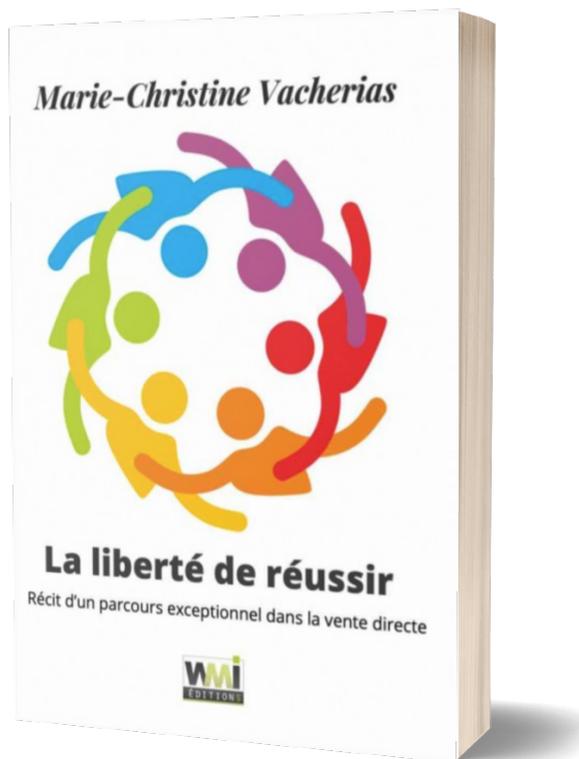


Extrait offert

La liberté de réussir

Récit d'un parcours exceptionnel
dans la vente directe



1
Extrait offert

Sommaire

Introduction	5
Chapitre 1 – Les a priori sur la vente directe	7
Chapitre 2 – Mon parcours	18
Chapitre 3 – Les débuts chez proWIN	27
Chapitre 4 – Mes conseils pour réussir dans le métier	35
1 / Comment bien commencer	36
2 / Comment réussir ses démonstrations	38
3 / Comment recruter	43
Chapitre 5 – Le métier de responsable	47
1 / Accompagner	48
2 / Gérer une équipe	51
3 / S'adapter à la nouveauté	54
Chapitre 6 – Un métier qui rend heureux	57

Introduction

J'ai donné à ma carrière son impulsion la plus décisive à l'âge de prendre ma retraite. Au moment où l'on pense souvent que l'essentiel est derrière soi et que la vie ne réserve plus vraiment d'aventures, sinon par procuration, j'ai radicalement transformé mon existence en choisissant de devenir conseillère dans le secteur de la vente directe. Depuis, je m'épanouis à plein temps dans mon métier au sein de l'entreprise proWIN, société d'origine allemande qui propose notamment des produits écologiques pour le nettoyage et le bien-être.

La vente directe ne m'a pas seulement donné la possibilité de retrouver une activité professionnelle à l'âge où beaucoup de portes se referment sur le marché du travail. En réalité, j'ai rapidement compris que ce nouveau métier m'offrait des perspectives d'évolution quasiment illimitées. Auparavant, j'avais toujours travaillé à mon compte dans des domaines très divers allant du jouet au prêt-à-porter en passant par la restauration ou encore la vente de vins de Bourgogne. Aucun de ces métiers ne m'avait permis de me réaliser aussi pleinement, à la fois sur le plan du contact humain, du réseau de connaissances, des compétences acquises, de la reconnaissance que des revenus. Mais rien de cela n'aurait été possible sans le temps et les efforts que j'y ai consacrés car, contrairement aux idées reçues, c'est un métier qui exige bel et bien de travailler pour réussir.

Avant de démarrer, je percevais une retraite plutôt modeste et pour tout dire insuffisante, d'environ 700 euros. J'avais commencé à travailler très jeune mais hélas, je n'avais pas cotisé suffisamment. C'est ainsi qu'à 56 ans, je n'étais pas aussi à l'aise financièrement que je l'aurais souhaité. Aussi, je m'étais mise à la recherche d'un complément de retraite de l'ordre de 400 euros avec pour simple objectif de vivre plus confortablement.

