



François Foltzenlogel

La Lettre Réagissez avec Réaxion

Maisons individuelles - mai 2021

L'ÉDITO

Coup de chaud sur les contacts !

Début avril, en moins de huit jours, des records de froid ont succédé à des records de chaleur. **Malheur au jardinier qui s'est réjoui trop tôt d'un printemps très favorable !** Il y a quinze mois les premières secousses de la crise de la Covid étaient ressenties. Personne n'aurait imaginé alors qu'à la suite d'un séisme économique et social de cette ampleur, nous aurions à gérer aujourd'hui une profusion de contacts.

S'il y a parmi vous des responsables qui se réjouissent face à cette problématique, a priori, bénéfique pour eux, le Cabinet, lui, se montre plutôt circonspect. Il constate en effet que les commerciaux, oublient les fondamentaux de leur métier et s'épuisent corps et âme pour des prospects de médiocre qualité.

L'amoncellement de contacts de ce type risque, au final, de coûter très cher aux entreprises. Pendant cette période de météo immobilière capricieuse, le Cabinet n'oublie pas de scruter l'horizon et il le voit se charger de nuages menaçants.

Qu'en sera-t-il, au cours des prochains mois, de la énième doctrine du HCSF, de l'entrée en vigueur de la RE 2020 et de la hausse des matières premières ? L'incertitude est totale et il n'est pas interdit d'envisager que le désenchantement succèdera à l'euphorie actuelle. **Malheur au constructeur qui, comme le jardinier s'est réjoui trop tôt !**

Ceux qui nous suivent sont devant.

François FOLTZENLOGEL

BILAN 2020 DE NOTRE SECTEUR

Cherchez l'erreur ! → Selon l'indice Markémétron : - 8,5 %
→ Pour les clients du Cabinet : + 7,9 %.

Une dangereuse euphorie ?

Dans les mois à venir nous aurons à affronter au moins trois défis passionnants. Le premier concerne le financement de nos clients. Le taux de refus par les banques a triplé entre 2019 et 2020. En cause, non pas la crise sanitaire mais les oukases du Haut Conseil à la Stabilité Financière. Fier de lui, le HCSF « remet le couvert » pour cet été. **Impensable que les vendeurs continuent à se désintéresser d'une vraie découverte financière !**

Le second défi concerne la protection de la marge. Si certains économistes prévoient un retour à la normale des prix des matières premières à la fin de la pandémie, le Cabinet demeure prudent dans ce domaine. Si la hausse que nous subissons depuis quelques mois ne se confirme pas, vous aurez tout loisir de réduire l'impact financier de la réglementation environnementale ou, mieux encore, **de faire progresser votre résultat.**

Le dernier défi d'importance sera l'interprétation et l'application de la RE 2020. Souvenez-vous que lors de la mise en place de la RT 2012, ce n'est qu'en janvier 2013 que nous avons eu connaissance des modalités précises de son application alors que les ventes soumises aux nouvelles normes étaient déjà conclues. Bien des constructeurs ont alors dû avaler leur chapeau !

Un professionnel n'est pas celui qui ne se trompe pas, c'est celui qui ne commet jamais deux fois la même erreur

Pour relever ces défis qui s'annoncent, le second semestre sera celui de la mise en place d'une stratégie fondée sur trois tactiques. La première visera à protéger l'érosion des marges. Une hausse de 2 à 4 % selon votre mode constructif est à instaurer immédiatement. La seconde tactique sera d'exiger de votre force de vente que soient majoritairement créés des contacts de grande qualité. Pour un contact fourni par l'entreprise, le vendeur en procurera deux, issus de la stratégie de la fusée. La troisième sera de **veiller personnellement à l'application de cette méthode** qui permet au Cabinet d'aider des petites structures comme des grands groupes à retrouver le chemin de la rentabilité.

Réaxion est là pour vous accompagner dans cette démarche salvatrice.

