

— GUIDE • OUTIL —

LES 10 NOUVELLES RÈGLES DE LA VENTE



GUIDE - OUTIL

LES 10 NOUVELLES RÈGLES DE LA VENTE

par Vincent Fournier

Pour davantage de contenu pertinent, visitez:

www.vincentfournier.ca
www.vincentfournier.ca/blogue

Vincent Fournier, M.A.

Conférencier | Auteur | Formateur | Conseiller stratégique

3-1085 rue Bourdages

Québec (Québec) G1M 3K5

T. : 581 982-6518

vincent@vincentfournier.ca

© - 2026 Vincent Fournier

Tous droits réservés, reproduction strictement interdite
sans autorisation de l'auteur.

Imprimé et relié au Canada

REPRODUCTION STRICTEMENT INTERDITE.

Le détenteur des copyrights publiés dans cette page n'autorise aucun usage de ses créations, en tout ou en partie. Les archives de CopyrightDepot.com conservent les documents qui permettent au détenteur de démontrer ses droits d'auteur et d'éventuellement réclamer légalement une compensation financière contre toute personne ayant utilisé une de ses créations sans autorisation. Conformément à nos règlements, ces documents sont assermentés, à nos frais, en cas de procès pour violation de droits d'auteur.

Table des matières

4		Introduction
7		Savoir-être relationnel
9		Cultiver notre image de marque et devenir attractif
11		Cibler sa clientèle et s'adapter à leur réalité
13		Écouter avec tous ses sens pour mieux comprendre
15		Offrir des solutions aux problèmes et aux défis
17		Déceler les motivations d'achat
19		Communiquer et informer
21		Miser sur ses forces pour se démarquer
23		Être connu par beaucoup de monde
25		Développer une présence stratégique afin d'être mémorable
27		Conclusion
30		À propos de Vincent Fournier
31		Encore plus



INTRODUCTION

Vendre a toujours fait partie de nos vies, car comme le dit si bien le grand conférencier et auteur Jean-Marc Chaput, « vivre c'est vendre! ». Malheureusement, la vente a souvent eu mauvaise presse et que dire du vendeur! Lorsque nous interrogeons notre entourage, nous constatons rapidement que plusieurs n'aiment pas ressentir le sentiment de se faire vendre quelque chose, mais que paradoxalement, tout le monde avoue adorer acheter!

Mais quelle est donc la véritable différence entre vendre et acheter?

Il existe probablement des milliers de réponses potentielles à cette question. Tout bien considéré, en réalité, la ligne est mince.

C'est une simple question de perspective!

Trop souvent nous cherchons à développer des qualités de bon vendeur ou de bon commercial sans nous préoccuper sincèrement de celui à qui nous vendons. Comment vendons-nous? Qui est notre client? Quels sont ses besoins? Comment pouvons-nous l'aider? Bref, nous accordons trop peu d'importance aux raisons et aux motivations qui poussent les gens à acheter.

Selon moi, la principale erreur du vendeur ou du commercial est de vouloir s'asseoir dans le siège du conducteur, alors que sa place est dorénavant dans celui du passager!

Cela signifie que l'ancien modèle de vente que nous connaissons depuis des années qui consiste en une introduction, un discours de vente et une conclusion, n'existe plus. Il est mort!

Aujourd'hui, les gens sont devenus imperméables à ce processus de vente lui ayant été exposé trop fréquemment. Je m'étonnerai toujours que cette pression de vente et cette technique « dépassée » soient encore présentes et utilisées dans une multitude de commerces visités ou lors d'appels de sollicitation à froid. Ces pratiques ont tellement été enseignées et encouragées qu'elles sont maintenant connues de tous et donc, devenues facilement détectables!

Le consommateur est maintenant davantage informé et formé, ce qui fait de lui un individu de plus en plus exigeant. L'ère des nouvelles technologies lui permet d'avoir accès à de nombreux outils lui fournissant déjà plusieurs informations et conseils.

Combien d'entre vous avez déjà fait des recherches sur Internet avant de vous porter acquéreur d'un bien?

Tous, probablement!

Le consommateur d'autrefois consommait par utilité. Aujourd'hui, ce consommateur n'est plus, car il est devenu un « **consomm-acteur** »

C'est-à-dire, qu'il veut vivre une expérience et faire partie du processus d'achat. Il veut occuper le rôle principal dans le théâtre de la vente.