Un jour, tandis que nous prenions l'apéritif avec des amis dans un restaurant de La Clusaz, un commerçant d'Annecy de ma connaissance nous a rejoints. Il était accompagné d'une Allemande qui parlait français et proposait des produits pour nettoyer sa maison. Comme j'avais la réputation d'être maniaque, on m'a suggéré de lui acheter une microfibre, ce que j'ai fait volontiers. Je venais d'acquérir cette microfibre pour les vitres de proWIN. À ce moment-là, j'étais très loin d'imaginer que bientôt, j'en deviendrais une experte.

Dès le lendemain, je me suis empressée de la tester chez moi et j'ai été stupéfaite par son efficacité. J'en ai immédiatement parlé autour de moi et j'avais en tête de la retrouver pour la faire découvrir à mes proches. Je me suis donc mise en quête et mes recherches m'ont conduite jusqu'à Eliane, qui allait devenir ma référente. Eliane vit à Strasbourg et, en tant que conseillère proWIN, vend les produits que je convoitais. Je n'avais encore jamais entendu parler de ce métier jusqu'alors. Eliane m'a expliqué ce qu'est le nettoyage symbiotique, m'a parlé des présentations, de la société et de son fonctionnement et, devant mon enthousiasme, m'a bientôt proposé un contrat. J'ai d'abord hésité puis j'ai suivi mon instinct : j'ai signé et je ne l'ai jamais regretté.

Toutefois, j'ai longtemps été seule à y croire. Les mises en garde et les tentatives de dissuasion s'élevaient de toutes parts lorsque j'abordais mon nouveau projet. « Mais ce n'est pas sérieux ! » ; « La vente directe ? Méfie-toi ! » ; « Es-tu sûre au moins que ce n'est pas une secte ? ». Même mes enfants ont tenté à l'époque de me faire changer d'avis. Tous ces a priori négatifs, je les connais par cœur pour les avoir maintes et maintes fois entendus, mais j'y reviendrai.

Pour ma part, j'avais confiance dans la société proWIN et je me passionnais pour mon nouveau métier. Les résultats de mon travail se sont révélés très probants et, constatant que mes objectifs de départ étaient largement atteints, j'ai pris conscience que je pouvais aller plus loin. J'avais à cœur de faire partager ma découverte, tant des produits que de l'activité de conseil. Comme un certain nombre de mes amies avaient également besoin d'argent, je leur communiquais mon enthousiasme et les invitais à me rejoindre à bord, construisant ainsi progressivement mon équipe. En moins de deux ans, j'ai multiplié mon chiffre d'affaires par dix. Avec des revenus à hauteur de 2000 euros par mois, les gens ont commencé à changer de regard sur mon métier, même si une partie de mon entourage a encore attendu quelques années avant d'admettre que mon choix était le bon.

Aujourd'hui, je travaille toujours avec proWIN où j'ai atteint le niveau de direction de structure. J'ai construit une équipe de plus de 7500 personnes et ensemble nous réalisons un chiffre d'affaires allant de 550 000 à 650 000 euros par mois. Mon métier n'est plus tout à fait le même qu'au départ mais mon enthousiasme est intact.

Chapitre 1 – Les a priori sur la vente directe

« Mais tu ne vas tout de même pas faire ça ! »

Lorsque l'on évoque la vente directe avec des personnes extérieures au secteur, il est rare que l'on soit d'emblée pris au sérieux. On se heurte communément à des réactions sceptiques, moqueuses, parfois teintées de mépris et naturellement, je n'y ai pas échappé. « Quoi ? Toi ? Mais tu ne vas tout de même pas faire ça ! » : voilà une phrase que j'entendais presque tous les jours. Il existe toute une série de préjugés sur la profession – le premier étant qu'il ne s'agirait pas d'un vrai métier, mais plutôt d'une activité un peu futile voire d'une simple distraction pour épouses esseulées en mal de vie sociale. Je n'ai jamais pensé cela. Au contraire, j'y ai très vite vu une activité professionnelle à la fois épanouissante et enrichissante, avec de véritables perspectives à condition de travailler et de s'organiser. Je le savais, c'était fait pour moi.