A lire au verso

- **Stratégie** : Les secrets du Benchmarking.
- **Bon à savoir** : Qui a peur de poser des questions a honte d'apprendre !
- **Le conseil** : Comment réduire le nombre d'offres et favoriser le closing dès le R1 ?
- **Formations**

STRATÉGIE

Les secrets du Benchmarking

Le *benchmarking* consiste à observer, étudier et analyser les techniques des autres entreprises. Ceci dans le but de s'en inspirer pour en extraire le meilleur. Si vous avez eu l'occasion de voir ou entendre la dernière publicité de *Carglass*, leader de la réparation de pare-brise, vous avez constaté qu'en fin de spot vous êtes encouragé à taper *carglass.fr* dans votre moteur de recherche et non pas la marque *Carglass* seule. En effet, pour les devancer, leurs confrères avaient acheté des mots-clés (*Google Ads*, anciennement *Adwords*). Ainsi, ils

bénéficiaient avec très peu d'efforts, de la campagne de publicité financée par le leader. En ajoutant *.fr*, Google ne détecte plus le mot clé et le site recherché apparaît en tête. C'est l'illustration d'une observation fine et permanente de la part des membres de cette profession dans une guerre au cours de laquelle il faut vite réagir pour maximiser les profits et réduire les pertes. Seul un *benchmarking* dynamique qui est en quelque sorte une stratégie de veille concurrentielle permanente, vous permettra de rattraper votre retard ou de conserver votre avance.

BON À SAVOIR

Qui a peur de poser des questions a honte d'apprendre !

Il y a quelques mois, un constructeur nous confiait son recrutement. Le candidat qui a été retenu s'avère être l'ancien collègue du commercial en poste. Intrigué, nous questionnons notre client quant à sa communication interne préalable. Le vendeur était bien informé de l'ouverture dudit poste.

Mais, pour des raisons obscures il « oublie » d'appeler son ancien collègue pour lui poser la question. Une problématique de fond se pose : combien de questions importantes votre force de vente « oublie »-t-elle aussi de poser en raison d'une attitude bien trop timorée ?

LE CONSEIL

Comment réduire le nombre d'offres et favoriser le closing dès le R1 ?

Lors de la phase de découverte, l'art commercial est de faire parler le prospect et de bien interpréter ce qu'il dit. Deux grands types de questions s'offrent à nous.

Il y a tout d'abord les questions dites fermées. Les phrases commencent souvent par un verbe : « Est-ce que ce carrelage vous plaît ? » Elles sont très utiles pour valider, cadrer et obtenir un accord. C'est une question destinée à conforter le vendeur dans sa découverte client. Remplacez, le « est-ce que » par « qu'est-ce que » et vous allez, comme par magie, obtenir une question ouverte. Les questions ouvertes servent à comprendre, à faciliter l'expression, à dialoguer, à échanger. Elles commencent généralement par un adverbe. « Comment souhaitez-vous utiliser votre jardin ? »

La qualité de la réponse dépend forcément de la qualité et de la façon dont est formulée la question. Lors du rendez-vous, poser des questions est essentiel pour découvrir et comprendre les attentes de son interlocuteur mais ne sert (pratiquement) à rien s'il n'y a pas d'écoute active. En appliquant une judicieuse alternance de questions ouvertes puis fermées, on observe une diminution des modifications et une accélération de la prise de décision.

Ainsi, face à l'afflux de contacts vous réduirez le nombre d'offres et favoriserez le closing.

FORMATIONS

réaXion


vous propose de nombreux thèmes de formation s'adressant à différents publics.

Les formations sont réalisées chez vous ou en inter-entreprises

(Paris, Lyon ou Montpellier)

Pour les programmes, dates ou

toute question : francois@reaxion.fr

- **Vendeur Efficace**
→ 15, 16 et 17 juin à Lyon & 12, 13 et 14 octobre à Paris (ou dans votre entreprise)
- **Financement** 
→ 28 et 29 septembre à Paris (ou dans votre entreprise)
- **Vendeur Performant :**
→ 7 et 8 octobre à Paris (ou dans votre entreprise)

- **Conducteurs de travaux : la relation client**
→ 30 septembre et 1^{er} octobre à Paris (ou dans votre entreprise)
- **Séminaire stratégique dirigeant**
→ 4 sessions de 2 jours à partir de janvier 2022
- **À la carte**
→ Sur mesure : dans votre entreprise



Téléchargez le catalogue complet sur www.reaxion.fr/catalogue

Ceux qui nous suivent sont devant !

Réagissez... avec

réaXion



04 677 24 883

francois@reaxion.fr

LE REFLEXE

Connectez-vous sur :
www.reaxion.fr

Retrouvez :

- Un **conseil exclusif** différent chaque mois
- Le descriptif de nos **stages de formation**
- Nos **vidéos** de présentation

Téléchargez :

- La lettre de **réaXion**