Celui du vendeur ou du commercial en est maintenant un de copilote, d'accompagnateur, d'éclaireur et de conseiller, afin de faire partie de l'environnement immédiat de son client pour être présent pour lui quand il sera prêt à acheter!

Bref, son mandat est de devenir l'allié de son client.

Vous découvrirez donc dans ce livre numérique, les **10 nouvelles règles de la vente** afin de propulser vos ventes et d'optimiser vos performances dans cette nouvelle économie et cette ère de changement.

Bonne lecture et bon succès à tous!

Cordialement,

Vincent Fournier
Optimisateur de performance



1. AVOIR UN SAVOIR-ÊTRE RELATIONNEL

Nous ne vendons plus de la même façon qu'il y a vingt ans! Les techniques de vente très populaires autrefois - une introduction, un « pitch » de vente et une fermeture - nous ont tellement été enseignées et inculquées qu'elles sont maintenant facilement détectables et repoussantes pour bien des individus.

Le consommateur du 21e siècle fait confiance aux gens qu'il apprécie et se méfie des « vendeurs ».

Ainsi, l'approche-client est désormais beaucoup plus personnalisée et communicationnelle. Elle s'inscrit dans un modèle de vente relationnelle durable.

Il est donc essentiel, dans un contexte de développement des affaires, de chercher à maintenir des relations à long terme avec sa clientèle.

Pour réussir dans la vente, il est primordial de développer et d'entretenir cette relation, car c'est grâce à votre savoir-être relationnel que vous favoriserez la confiance. Et cette confiance est votre principale clé afin de fidéliser votre clientèle.

Personne ne souhaite faire affaire avec des gens antipathiques. Alors, soignez vos comportements et vos attitudes!



2. CULTIVER SON IMAGE ET DEVENIR ATTRACTIF

La mode des appels à froid est totalement révolue! Il faut maintenant développer des compétences d'attraction en cultivant son image de marque. L'image est un déclencheur de transactions, l'image fait vendre.

Les gens n'achètent pas simplement qu'un produit ou service : ils achètent d'abord un individu, une compétence, une crédibilité, une réputation voire une notoriété. Leur choix est dicté par leurs émotions plutôt que par leur raison, car ce sont nos émotions qui façonnent nos pensées et nos comportements.

Une émotion ne se transmet pas par un produit ou un service. Elle se transmet par un individu et prend force à travers le filtre de son image de marque!

Alors, que vous soyez un individu, un employé, un travailleur autonome ou un chef d'entreprise, vous devez apprendre à vous mettre en valeur et à augmenter votre visibilité afin que votre image soit davantage connue et surtout reconnue. Car c'est cette reconnaissance qui vous apportera assurément de nouveaux clients prêts à vous acheter.

***Vous avez le devoir de cultiver
et de communiquer votre
image de marque
car celle-ci reflète souvent
l'importance que vous lui accordez.***



3. CIBLER SA CLIENTÈLE ET S'ADAPTER À LEUR RÉALITÉ

Il est opportun et nécessaire de déterminer votre clientèle cible, votre marché naturel, votre client idéal.

Vous ne pouvez pas répondre aux besoins de tous et encore moins vous adresser de façon identique à tout le monde.

La formule de vente magique ne fait pas encore partie de ce monde!

Le ciblage vous oblige invariablement à une réflexion et une analyse plus poussée de votre clientèle actuelle et future. Parallèlement, le fait de mieux connaître votre clientèle cible vous permet de déceler plus facilement leurs besoins, mais également de mieux comprendre leurs comportements, leurs habitudes et leurs motivations d'achat.

Qui sont vos meilleurs clients? Avec quels clients avez-vous le plus d'affinités?
Quels type de clients vous motivent et vous poussent à vous dépasser?

Prenez le temps de vous interroger sur vos relations clients et surtout à définir votre client idéal. La clé de votre réussite s'y cache fort probablement!

Cibler *votre clientèle vous permettra*
de bien les comprendre, d'adapter
*votre **message** en conséquence*
*et de parler le même **langage** qu'eux.*



4. ÉCOUTER AVEC TOUS SES SENS POUR MIEUX COMPRENDRE

Longtemps, on nous a enseigné l'art de bien communiquer en vente afin de bien se faire comprendre. Cependant, au préalable, le véritable objectif n'est pas de se faire comprendre mais plutôt de comprendre notre client, ses besoins, ses motivations, ses aspirations.

Dans ce contexte, le seul outil efficace à notre disposition pour bien connaître et comprendre notre client est l'**écoute**.