Idée reçue n°1 : « Ce n'est pas un vrai métier »

« Est-ce que tu te rends compte que ce n'est pas un métier ? » me disait-on souvent. A mes débuts, les critiques fusaient. Comme j'avais travaillé longtemps à mon compte à Annecy, où je suis née, je connaissais beaucoup de monde dans la ville. Un jour, j'étais venue montrer à une boulangère de la rue piétonne comment entretenir ses vitres. A l'époque, la microfibre pour les vitres était la seule dont je disposais. Je la lui avais conseillée pour obtenir un résultat impeccable et surtout, éviter que son produit ne goutte directement sur ses pâtisseries comme c'était le cas jusqu'alors. J'étais en train de lui montrer comment procéder quand mon amie Catherine, passant dans la rue, m'a aperçue en train de nettoyer cette vitre de boulangerie. Brutalement, Catherine s'est adressée à moi avec des mots que je n'ai pas pu oublier depuis : « Mais alors, tu fais le ménage chez les commerçants maintenant ? Tu es tombée bien bas, Marie-Christine ! ». Évidemment, j'en ai été profondément blessée. Par ailleurs, je ne comprenais pas cette réaction si négative, d'autant moins venant d'une amie. Pourquoi dénigrer à ce

point mon métier ? Je ne saisis pas ce qu'il pouvait avoir de si dégradant et j'avais raison. Il n'a rien de dégradant. Aujourd'hui, c'est Catherine qui m'invite à venir lui présenter mes produits.

Les réunions à domicile, une image du passé toujours présente

L'imaginaire collectif associe aujourd'hui encore le métier de conseillère en vente directe aux dames qui organisaient leurs réunions avec pour objectif prioritaire de rendre visite à leurs amies, et éventuellement d'arrondir les fins de mois, (les plus connues en France vendaient des boîtes en plastique de qualité irréprochable). Entendons-nous bien, ces aspirations-là me semblent parfaitement légitimes, et il était impensable que ce métier puisse convenir à des hommes. Cependant, notre travail est très loin de se réduire à cette image. Or, si la profession a beaucoup évolué depuis, le cliché des réunions à domicile continue de lui coller à la peau. Pourtant, il s'agit bien d'un métier à part entière avec une histoire, une culture – plusieurs livres de référence peuvent d'ailleurs aider au démarrage –, des codes et des exigences qui lui sont propres, et qui attire de plus en plus d'hommes. En fait, l'idée selon laquelle ce ne serait pas « un vrai métier » en dit long sur l'ignorance des réalités de notre travail. Il faut savoir par exemple que construire sa clientèle prend en moyenne une année, voire deux. Pour un salaire assuré régulièrement, il est indispensable de maintenir un suivi régulier de tous ses clients – par téléphone, via des groupes privés sur les réseaux sociaux ou toute autre façon actuelle de communiquer.

Le sens du travail et de l'effort

C'est aussi un métier multidimensionnel, qui implique le développement de compétences spécifiques associées à ces différents aspects que sont notamment le conseil, la vente, mais aussi l'embauche. Au départ, vous suivez une formation et vous apprenez un certain nombre de principes de base. Ensuite, le savoir-faire s'acquiert petit à petit et le fonds de commerce se bâtit dans le temps. Pour moi qui ai fait beaucoup de sport et notamment de course à pied, c'est assez comparable à un sport d'endurance : il vous faut de la patience, des efforts et de la persévérance. S'il faut mettre en garde quelqu'un qui s'apprêterait à se lancer, c'est donc plutôt contre l'idée qu'il va gagner de l'argent sans rien faire. Soyons clair : quand bien même votre objectif serait de ne gagner que 300 euros, vous devrez fournir un véritable travail pour les obtenir. Comme pour tout métier à part entière, la réussite implique un engagement

réel, un souci du travail bien fait et un enthousiasme sincère.

