtant, nous devons tous l'être un peu, un jour ou l'autre, car pour faire avancer ses idées, ses projets et sa carrière, il faut savoir se vendre.**

« **D**e nos jours, la compétence ne suffit pas, le génie encore bien moins ; il faut se vendre », écrit l'auteure québécoise Andrée Maillet. Voilà qui est bien dit ! Car, un jour ou l'autre, nous devons mettre notre conviction au service de nos compétences pour promouvoir un projet, défendre un budget ou décrocher un emploi. Savoir se vendre est une habileté essentielle pour se démarquer. Sans cela, il est bien difficile de faire sa place au sein d'une entreprise et de faire reconnaître ses talents, tant auprès de ses collègues que des clients de l'extérieur.

Bien sûr, les qualifications professionnelles restent indispensables, mais elles ne suffisent pas pour faire avancer une carrière. Relisez la description de votre poste, et portez une attention particulière à la rubrique « Qualités requises ». Dans 80 % des cas, vous trouverez des choses du genre : « capacités relationnelles, capacité à travailler en équipe, habiletés interpersonnelles, sens politique, habiletés de communication », etc. Oui, même le super analyste doit présenter ses travaux à son supérieur et lui prouver combien ses études sont indispensables à l'entreprise. Et que dire du chef de la direction financière qui, chaque fin de trimestre, présente les résultats financiers de sa société, qu'ils soient bons ou mauvais, aux analystes et aux actionnaires, pour les rassurer et les conforter dans leurs décisions d'investissement ? Il doit savoir vendre avec finesse ses projections, répondre aux questions et résoudre les objections.

Bref, il y a peu de différences entre la vente d'un produit ou d'un service et le fait de faire sa propre promotion. Un bon vendeur se vend d'abord lui-même ; il sait écouter et s'adapter à son interlocuteur en instaurant un climat de confiance. Il connaît son produit et ses objectifs.

Au sein d'une entreprise, on préfère parler de « client interne ». À propos, avec quel service votre équipe est-elle le plus fréquemment en relation ? À qui envoyez-vous le plus souvent vos communiqués ou vos travaux ? Qui devez-vous convaincre pour faire accepter votre budget ? Du simple échange d'information à la conclusion d'une transaction, c'est dans votre façon de servir votre « client » et de bien comprendre ses besoins que vous vous démarquerez et que vous saurez vous différencier de vos collègues. De la « politique » pour certains, de la diplomatie pour les autres... D'aucuns vous diront qu'ils ne sont pas des « vendeurs de balayuses », qu'il faut les prendre tels qu'ils sont ou pas du tout. C'est vrai, la vente a bien mauvaise presse, si bien qu'on n'ose plus parler de « vendeurs », mais de « directeur au développement des affaires » ou encore de « chargé de développement commercial ».

Mais, au fond, qu'est-ce que se vendre, sinon se connaître

assez pour être capable de parler de soi et de faire valoir son point de vue en gardant toujours son objectif de départ en tête ? Il ne s'agit pas de se vanter ou de se montrer prétentieux, mais bien de savoir écouter ses clients, ses collègues ou ses partenaires pour mieux s'assurer leur collaboration.

Lorsque je rencontre un candidat, je lui demande toujours en quoi sa candidature présente un intérêt particulier. Quelle différence y a-t-il entre tel directeur financier et tel autre ? Si on s'en tient à leur description de tâches respective, il n'y en a aucune, car leurs tâches sont similaires. Ce qui les distingue l'un de l'autre, c'est leur comportement et leur aptitude à établir des relations interpersonnelles de qualité, en plus de leur expertise technique. Dans une recherche d'emploi ou dans la gestion de sa carrière, savoir se vendre commence par la rédaction du curriculum vitae et la négociation salariale, et se poursuit jusqu'à l'entrée en fonctions dans l'entreprise. Chaque étape est comparable à une démarche de développement d'affaires. Que vous soyez candidat ou déjà en poste, retenez que vous aurez toujours à suivre le même processus pour développer votre employabilité ou assurer votre avancement au sein de l'entreprise.

Alors, à défaut d'avoir la vente dans le sang, je suggère à ceux qui voudraient se perfectionner de s'entraîner régulièrement en répétant devant un auditoire neutre et extérieur. Ainsi, avant une entrevue de sélection, un discours devant l'assemblée des actionnaires ou encore une séance de négociations salariales, plusieurs répétitions permettront de maîtriser son sujet et d'être mieux préparé aux embûches. Et enfin, chez les irréductibles, le livre de Myriam Ogier *Savoir se vendre en interne* devrait allumer quelques lumières... +

\* Présidente de Vénatus Conseil  
(www.venatus.com)