Toutefois, si vous vous contentez d'écouter seulement avec vos deux oreilles, vous ne capterez qu'une parcelle du message. Ne négligez jamais le langage non-verbal. L'écoute doit être faite avec tous nos sens afin de multiplier notre taux d'absorption et de rétention de l'information.

Lorsque vous êtes avec un client, est-ce que vous écoutez pour répondre ou vous écoutez pour comprendre?

Parce que si vous écoutez pour répondre, cela signifie que vous êtes en train de vous parler! Vous hypothéquez donc votre capacité d'écoute!

***Trop souvent, la personne
qui parle s'écoute
et la personne qui écoute
se parle!***



5. OFFRIR DES SOLUTIONS AUX PROBLÈMES ET DÉFIS DE VOS CLIENTS

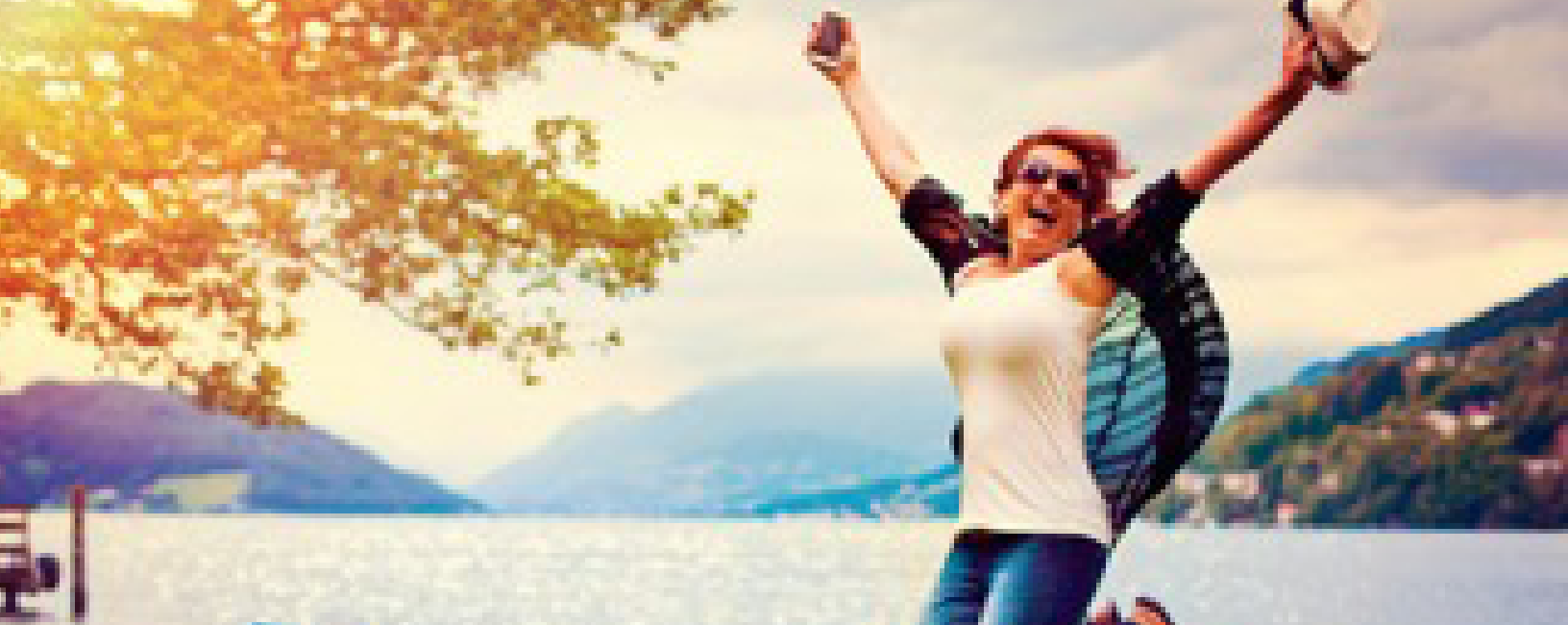
Est-ce que vous vendez des produits ou des services? Non! Vous offrez des solutions aux problèmes et aux défis de vos clients.

Il est fondamental de bien connaître votre clientèle, car plus vous serez en mesure de recueillir de l'information sur vos clients, plus vous pourrez la colliger, plus vous développerez une vue à 360 degrés. En conséquence, vous aurez en main tous les outils nécessaires pour développer une relation solide et efficace, devenir l'allié de vos clients et finalement, augmenter vos résultats.