La perception du métier évolue cependant et devrait continuer de se transformer dans les années à venir. Désormais, une instance nationale représente le secteur de la vente directe auprès des consommateurs et des pouvoirs publics, ce qui contribue à crédibiliser notre statut. Il s'agit de la Fédération de la Vente Directe (FVD), à laquelle proWIN est affiliée. Les sociétés qui y sont inscrites sont sérieuses et reconnues et respectent toutes un code de déontologie bien défini. Par ailleurs, de plus en plus d'écoles se créent pour former les jeunes au marketing relationnel, qui n'est autre que le nouveau nom de la vente directe.

Idée reçue n°2 :

« C'est une arnaque pour personnes influençables »

La figure du commerçant peu scrupuleux qui force la main d'une personne vulnérable pour réaliser une vente me rebute comme je suppose qu'elle rebute tout le monde. Imaginez-vous un instant en train de frapper aux portes de tout un quartier avec un bon de commande dans la main et n'envisager repartir qu'après avoir obtenu une signature, sans tenir aucun compte des besoins réels des clients. Je ne connais personne qui voudrait d'une position aussi immorale, absurde et inconfortable ! Heureusement, mon travail est très loin de ces pratiques.

Le respect de la personne et l'enthousiasme pour les produits

D'abord, nous ne pratiquons jamais le porte-à-porte. Lorsque nous proposons nos services de conseil, nous ne nous rendons au domicile d'une personne qu'après s'être mis d'accord sur une heure de rendez-vous. Cela implique que la personne contactée ait accepté de nous recevoir chez elle et il va de soi qu'elle est toujours libre de refuser. Savoir accepter un « non » de la part d'un client est essentiel pour un conseiller, c'est d'ailleurs l'une des premières choses qui lui sont enseignées lors de sa formation.

Ensuite, nous ne forçons jamais aucune vente. Chez nous, nous ne pouvons pas proposer un produit sans en être nous-même l'utilisateur le plus convaincu. Et nous le sommes car les produits sont d'une qualité absolument sans comparaison avec ce que l'on peut trouver dans le commerce traditionnel. Nous sommes donc d'abord des utilisateurs, nous connaissons très bien notre produit, nous le trouvons extraordinaire au point d'avoir envie de le faire découvrir aux autres. Cette maîtrise et cette confiance

totale dans la qualité de notre marchandise nous permettent de réaliser notre travail avec joie et il n'est jamais question d'abuser de la confiance du client.

L'aspect écologique

Je n'aurais évidemment pas signé avec n'importe quelle société et il est clair que l'engagement écologique de proWIN revêt une importance déterminante pour moi. Du reste, qui peut dire aujourd'hui qu'il ou elle ne se préoccupe pas de l'écologie ? Chacun sait désormais à quel point il est crucial d'agir pour l'environnement. Or, j'ai découvert avec les technologies de proWIN que se soucier de l'écologie et prêter attention à la propreté de la maison étaient entièrement compatibles. Personnellement, je considère l'entretien d'un lieu de vie comme un élément fondamental du bien-être. Je ne conçois pas de vivre dans un intérieur mal entretenu.

À mes débuts dans le métier, proWIN ne proposait qu'une seule gamme, le nettoyage symbiotique. Le concept m'a séduite parce qu'il consiste d'abord à nettoyer sans polluer, en utilisant des microfibrés et un minimum d'eau. Les produits sont naturels et sains – les terpènes d'orange sont par exemple utilisés comme produit dégraissant – et la gamme bien-être a reçu le label Flustix, qui certifie les produits sans microplastiques. Mais l'engagement de la société va au-delà des produits respectueux de l'environnement, puisque la Fondation proWIN Stiftung vise à améliorer les conditions de vie des enfants en difficulté et la Fondation proWIN Nature s'est donné pour mission de protéger les animaux et l'environnement.

