

10. Prospecter en vente directe

Comment prospecter efficacement et organiser une réunion de vente à domicile ? Ce chapitre du BTS NDRC E6 couvre le ciblage, les outils d'aide à la vente (plan de découverte, CAP SONCASE), le déroulé de la réunion et les indicateurs de performance (taux de présence, panier moyen, capital rendez-vous).

1. Identifier les cibles et prospecter

1.1. Le ciblage

Le VDI identifie trois types de cibles :

- Le **consommateur potentiel** : la cible finale qui achète le produit.
- L'**hôte ou l'hôtesse** : le consommateur qui accueille la réunion chez lui (cadeaux en contrepartie).
- Le **futur VDI** : un contact intéressé par l'activité.

D'autres cibles contribuent au développement : prescripteurs, acheteurs non consommateurs (cadeaux) et distributeurs spécialisés.

1.2. Les sources et modes de prospection

Au démarrage : **réseau relationnel** (famille, amis, collègues) et **fichier interne** de l'entreprise. Le VDI prospecte par **téléphone** (guide d'entretien), **e-mailing** personnalisé, **face-à-face** ou **réseaux sociaux** (choisis selon la cible).

2. Préparer et animer la réunion

2.1. La préparation

Le VDI s'appuie sur une **check-list** : produits de démonstration, catalogue, fiches produits, bons de commande, moyens de paiement, questionnaire de satisfaction, cartes de visite, collation. Il accompagne l'hôte dans l'organisation (invitations, relances).

2.2. Les outils d'aide à la vente

- **Plan de découverte** : questions structurées (passé, présent, futur, psychologie) pour identifier les besoins.
- **Argumentaire CAP SONCASE** : caractéristique, avantage et preuve pour chaque motivation.
- **Traitement des objections** : accepter → reformuler → traiter → vérifier.

2.3. Le déroulé

Accueil convivial → **pitch** de présentation → démonstration pratique (tester, sentir, toucher) → argumentation personnalisée → prise de commande (sans obligation d'achat) → proposition hôte/VDI → clôture et remerciements.

3. Assurer le suivi post-réunion

3.1. Les indicateurs de performance

Indicateur	Calcul
Taux de présence	$\text{Présents} / \text{confirmés} \times 100$
Panier moyen	$\text{CA} / \text{nombre d'acheteurs}$
Indice de vente	$\text{Produits vendus} / \text{acheteurs}$
Taux de transformation	$\text{Acheteurs} / \text{présents} \times 100$
Capital rendez-vous	Futures réunions programmées

3.2. Le suivi et les obligations

E-mail de remerciement personnalisé, **enquête de satisfaction**, publication de contenu en ligne. Le **droit de rétractation** de 14 jours s'applique, la livraison doit être conforme, les données personnelles respectent le **RGPD**.

Ce chapitre prépare à la Partie 3 de l'épreuve E6 – Animation de réseaux de vente directe.