Quoiqu'il soit important de connaître leurs données démographiques et leurs portraits personnels et professionnels, il est fondamental de connaître à quels enjeux ils font face? À quels pièges ils sont confrontés? Qu'est-ce qu'ils tentent d'éviter ou d'atteindre? Qu'est-ce qu'ils souhaitent devenir? Quels sont leurs besoins pour progresser davantage?

En conséquence, vos produits ou services doivent être des solutions et des recettes simples afin de répondre aux questionnements, aux préoccupations et aux défis de vos clients.

Il est primordial de savoir quels sont les préoccupations, les défis, et les difficultés que vos clients expérimentent au quotidien car c'est là, que votre rôle prend tout son sens.



6. DÉCELER LES MOTIVATIONS D'ACHAT DE VOS CLIENTS

Pourquoi achetons-nous? Qu'est-ce qui nous incite réellement à consommer?

Plusieurs répondront que nous consommons en fonction de nos besoins. Ceci n'est pas faux, mais parallèlement, ceci n'est pas une vérité absolue

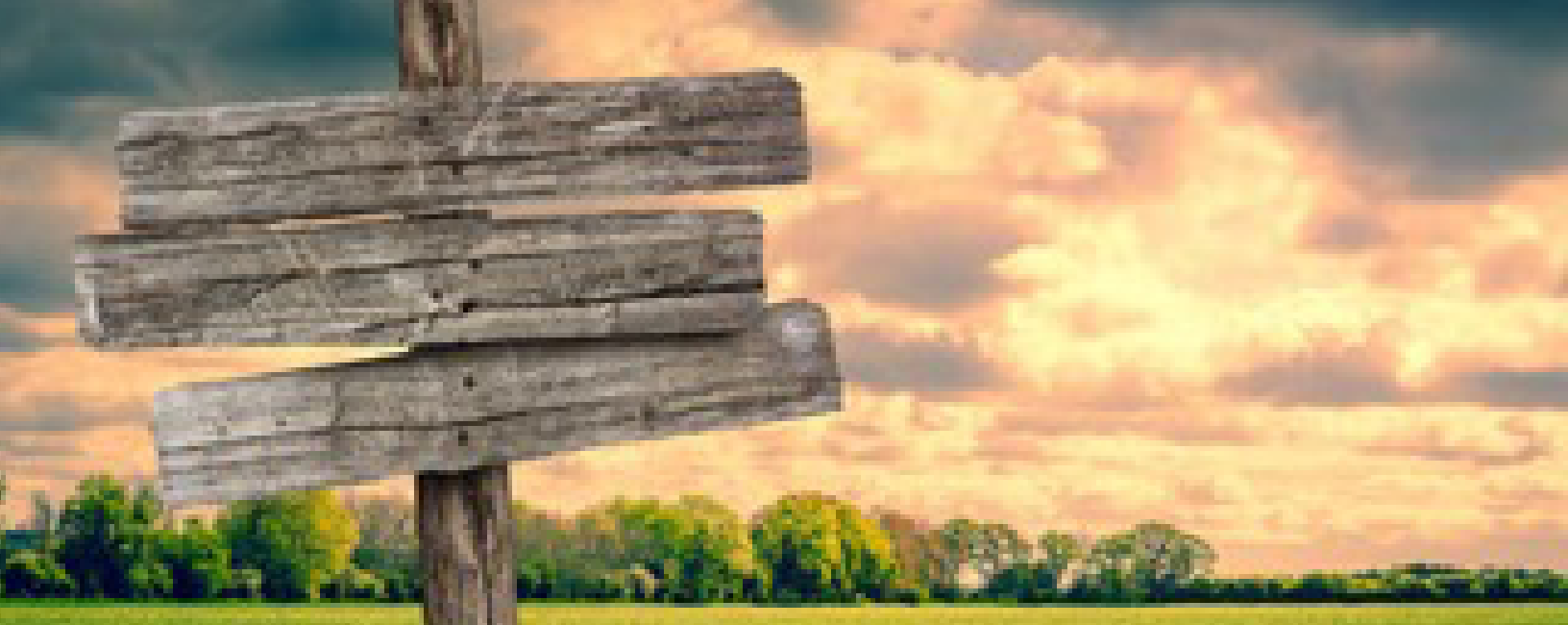
Il vrai qu'une tactique efficace afin d'augmenter ses ventes est de répondre aux besoins de nos clients. Toutefois, qui d'entre vous n'avez jamais fait face à des objections malgré la compréhension des besoins?