Le temps et l'humain au cœur de notre métier de conseil

Nous nous définissons avant tout comme des conseillers. Quelle différence entre un conseiller et un vendeur, me direz-vous, si ce n'est le mot ? La différence, essentielle, se situe à la fois dans le rapport au temps et dans le rapport à l'humain. Donner du temps à nos clients fait partie intégrante de notre métier, et ce, à toutes les étapes. Pour ce qui concerne la gamme des produits de nettoyage proWIN par exemple, nous commençons par prendre le temps d'expliquer notre concept de nettoyage symbiotique, un concept très particulier qui signifie nettoyer en utilisant uniquement de l'eau et des microfibrés. Puis nous proposons des solutions pour faire son ménage de façon rapide (il ne faut ni frotter ni rincer), efficace et non polluante pour soi, pour sa famille et pour l'environnement.

Expliquer, démontrer, conseiller

Lorsque nous entrons chez quelqu'un, nous découvrons toujours un problème lié à l'entretien : un sol difficile à nettoyer, un four gras, des taches dont on ne parvient pas à se débarrasser, etc. Personnellement, je prends beaucoup de plaisir à faire ce travail de diagnostic avec mes clients. Notre rôle est de proposer une solution à chaque problème. Il ne s'agit pas de s'asseoir et de tourner les pages d'un catalogue en disant : « voyez-vous, ce produit est fait pour nettoyer les vitres et il est très efficace » !

Vient ensuite l'étape de la démonstration. Elle constitue un moment crucial dans notre travail puisqu'elle offre l'occasion de constater par soi-même l'effet du produit. Les clients choisiront de l'acheter s'ils sont convaincus par la solution. Or, qu'il s'agisse de la gamme de nettoyage ou du bien-être et des cosmétiques, les produits présentés marquent les esprits. Le charme opère et la vente se fait naturellement. Nous proposons par exemple un produit pour nettoyer le four qui s'applique avec un pinceau et ne nécessite qu'une heure de pose environ. Ensuite, sans frotter ni rincer, et bien sûr sans polluer, on obtient un résultat parfait avec la seule action de la microfibre. Nos clients sont totalement convaincus.

Instaurer une relation de confiance et maintenir le contact

Notre travail est loin de s'arrêter à la conclusion d'une vente. Nous allons ensuite donner des conseils pour entretenir par exemple la microfibre de façon à ce qu'elle dure le plus longtemps possible. Ce que nous désirons, c'est construire avec nos clients une relation de confiance qui s'instaure sur le long terme. Prendre le temps de tisser du lien est précisément ce que j'aime dans mon métier. Nos clients apprécient notre présence, notre disponibilité, le fait que nous les livrions à domicile, mais aussi et surtout, la proximité qui s'établit entre nous. En ce sens, le slogan de proWIN, « D'abord vient la personne », est encore confirmé par la pratique du conseil. Petit à petit, une familiarité s'installe. Je connais les conjoints de mes plus fidèles clients, leurs enfants, je me tiens informée de l'avancée de leurs études, etc. Souvent, le tutoiement s'instaure naturellement. Tous mes clients savent qu'ils peuvent me joindre quand ils le souhaitent et c'est avec plaisir que je leur rends service. Cet aspect humain et familier, qui naît du maintien d'un contact continu, est ce qui me tient le plus à cœur.

Idée reçue n°3 : « Attention, c'est du pyramidal ! »

Si la vente directe fait peur encore aujourd'hui, c'est en grande partie à cause des dérives et des pratiques malhonnêtes auxquelles ont eu recours un certain nombre de sociétés et qui ont causé beaucoup de tort à notre secteur. Ces dérives sont liées au système de la vente pyramidale, système aujourd'hui totalement illégal en France du fait notamment d'un fonctionnement très opaque et d'importantes sommes d'argent exigées au départ, mais dont l'ombre a longtemps plané sur le monde de la vente directe.

