

8. Organisation de la vente directe

Pourquoi une entreprise choisit-elle la vente directe et comment organise-t-elle son réseau de vendeurs ? Ce chapitre du BTS NDRC E6 présente le modèle de la vente directe, les deux statuts de VDI (mandataire et acheteur-revendeur) et les outils d'animation du réseau.

1. La vente directe : définition et enjeux

La **vente directe** est un mode de distribution dans lequel un vendeur propose des produits directement au consommateur, en dehors d'un point de vente traditionnel. Le marché français représente environ **4,35 milliards d'euros** et mobilise **700 000 personnes**.

Ses atouts : relation personnalisée, conseil adapté, démonstration in situ, maîtrise des coûts. Ses menaces : concurrence du e-commerce et de la grande distribution, difficulté à recruter et fidéliser les vendeurs, image parfois associée au démarchage. Le *social selling* via les réseaux sociaux et la demande de produits naturels créent de nouvelles opportunités.

2. Le statut de VDI

Le VDI (vendeur à domicile indépendant) exerce sous deux formes :

	VDI mandataire	VDI acheteur-revendeur
Prix de vente	Fixés par l'entreprise	Libres
Stocks et facturation	Gérés par l'entreprise	Gérés par le VDI
Fichier client	Propriété de l'entreprise	Propriété du VDI
Rémunération	Commission sur les ventes	Marge sur la revente

Le VDI est un **indépendant** : pas de lien de subordination, liberté d'organisation, rémunération variable. L'entreprise réduit ses charges fixes mais doit gérer un turnover élevé.

3. L'organisation et l'animation du réseau

Un réseau de vente directe combine **salariés** (direction) et **VDI** (managers, leaders, vendeurs). Le management est **relationnel**, fondé sur la motivation et la reconnaissance.

L'entreprise fournit trois catégories d'outils : **gestion** (application mobile, plateforme de suivi), **managériaux** (e-learning, coaching) et **communication** (catalogue, newsletter, charte graphique réseaux sociaux). Les **challenges**, **formations continues** et **séminaires** maintiennent la dynamique du réseau.

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

À retenir

- La **vente directe** élimine les intermédiaires : le vendeur propose directement au consommateur
- Le **VDI mandataire** vend pour le compte de l'entreprise, qui contrôle prix, stocks et fichier client
- Le **VDI acheteur-revendeur** achète et revend pour son propre compte, avec plus d'autonomie mais plus de risque financier
- Le management des VDI est **relationnel** (pas de lien de subordination)
- Les outils d'animation se répartissent en **gestion**, **management** et **communication**
- La pérennité du réseau repose sur la formation, les challenges motivants et les outils numériques modernes