Les besoins se bâtissent sur les motivations d'achat de vos clients.

Afin de découvrir les véritables motivations d'achat de vos clients, votre meilleur outil est le «Pourquoi?» Exemple: vous êtes un vendeur automobile et votre client vous dit avoir besoin d'un véhicule offrant une faible consommation d'essence. «Pourquoi? Parce que je fais beaucoup de route et je veux économiser davantage». Donc, son besoin est la faible consommation d'essence, mais sa motivation principale est l'économie. En conséquence, nous n'aborderons pas la discussion sous le même angle!

L'humain va toujours rechercher le GAIN que votre offre va lui apporter. Si vous conservez cette réalité omniprésente dans chacun de vos échanges, interactions, dispositifs de communication ou de vos différentes actions, vous améliorerez assurément vos performances.

***Nous consommons tous afin
d'avoir davantage de plaisir ou
pour éviter la douleur.***



7. COMMUNIQUER ET INFORMER AVANT DE PROMOUVOIR

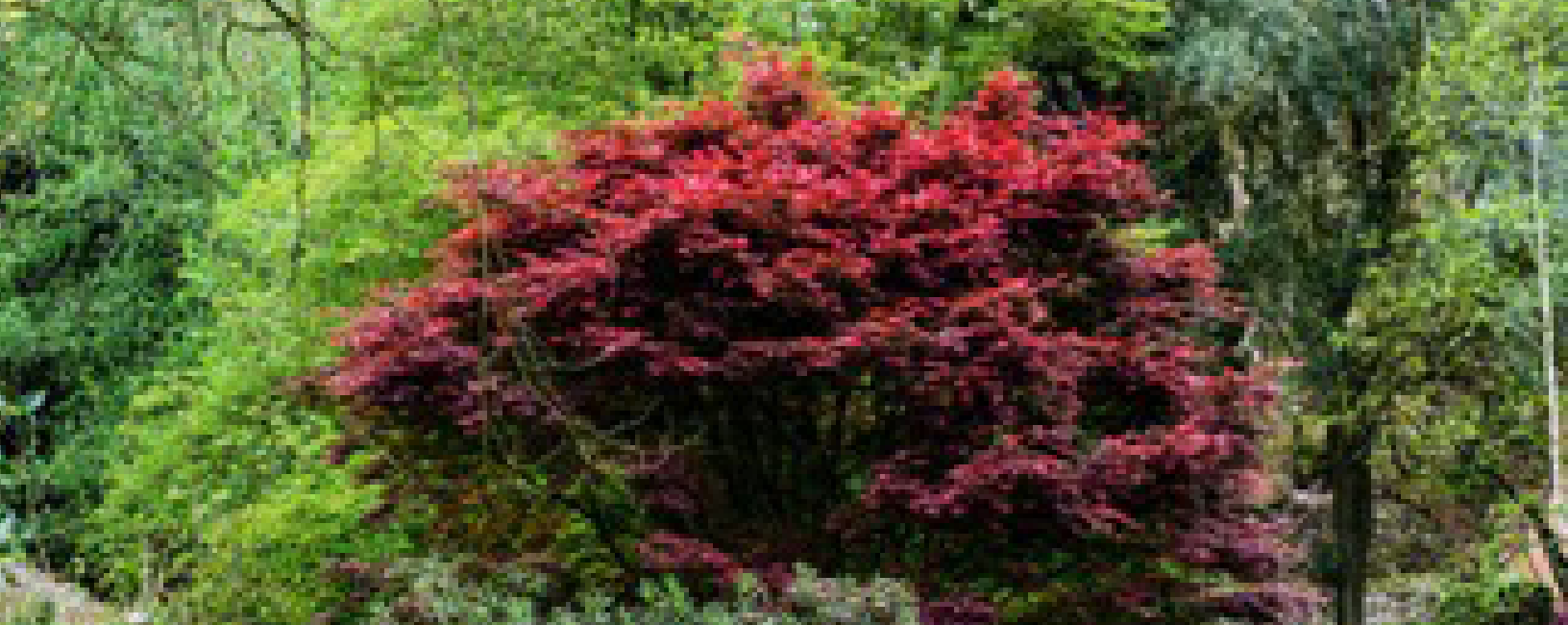
Rappelez-vous, le **consomm'acteur** veut faire partie intégrante du processus d'achat. Il est continuellement, consciemment ou non, à la recherche d'information de qualité qui saura nourrir son esprit et surtout guider ses comportements de consommation. Sachez que sans communication et partage d'information, une relation ne peut grandir.