Liberté et sécurité

En entrant chez proWIN, vous restez entièrement libre. Voici ce que j'explique à chaque nouveau conseiller qui nous rejoint : « Vous montez dans le train et si vous souhaitez vous arrêter, vous descendrez à la gare suivante ». Un simple courrier suffit pour résilier le contrat et si vous choisissez à l'inverse de rester, le renouvellement est gratuit. A aucun moment on ne vous demandera d'argent. Vous n'avez pas à investir et il n'est pas question de faire un prêt pour démarrer. Vous ne prenez donc absolument aucun risque financier.

Sincérité et transparence

Il n'est pas non plus question de faire de fausses promesses. Contrairement à certaines sociétés sans scrupules qui font miroiter une fortune très vite acquise, nous sommes d'emblée très clairs sur ce point : l'argent que vous gagnez dépend du travail que vous fournissez. Il vient progressivement, à proportion du travail et du soin que vous apportez à votre activité de conseil. En ce sens, c'est le principe du mérite qui prévaut : pour avoir beaucoup d'argent, il faut travailler beaucoup. Pour en gagner peu, on est libre de travailler peu. Chacun est invité à suivre son propre rythme sans subir de pression d'aucune sorte. Un certain nombre de conseillers parviennent à obtenir 4 000 à 5 000 euros par mois grâce à leur activité. La grande majorité des conseillers gagnent quelques centaines d'euros par mois et en sont satisfaits. Il revient à chacun de définir ses objectifs et de travailler en fonction, de telle sorte que chacun est responsable de sa propre réussite.

Indépendance

Si j'ai choisi ce métier, c'est aussi en partie parce que l'indépendance m'est chère. J'aime ce statut et l'idée de gagner mon argent et de pouvoir développer et organiser mon activité sans devoir rendre de comptes. Ces éléments font partie de mon

identité et de la façon dont je me suis construite. En effet, je suis tout sauf une héritière : mes parents étaient des gens modestes qui ne m'ont pas légué de patrimoine ni de biens financiers et j'en suis heureuse. Je connais la valeur de l'argent qu'il a fallu gagner par ses efforts. Je suis fière de le gérer, d'en profiter et d'en faire profiter mes proches.

Le célèbre slogan de campagne d'un ancien président de la République française prônant de « travailler plus pour gagner plus » est appliqué à la lettre dans mon métier. Fournir davantage de travail vous rapporte davantage, et ce de façon potentiellement illimitée. De ce point de vue, le système est profondément juste : vous n'avez aucune raison d'envier quelqu'un qui recevrait davantage de commissions que vous car il ne tient qu'à vous d'en mériter autant.

Lorsque j'ai commencé, la société Tupperware était la seule du secteur à bénéficier d'un jugement social plutôt clément. Toutes les autres sociétés de vente directe qui arrivaient sur le marché suscitaient une immense méfiance et proWIN ne faisait pas exception à cette règle. Même si la profession n'était pas prise très au sérieux, Tupperware était connue de la population et perçue comme la seule référence acceptable. C'est à proWIN que j'ai accordé ma confiance malgré tout, d'une part parce qu'elle était d'origine allemande et d'autre part parce que je conservais mon statut d'indépendante.

C'est vous qui décidez !

Etre indépendant signifie également être décisionnaire : vous décidez non seulement de vos objectifs, mais aussi de vos horaires, de la façon dont vous gérez votre emploi du temps, des moyens de communication que vous privilégiez, ou encore – et c'est un luxe – des clients que vous souhaitez (ou non !) revoir. Pour moi qui avais été commerçante, ce dernier aspect était tout à fait nouveau. Quand je tenais ma boutique, je n'avais pas à choisir puisque c'était naturellement aux clients de franchir ma porte pour m'acheter quelque chose. Aussi, j'ai ressenti certaines craintes au départ et pour tout dire, j'avais d'abord beaucoup de réticences à l'idée d'aller chez les clients. La démarche me mettait mal à l'aise, je craignais de ne pas réussir à me sentir bien, c'est pourquoi j'évitais autant que possible les démonstrations à domicile. En somme, j'avais peur de l'inconnu. Aujourd'hui, je sais combien cette peur est normale et fréquente chez les nouveaux conseillers. Mais aussi et surtout, je sais qu'elle

disparaît naturellement après les premières présentations. En allant proposer mes produits chez de nouveaux clients, j'ai découvert en effet un confort bien supérieur. J'étais attendue et chaleureusement accueillie. Et dans l'hypothèse où le rapport ne serait pas aussi chaleureux que vous l'espérez, vous êtes toujours libre de ne pas renouveler l'expérience. A l'inverse, lorsque le courant passe et que le moment est agréable, toutes vos craintes se sont dissipées la fois suivante et c'est avec plaisir que vous y retournez.

