



François Foltzenlogel

Réagissez avec Réaction

AUTOMNE 2025

L'ÉDITO

Avec toutes mes excuses

Au printemps 2024, nous avons signé un article qui a fait réagir. Beaucoup. Certains d'entre vous, clients fidèles du Cabinet, ont immédiatement saisi l'intention : il n'était pas question de faire renoncer au CCMI au profit de la maîtrise d'œuvre. Le message était plus pragmatique : ceux qui allaient se retrouver brutalement sans garant devaient anticiper, plutôt que d'attendre la sanction. Vous avez compris qu'il s'agissait d'alerter et de préparer, pas d'opposer.

D'autres nous ont contactés pour exprimer leur désaccord. Ces échanges, parfois vifs, ont été précieux : ils nous ont permis d'avancer ensemble, de clarifier les enjeux et de renforcer notre compréhension mutuelle. C'est dans ces dialogues que chacun progresse, et nous vous remercions sincèrement d'avoir pris le temps d'argumenter. Nous l'avons déjà écrit : « Favorisez les désaccords en entreprise pour progresser ».

Et puis, il y a ceux qui, faute d'explication claire, nous ont catalogués en vilain petit canard. Soit. Mais vous nous connaissez : nous préférons assumer nos propos, quitte à déranger, plutôt que de rester consensuels et immobiles lorsque l'avenir de nos entreprises est en jeu.

Alors, avec toutes nos excuses si certains mots ont pu heurter, mais sans aucun regret d'avoir voulu secouer les consciences. Notre seul but reste – et restera – d'accompagner les constructeurs dans la tempête, pour que demain, vous soyez encore debout.

Ceux qui nous suivent sont devant !

François FOLTZENLOGEL,

Le commerce a changé...

Il y a encore dix ou vingt ans, nos clients arrivaient en rendez-vous avec une calculatrice et un projet de vie. Aujourd'hui, ils arrivent avec un smartphone, des captures d'écran et... beaucoup d'exigences. Le commerce a changé, et nos méthodes doivent évoluer avec lui.

« Une certitude est une idée que l'on tient pour vraie »

D'abord, les clients ne sont plus épargnants. Habités à l'argent « pas cher » des dernières années, ils peinent à comprendre la nouvelle réalité des taux et des efforts financiers. Ils ont intégré la logique du crédit facile, mais pas forcément celle de l'effort d'épargne. Résultat : il faut leur réapprendre la valeur d'un projet, le long terme, et la notion de compromis.

Il y a des convictions qui vous clouent au sol...

Ensuite, leur imaginaire s'est déplacé. Là où les fondations, l'orientation ou la qualité d'isolation faisaient autrefois rêver, la discussion démarre désormais par la cuisine équipée, le dressing ou la déco. Ce n'est pas un caprice : c'est le reflet d'une société où l'image et le confort immédiat priment sur la structure invisible. À nous de traduire ces envies « déco » en arguments patrimoniaux et sécurisants.

Troisième évolution : l'hyper-information. Internet, l'IA, les forums et même les protections juridiques transforment chaque client en pseudo-expert. Ils arrivent armés de chiffres, de textes de loi, d'avis contradictoires. Parfois justes, parfois erronés... mais toujours présentés

avec assurance. Ici, le rôle du vendeur change : il ne s'agit plus seulement d'informer, mais de hiérarchiser, de clarifier, de redonner confiance.

...et d'autres qui vous donnent des ailes

Quatrième mutation : l'âge des acheteurs. Avec la hausse des prix, l'accession se décale. Les clients sont plus âgés, plus installés, parfois en deuxième projet de vie. Ils apportent plus de fonds propres... mais aussi plus d'attentes, et moins de tolérance aux approximations.

Enfin, dernière transformation : l'impatience. La génération Amazon veut tout et tout de suite. Plans, devis, simulations, réponses... La réactivité n'est plus un atout, c'est un prérequis.

Alors oui, le commerce a changé. Mais au fond, une chose demeure : les clients ne cherchent pas une maison, ils cherchent la sécurité, la reconnaissance et l'accompagnement. Ceux qui sauront lire et répondre à ces nouvelles attentes, plutôt que les subir, transformeront ces évolutions en avantage concurrentiel décisif.

A lire au verso

> STRATÉGIE :

Le syndrome du gentil garçon

> BON À SAVOIR :

Le premier ambassadeur de votre image

> LE CONSEIL :

Anciens prospects : une mine d'or souvent ignorée !