En conséquence, engagez le dialogue, favorisez la discussion, conseillez sincèrement, partagez du contenu, enseignez, informez, expliquez et offrez de la valeur ajoutée. Le vendeur ou commercial d'aujourd'hui doit miser davantage sur ses qualités communicationnelles et relationnelles.

Diversifiez vos points de contact, vos outils de communication et vos tactiques de développement en ayant toujours le souci d'être instructifs et aidant pour vos clients.

Sachez toutefois que donner sera toujours la meilleure des communications. Soyez généreux avec vos clients. Partagez vos recettes, vos conseils, offrez des échantillons ou du temps de consultation gratuit.

***Démontrez à vos clients à quel point
ils sont importants pour vous
et vous deviendrez
important pour eux!***



8. MISER SUR SES FORCES POUR SE DÉMARQUER

Dans notre société d'aujourd'hui, lorsque nous souhaitons nous améliorer, tout le monde nous incite malheureusement à travailler sur nos faiblesses. Cependant, si vous voulez exceller en affaire et être remarquable afin que l'on vous achète davantage, il est nécessaire de connaître vos atouts principaux et les mettre en lumière pour vous distinguer de vos concurrents. C'est-à-dire, qu'il faut déterminer sa propre couleur, se positionner et être unique.

En conséquence, je vous suggère de vous désintéresser de vos faiblesses et d'arrêter d'y mettre autant d'efforts.

Mettez davantage l'accent sur vos forces, développez vos talents et vous verrez que vos faiblesses vont s'atténuer d'elles-mêmes.

Alors cessez d'essayer d'être comme votre voisin, votre compétiteur ou encore celui que vous trouvez extraordinaire. À agir de cette façon, vous n'en serez qu'une pâle copie. Plutôt, inspirez-vous de gagnants, de modèles de réussite, de gens que vous choisiriez comme mentors et adaptez leurs actions, leurs faits et leurs gestes à votre propre image de marque.

***Sachez cultiver votre différence
afin de susciter la préférence.***



9. ÊTRE CONNU PAR BEAUCOUP DE MONDE

Il y a plusieurs années, nous entendions que pour être un bon vendeur il fallait connaître beaucoup de monde. Maintenant, pour augmenter vos résultats, les gens doivent VOUS connaître davantage! Plus votre image de marque sera forte et reconnue, plus votre notoriété s'accroîtra car une notoriété est définie, entre autres, par le nombre de personnes qui vous connaissent.

Cette notoriété croissante vous amènera à son tour l'estime et la confiance du public. C'est cette confiance qui vous permettra alors de bâtir des relations solides et d'obtenir de meilleurs résultats.

En conséquence, sortez rencontrer des gens, utilisez stratégiquement les médias sociaux, multipliez les occasions de communiquer avec vos clients. Bref, sachez profiter des opportunités pour vous faire connaître!

***Plus vous agrandirez votre
cercle d'influence,
plus vous diversifierez vos
moyens de communication,
plus vous serez connus
pour votre expertise et plus
les gens **viendront
naturellement
vers vous!*****



