Introduction

Il n'y a réellement que quatre méthodes de base à travers le monde pour faire circuler produits et services.

- **Ventes au détail**. Tout le monde connaît bien les épiceries, les pharmacies, les grands magasins, les salons de coiffure hommes et femmes, etc. Pour acheter des produits ou recevoir un service dans ces endroits, vous devez entrer dans ces magasins.
- **Ventes directes**. Ces ventes comprennent : assurances, investissements (Sicav), cosmétiques (Avon), produits de nettoyage, produits d'entretien (Home Distribution), ustensiles de cuisine (Tupperware), vitamines et compléments alimentaires (Herbalife), bijouterie (Maty) et beaucoup d'autres.
- **Ventes à réseaux multiples** (VRM). Une méthode récente pour faire circuler des produits, introduite dans les années 1990, par laquelle quelqu'un peut bâtir une organisation en mettant en valeur la vente d'un certain produit (ou plusieurs).
- **Ventes à distance** (La Redoute). Ces ventes sont le plus souvent incluses dans la catégorie des ventes directes, alors qu'elles reposent sur des techniques de vente différentes.

© Éditions d'Organisation

Je pense qu'il n'existe pas de vendeurs-nés, pas plus qu'il n'existe de chirurgiens-nés ou d'autres professionnels-nés. Le dénominateur commun à tous ceux qui ont réussi, hommes ou femmes, est leur volonté extrême d'atteindre le but qu'ils s'étaient fixé.

Même si tout le monde pratique une forme de vente, ce mot déclenche des pensées négatives dans l'esprit de 90 % de la population mondiale. Ces pensées négatives sont encore plus importantes sur certains continents. L'Europe, par exemple, n'a pas accepté les vendeurs aussi facilement que l'Amérique du Nord (voir chapitre 8 : « Vendre », un mot tabou ?). Comme je l'ai dit, nous sommes tous impliqués dans une quelconque forme de vente. Si vous êtes marié (ou si vous l'avez été) le jour où votre tendre moitié a accepté de devenir vôtre, vous avez fait votre plus belle vente. Un avocat vend ses plaidoiries, un politicien ses idées et ses réformes, un médecin ses soins, un ecclésiastique son idéal…

Dans chaque profession, certains sont meilleurs que d'autres, mais tous ceux qui font parler d'eux sont ceux qui ont travaillé, ceux qui avaient le désir et la volonté de faire en sorte que leur vie professionnelle fût un succès.

Dans ce livre, je vous fais part de mes idées et des notions de vente directe que j'ai acquises au cours des années, j'espère vous apporter une aide qui vous permettra de vous perfectionner et de développer vos contacts, votre clientèle, vos revenus et notre merveilleuse profession.

© Éditions d'Organisation