> FORMATIONS

STRATÉGIE

Le syndrome du gentil garçon

Dans chaque équipe commerciale, il y a ce profil : souriant, serviable, toujours prêt à dire oui. Sympa ? Oui, mais performant... pas trop. C'est le syndrome du **gentil garçon** : vouloir plaire à tout prix, éviter les tensions, chercher l'approbation au détriment de la signature.

Le problème est simple : un client n'a pas besoin d'un copain. Il veut un pro. Le vendeur gentil multiplie les rendez-vous, conseille, accorde des remises avant même qu'on les lui demande, passe des heures à expliquer... mais repart les mains vides. Pire : il habitue le prospect à mener les débats.

BON À SAVOIR

Le premier ambassadeur de votre image

La croyance veut que la réputation d'un constructeur se joue à la vente. C'est faux : elle se joue sur le terrain. Le conducteur de travaux n'est pas seulement un technicien, c'est le **premier ambassadeur de l'entreprise** aux yeux du client.

Lors de nos interventions en entreprise, nous constatons que leur technicité est (presque) sans faille, mais que la communication est trop souvent défailante.

Trois règles simples font la différence :

Être vendeur, ce n'est pas être complaisant. C'est cadrer. Poser des limites claires. Dire **non** quand c'est nécessaire. Reformuler pour comprendre les attentes. Challenger avec assurance. Chaque échange doit ramener vers une décision. Et c'est cette fermeté – tranquille, assumée – qui inspire confiance.

Le client ne respecte pas le "gentil" qui évite le conflit. Il suit le vendeur qui assume son rôle de guide, qui tranche, qui propose une voie claire. C'est cette autorité, alliée à une écoute sincère, qui transforme un rendez-vous en contrat signé.

Soyons clairs : la gentillesse rassure. Mais seule une fermeté bienveillante conduit à la signature.

- **Communiquer en avance** : prévenir plutôt que subir les appels, même quand il s'agit d'annoncer une mauvaise nouvelle.

- **Poser un cadre clair** : fixer les règles de communication, expliquer les droits mais aussi les devoirs, pour éviter les malentendus.

- **Valoriser chaque étape** : proposer des rendez-vous réguliers sur site. Cela permet de reprendre la main et de regrouper les questions.

Chaque maison est une vitrine. Bien gérée, elle génère recommandations et parrainages. Mal gérée, c'est la foudre des réseaux qui s'abat sur vous ! Former et accompagner ses conducteurs, c'est protéger ses ventes... et préparer les prochaines.

LE CONSEIL

Anciens prospects : une mine d'or souvent ignorée !

L'automne est là, il est temps de rouvrir vos fichiers clients. À l'intérieur, dorment des ventes de fin d'année. Concrètement, que faire ?

Identifiez vos anciens contacts : qu'ils soient non-financiables d'hier, hésitants, projets tombés à l'eau... **Planifiez une relance immédiate** : prenez 2 demi-journées, listez 50 noms, et appelez-les. Pré-rédigez une trame d'appel pour être efficace. **Utilisez un prétexte simple** : portes ouvertes d'octobre, nouveautés techniques, ou tout simplement "où en êtes-vous de votre projet ?". **Soyez direct** : proposez un rendez-vous sous dix jours, pas plus.

Les statistiques que nous avons observées chez nos clients : 1,5 % de réactivation annuelle, avec des taux de transformation de 25 à 40 %. Autrement dit : sur cinquante appels, vous pouvez déclencher **une à deux ventes fermes**.

C'est simple, très peu coûteux, et redoutablement efficace. Vos anciens prospects n'attendent qu'un signe. À vous de le leur donner.

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 (neuf et rénovation) :

> 21, 22 et 23 octobre 2025 à Paris**

• Financement - certifiant DCI*

> 2 et 3 décembre 2025 à Paris**

• Vendeur Performant :

> 11 et 12 décembre 2025 à Paris**

• Conducteurs de travaux : la relation client

> 9 et 10 décembre 2025 à Paris**

• Groupe de travail dirigeants :

> 2 à 3 sessions par an à Paris ou Lyon



- **À la carte** sur mesure : dans votre entreprise

- **En visio** : toutes nos formations sont disponibles en distanciel



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

* : formation certifiante autorisant la mise en relation - ** ou dans votre entreprise

Réagissez... avec RéaXion



06 222 601 42

francois@reaxion.fr

LE REFLEXE

www.reaxion.fr

- Le descriptif de nos **stages de formation**
- Notre chaîne **You Tube**
- Les actus de **RéaXion**