Du même coup, cette indépendance implique une grande autonomie dans le travail. Vous êtes accompagné au départ, mais les contraintes ne peuvent venir que de vous. C'est un élément qui explique parfois que des conseillers ne progressent pas autant qu'ils l'auraient souhaité. Si dans votre parcours professionnel antérieur vous avez toujours connu les horaires contraints et les obligations venant de l'extérieur, il faut désormais acquérir l'autonomie qui va permettre le déploiement de tout votre potentiel. Mais cela s'apprend et nous y reviendrons.

Idée reçue n°4 : « Ce n'est certainement pas pour moi »

J'entends également de façon récurrente un a priori d'une autre nature, d'après lequel le métier de conseiller dans le marketing relationnel serait réservé à un type de personnes bien spécifique. Selon cette idée préconçue et relativement répandue, il faudrait de préférence être une femme, dotée d'un tempérament extraverti, ayant éventuellement suivi une formation commerciale et si possible possédant tout le savoir-faire au départ. Ce profil type n'existe pas et ne correspond à rien de réel. Au contraire, les profils des conseillers sont extrêmement variés et les personnes qui réussissent viennent d'horizons très différents.

Un métier ouvert à tous

Tout le monde, sans condition d'âge ni de niveau d'études, peut démarrer une carrière dans la vente directe. Homme ou femme, cadre supérieur ou sans diplôme, jeune ou retraité, extraverti ou timide, vous entrez dans le métier avec la même légitimité. Vous pouvez en outre envisager un temps partiel en parallèle d'une autre activité ou bien un temps plein avec l'objectif de faire carrière. Vous suivrez une formation entièrement gratuite puis vous serez accompagné, conseillé et soutenu par des personnes disponibles et prêtes à vous aider.

Il est vrai par ailleurs que les femmes, souvent moins bien

payées et considérées sur le marché du travail, trouvent avec la vente directe un terrain où les possibilités sont illimitées. Ici, aucun risque de vous voir reprocher d'avoir interrompu votre activité professionnelle pour élever vos enfants ou d'avoir connu le chômage. Aucun risque non plus de vous heurter au fameux plafond de verre qui empêche les femmes d'accéder aux postes à responsabilité et de progresser aussi vite que les hommes dans leur carrière. En ce qui me concerne, je suis entrée comme conseillère et suis parvenue au niveau de Direction de structure en huit ans. Je n'aurais jamais pu réaliser un tel parcours ailleurs. Aujourd'hui, je suis donc bien placée pour savoir que la réussite est possible pour chacun sans autre condition que l'envie de réussir.

De véritables révélations individuelles : l'exemple de Martine

Non seulement il n'existe pas de profil type pour réussir, mais en outre, les personnes qui connaissent le plus grand succès ne sont pas toujours celles auxquelles on s'attendait. C'est aussi la force et l'intérêt du métier : lorsque vous devenez vous-même responsable des personnes que vous accompagnez, vous n'avez jamais fini d'être surpris. J'ai par exemple accompagné Martine, dont le parcours m'a enchantée. J'ai rencontré Martine pour la première fois à l'occasion d'une présentation de produit. Je me souviens d'une personne très timide et extrêmement en retrait, venant d'un milieu rural et agricole. Elle disposait d'un budget restreint et m'avait simplement acheté le nettoyant à tout faire, l'un de nos produits phares, d'origine végétale et utilisable sur toutes les surfaces. Suite à la démonstration, elle était très intéressée par le produit mais pas un instant elle ne songeait à embrasser l'activité.

