

**BIENVENUE !**



# **La vente éthique et bienveillante : réconciliez performance commerciale et valeurs humaines**

**Fayçal NETICHE**

14 mai 2025



## Objectifs de ce webinar

- Vous montrer comment cette approche éthique et bienveillante peut vous réconcilier avec la vente
- Vous expliquer comment cette pratique permet d'être plus performant (vendre plus et mieux)
- Redorer l'image du métier et attirer de nouveaux talents vers la vente
- Vous donner des clés concrètes pour adopter cette posture et faire la différence sur le terrain



# QUI SOMMES-NOUS ?



## Nos métiers



LA FORMATION



LE CONSEIL



L'ÉDITION



À votre service  
depuis 40 ans !



# Fayçal NETICHE

Expert  
développement  
commercial



MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE

HEC  
PARIS



IAE PARIS-EST  
École de management  
UNIVERSITÉ PARIS-EST CRETEIL · UNIVERSITÉ GUSTAVE EIFFEL





**Pourquoi  
ce livre ?**



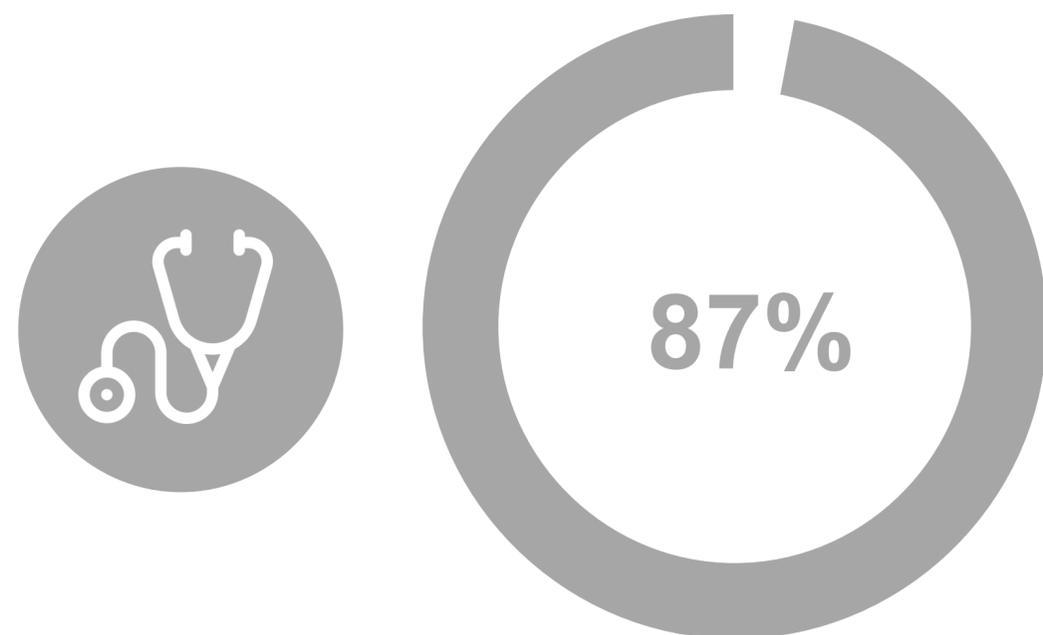


## Répondre à des réflexions courantes

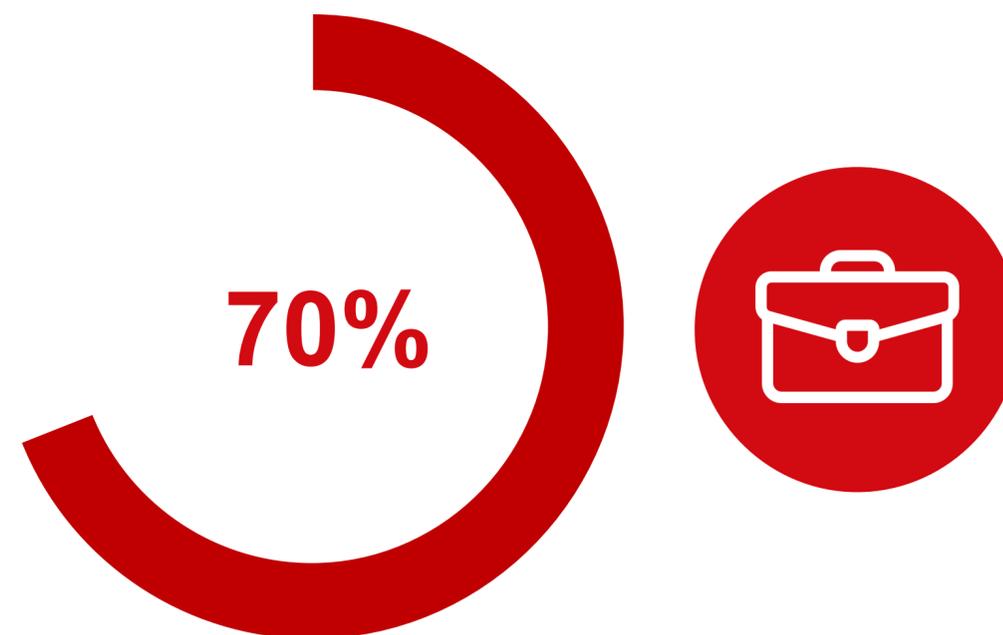
- « Je n'aime pas les vendeurs / je n'ai pas aimé la vente »
- « Mes vendeurs sont trop gentils »
- « Pour être un bon vendeur il faut avoir du bagou »
- « Il y a trop de pression dans la vente »
- « La vente bienveillante c'est pour être gentil, pas pour vendre »