10. DÉVELOPPER UNE PRÉSENCE STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE MÉMORABLE

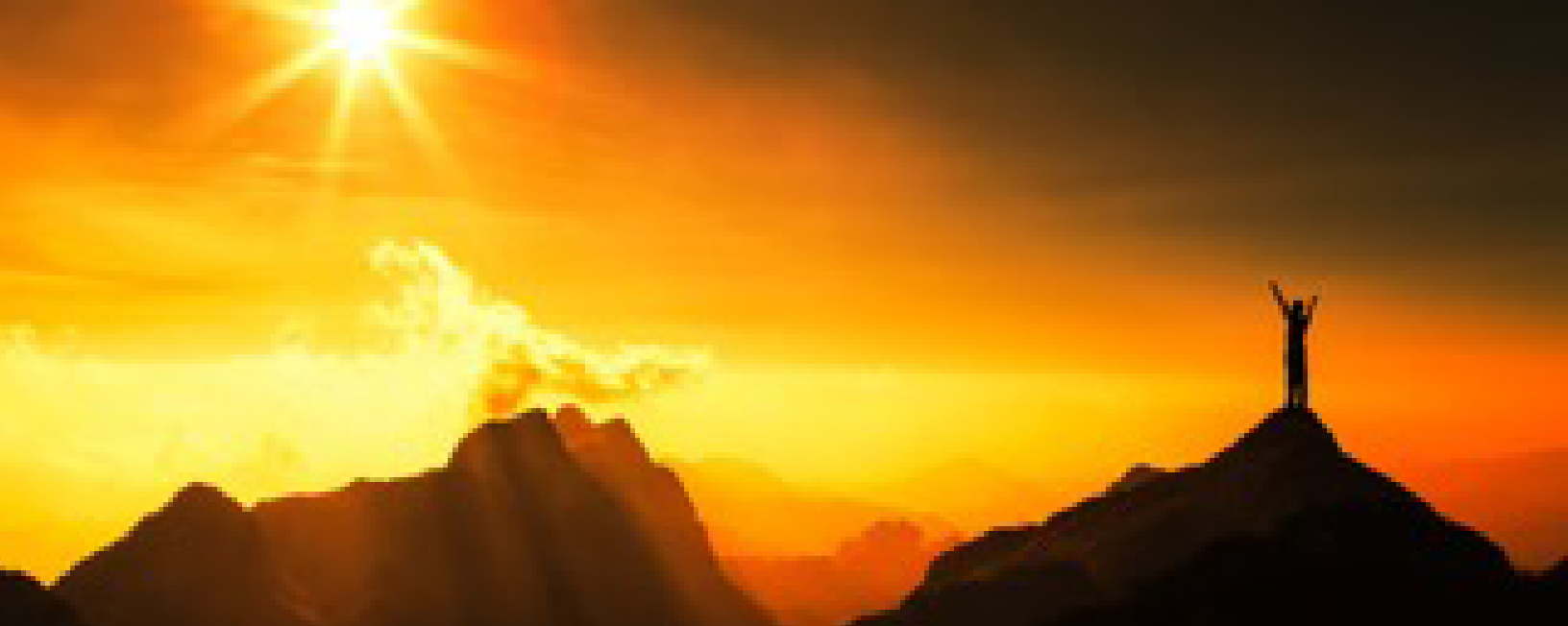
Avoir une présence stratégique signifie de demeurer constamment à l'esprit de vos clients afin qu'ils ne vous oublient pas! C'est l'art de devenir mémorable.

La stabilité en développement des affaires se crée par la diversité de vos moyens et de vos types de communications.

C'est-à-dire de communiquer, formellement ou informellement, avec vos clients selon différents dispositifs adaptés à leurs habitudes de consommation, en leur offrant du contenu qui saura leur plaire et surtout en les aidant à atteindre leurs objectifs. Ceci signifie qu'il vous faut fournir vos meilleures recettes, donner vos précieux conseils et offrir vos stratégies gagnantes.

Bref, il faut vous assurer que vos clients ne vous oublient pas en développant et mettant en place une stratégie de canaux-multiples à valeur ajoutée qui varie les moyens de communication. Appels téléphoniques, rencontres clients, courriels, infolettres, blogue, médias sociaux, webinaires, séminaires, ateliers, conférences, publicité, etc., sont tous des outils pour demeurer présent à l'esprit de vos clients et surtout, devenir mémorable!

***En vente, votre seule défense
c'est votre présence!***



CONCLUSION

Pendant toutes mes années sur le marché du travail et surtout maintenant comme entrepreneur, j'ai développé, testé et employé plus souvent qu'autrement, ces règles et j'ai constamment atteint et même dépassé les objectifs que l'on m'avait donnés et ceux que je m'étais fixés.

Appliquez ces 10 règles et vous pourrez,

Arrêter de vendre et laisser vos clients vous acheter!

Se faire acheter est assurément un exercice plus adapté à notre nouvelle ère de consommation, que de vendre selon les anciens principes. Votre croissance sera plus constante et présentera une solidité qui saura vous apporter une sécurité certaine.

La réussite en affaire passe par la qualité de nos communications et l'entretien de nos relations.



D'ailleurs, à cet effet, c'est l'expert en leadership, avocat et auteur canadien, Robin Sharma qui disait:

« Les affaires sont à-propos des relations. Si vous ne comprenez pas les gens, vous ne comprenez pas les affaires! »

L'humain doit maintenant être au cœur de notre approche relationnelle afin de bien tirer notre épingle du jeu dans notre économie moderne où la consommation a pris un virage qui nous oblige à nous adapter.