Au fil du temps, Martine a commencé à me demander de plus en plus d'exemplaires du nettoyant à tout faire pour les proposer tout autour d'elle, toujours sans aucune intention de réaliser un quelconque profit. J'ai donc fini par lui suggérer de signer un contrat, lui expliquant en quoi c'était à son intérêt, puisqu'alors ce ne serait plus moi mais bien elle qui percevrait des commissions. Mais elle m'a opposé un refus catégorique, arguant qu'avec ses quatre enfants, elle ne trouverait pas le temps et qu'elle était de toute façon trop timide pour oser se lancer. Comme beaucoup d'autres, Martine était persuadée que ce n'était pas pour elle. Patiemment, je l'ai finalement convaincue d'essayer avec un nombre très limité de produits,

de manière à la rassurer. Dès lors qu'elle a accepté, Martine a pris son envol. Elle a pris confiance en elle, a très bien su proposer les produits et est très vite devenue responsable de groupe. Elle s'est transformée et s'est épanouie dans son nouveau métier.

L'enthousiasme et le goût du relationnel

La profession n'est absolument pas réservée aux femmes et, bien que moins nombreux, les hommes réalisent des parcours très brillants dans notre secteur. Mais si le métier est ouvert à tout le monde, l'enthousiasme et l'intérêt pour les relations humaines sont deux éléments indispensables. Le premier constitue à la fois une condition sine qua non et votre capital le plus précieux. Quant au goût pour le relationnel, c'est ce qui peut faire que ce métier devienne votre nouvelle passion. Aussi, si les produits et l'activité vous laissent de marbre ou que vous souffrez de misanthropie sévère, il est préférable pour vous et votre épanouissement personnel de choisir une autre orientation. En revanche, si ces prérequis vous correspondent, je peux vous assurer que le métier est à votre portée et la réussite entre vos mains.

Je suis très fière de mon travail

Je connais un certain nombre de personnes qui aujourd'hui encore n'osent pas dire qu'elles exercent ce métier. Pour ma part, je n'en ai jamais eu honte. Au contraire, j'en suis même très fière. A une époque où l'on entend constamment parler du problème du chômage, nous créons de l'emploi et ce, sans aucune exigence concernant le CV.

Je n'en avais pas conscience à l'époque mais j'ai choisi un métier en plein essor dans un secteur qui affiche de plus en plus de dynamisme et de vitalité. Récemment, alors que la majorité des commerces avaient été contraints de fermer dans le contexte de la crise née de la pandémie de Covid-19, le métier s'est par ailleurs avéré parfaitement réalisable. Moyennant quelques aménagements simples, nous avons pu continuer de faire notre travail normalement.

En France aujourd'hui, on sait en outre qu'une personne sur quatre aimerait changer de métier. Les horaires fixes, les rapports compliqués avec la hiérarchie, les trajets contraignants, la pression, l'ennui, etc. : les motifs ne manquent pas pour envisager une reconversion professionnelle. En devenant conseillère dans le secteur de la vente directe, j'ai d'abord trouvé un véritable esprit de solidarité au sein d'une équipe toujours prête à m'apporter son soutien. Ensuite, j'ai été reconnue dans mon

travail. L'importance et les bienfaits de la reconnaissance ont tendance à être sous-estimés par les dirigeants de nos jours. Dans ma carrière, la reconnaissance a joué un rôle déterminant en renforçant encore davantage mon entrain et ma motivation. A toutes les étapes de mon parcours, j'ai été valorisée, félicitée et mise à l'honneur, le tout pour avoir promu des produits de grande qualité et respectueux de l'environnement. Enfin, j'ai découvert un instrument de liberté, une activité à façonner à votre guise selon vos aspirations. Est-ce que ce sera pour vous un simple complément de revenus ou bien l'occasion d'entamer une grande carrière ? De cela, vous seul déciderez car cet outil de travail est à votre service et non l'inverse. « D'abord vient la personne ».

JE COMMANDE !