Une étude récente d'IPSOS a mis en relief les perceptions publiques envers différentes professions.



Sans surprise, les **médecins** ont les meilleurs résultats 87 % des Français qui en ont une **image positive**



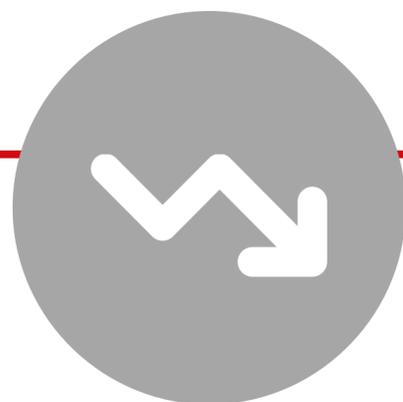
En revanche, les **commerciaux** font partis des plus mauvais résultats avec 70 % des Français qui en ont **une image négative**





**Quels constats  
aujourd'hui ?**





### **Déficit d'image du métier de commercial**

- 81 % des Français considèrent que les commerciaux "mettent avant tout la pression pour vendre" (Ifop / Uptoo, 2020).
- En B2B, seulement 18 % des acheteurs déclarent faire confiance aux vendeurs (Edelman Trust Barometer, 2023).
- À l'échelle mondiale, 63 % des personnes interrogées disent avoir eu au moins une mauvaise expérience avec un commercial l'an passé (Salesforce State of Sales, 2023)



### **Difficultés de recrutement et pénurie des talents**

- En France, 52 % des entreprises disent avoir des difficultés importantes à recruter des commerciaux (Pôle emploi / BMO 2024).
- Le métier de commercial figure dans le top 3 des métiers les plus en tension en France depuis 5 ans (Dares / France Travail).
- À l'international : 57 % des directions commerciales déclarent qu'attirer de nouveaux talents est leur défi majeur pour les 3 prochaines années (Gartner Sales Research, 2023).

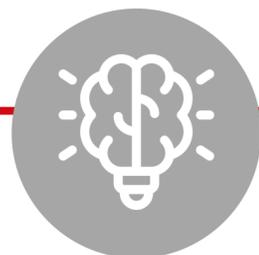




**Pourquoi en  
sommes-nous là aujourd'hui ?**



# Les 3 illusions de la vente traditionnelle



## Illusion du « vendre à tout prix »

« L'important, c'est de conclure,  
peu importe les besoins  
réels du client »  
Approche centrée sur la  
pression, la manipulation  
ou le « forçage »

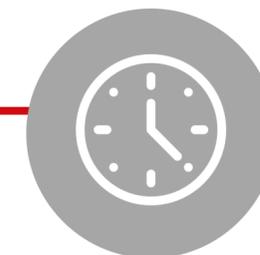
**Conséquences :**  
démotivation des vendeurs (inconfort  
éthique) + rejet des clients (perte de  
confiance)



## Illusion du « toujours plus »

« Il faut faire du volume :  
plus d'appels, plus de mails,  
plus de rendez-vous »  
Approche centrée  
sur le quantitatif qui oublie  
la qualité et la pertinence

**Conséquences :**  
Epuisement commercial  
+ saturation des clients



## Illusion du court terme

« L'essentiel, c'est de signer vite et de  
passer  
au client suivant »  
Approche centrée sur le closing et la  
signature comme but ultime

**Conséquences :**  
Relation client fragile  
+ faible fidélisation + manque de  
confiance à long terme



## Évolution de la fonction commerciale

Avant : Le vendeur distributeur  
(années 80-2000)



Récemment : Le vendeur conseiller  
(années 2000-2020)



Aujourd'hui : Le partenaire créateur  
de valeur (Depuis 2020)



# Vente traditionnelle : ce qu'en pensent les personnalités du monde des affaires



**Warren BUFFET**

*« La véritable puissance de la vente réside dans la capacité à établir des connexions émotionnelles et à construire des relations à long terme, allant au-delà de simples transactions. »*



**Bernard ARNAULT**

*« La vente ne se limite pas à une simple transaction financière. C'est un acte de compréhension, de collaboration et de construction de la relations durables. »*



**Mark ZUCKERBERG**

*« La vente n'est pas seulement une transaction, c'est une relation. Les meilleurs vendeurs sont des architectes de relations durables . »*