Malheureusement, si vous persévérez et maintenez vos anciennes méthodes et techniques de vente, c'est la déchéance que je vous prédis.

Prenez le virage! Remettez-vous en selle! Prenez action et atteignez des résultats à la hauteur de votre potentiel!

Et, n'oubliez jamais:

***Personne n'aime se faire vendre,
mais tout le monde adore acheter!***

LES 10 NOUVELLES RÈGLES DE LA VENTE

Avant

- Savoir-faire technique
- Faire des appels à froid
- Vendre à tout le monde
- Parler pour se faire comprendre
- Vendre des produits ou services
- Créer des besoins
- Faire de la promotion
- Améliorer ses faiblesses pour être meilleur
- Connaître beaucoup de monde
- Vendre à tout prix

Maintenant

- Savoir-être relationnel
- Cultiver notre image de marque et devenir attractif
- Cibler sa clientèle et s'adapter à leur réalité
- Écouter avec tous ses sens pour mieux comprendre
- Offrir des solutions aux problèmes et défis
- Déceler les motivations d'achat
- Communiquer et informer
- Miser sur ses forces pour se démarquer
- Être connu par beaucoup de monde
- Développer une présence stratégique afin d'être mémorable

vincentfournier.ca

À PROPOS DE VINCENT FOURNIER

Détenant plus de 30 ans d'expérience dans des domaines aussi variés que la vente, le développement des affaires, le service à la clientèle, la gestion stratégique, les communication-marketing et les finances, Vincent Fournier sait mettre l'accent sur la résolution de problèmes et l'optimisation des performances en alliant intelligemment ses qualités rationnelles et créatives.

Il est l'auteur du livre Best-Seller **« Arrêtez de vendre, laissez vos clients vous acheter ! »** ainsi que du livre **« Propulsez vos affaires – Les 5 piliers fondamentaux pour développer votre sens des affaires »** tous deux parus chez Béliveau Éditeur. Il détient une maîtrise en communication, un diplôme d'études supérieures spécialisées en relations publiques, un certificat en gestion des ressources humaines, un diplôme en planification financière ainsi qu'un certificat en communication. Il est formateur agréé par la Commission des partenaires du marché du travail aux fins de l'application de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre au Québec, présentateur virtuel certifié par eSpeakers et également membre de l'Association Professionnels des Conférenciers et Formateurs du Canada (CAPS).

Ses milliers de clients rencontrés additionnés aux plusieurs milliers de personnes qui ont assisté à l'une ou l'autre de ses conférences et formations, jumelés à ses différents postes au sein de moyennes et de grandes organisations lui ont permis d'apprendre et de maîtriser un large éventail de tâches et d'enjeux corporatifs lui permettant d'imaginer des solutions créatives, d'élaborer de nouvelles options et de trouver de nouvelles tendances facilitant ainsi le changement et l'atteinte des objectifs.

Reconnu pour son éloquence, son dynamisme et ses aptitudes à rallier et à motiver les participants, Vincent Fournier tire une énorme satisfaction à cultiver leur potentiel et optimiser leur performance.



ENCORE PLUS

Vous en désirez davantage? Voici où vous pouvez retrouver plusieurs autres contenus pertinents :

Rendez-vous à www.vincentfournier.ca :

Vous y trouverez là tous les détails de conférences et de formations connexes.

Visitez www.vincentfournier.ca/blogue :

Vous y retrouverez une foule d'informations et de trucs pouvant propulser vos ventes.

Vous pouvez également, vous procurer une copie de mon livre ***Arrêtez de vendre, laissez vos clients vous acheter!*** en consultant la boutique en ligne de mon site à www.vincentfournier.ca/boutique.

PODCAST | Propulsez vos affaires :

Le podcast par excellence pour les professionnels, les travailleurs autonomes et les entrepreneurs qui désirent optimiser leur performance tout en conservant équilibre et liberté pour une vie extraordinaire à la hauteur de leur attente pour un plus grand sentiment de fierté et de réussite.

Sachez que vous pouvez également écouter, en mode audio, toutes les capsules et entrevues via la plateforme de votre choix :

- [Youtube](#)
- [Apple Podcast](#)
- [Spotify](#)

RÉSEAUX SOCIAUX

- [Facebook](#)
- [Linked In](#)
- [Tiktok](#)
- [Youtube](#)