## Héritage positif de la vente traditionnelle

1

### Méthodes de communication

Le questionnement  
La reformulation  
L'écoute active  
Verbale/non-verbale

2

### Méthodes d'organisation

Loi de Pareto  
Pomodoro  
Matrice Eisenhower

3

### La connaissance du client

Pyramide de Maslow  
Comportements d'achat

4

### Les méthodes de vente

L'argumentaire  
Le SONCAS  
Typologie d'objections



**Dans ce contexte,  
la vente éthique et bienveillante  
s'impose à nous !**





## Avant de commencer

D'après le "dictionnaire étymologique de la langue française", par Jean Baptiste Bonaventure de ROQUEFORT (1829) le mot **BIENVEILLANCE** ne vient pas de benevolentia mais bien de bona vigilantia, la bonne vigilance ou le fait de bien veiller. Cette fausse étymologie a ainsi permis un détournement du sens qui aujourd'hui est synonyme de gentillesse, alors qu'il s'agit plutôt d'exercer une bonne vigilance, d'être attentif. Donc, la bienveillance c'est surtout être attentif à exercer notre profession de la plus belle des manières





**Le jour  
où j'ai acheté  
un poisson  
à mes filles**



Durée de la transaction = 3 min  
Cout total = 7 euros  
Expérience client = Quelconque





## Le jour où j'ai acheté un poisson à mes filles



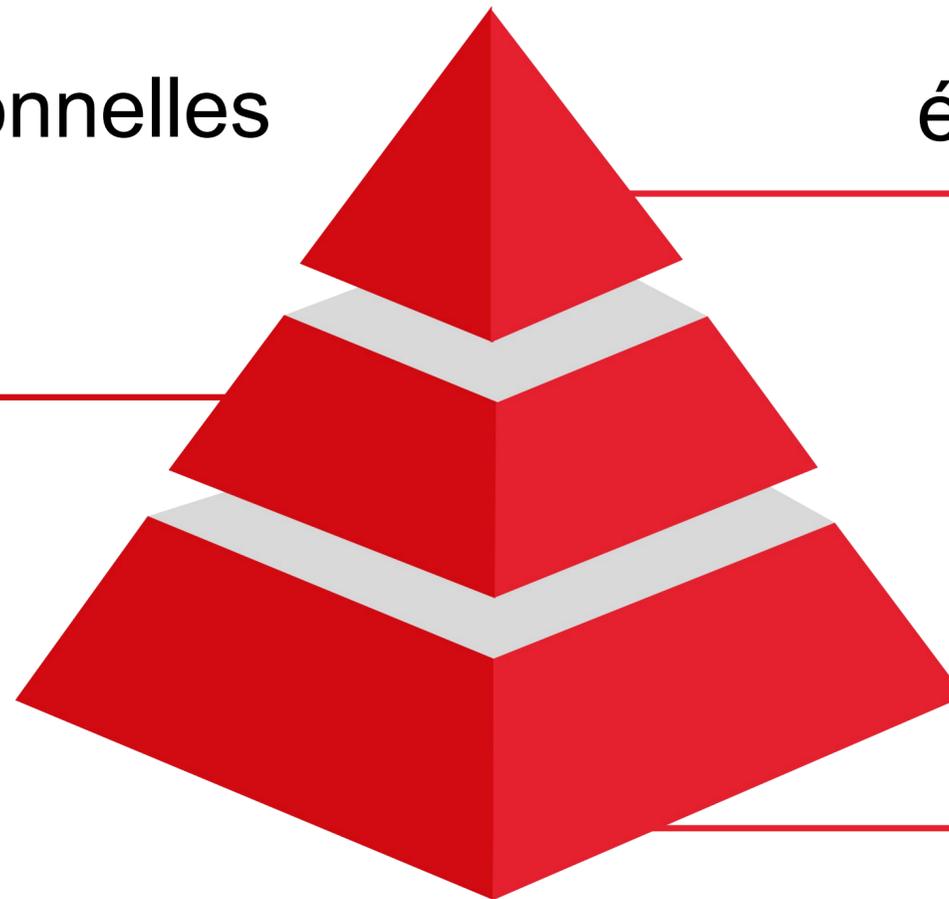
Durée de la transaction = 15 min  
Cout total = 28 euros  
Fidélisation  
Expérience client = Excellente



# Les 3 piliers de la vente éthique et bienveillante

La communication et les qualités relationnelles authentiques

Les techniques de ventes éthiques et respectueuses



L'état d'esprit bienveillant





## **Pourquoi la vente éthique et la bienveillante boostent la performance**

### **La confiance accélère la décision**

Les clients achètent plus vite à ceux qu'ils jugent sincères et fiables. *81% des clients déclarent que la confiance est un critère décisif d'achat*

### **La fidélisation coûte moins chère que l'acquisition**

Un client satisfait achète et vous recommande *+25% de profit supplémentaire quand on augmente la rétention client de 5%*

### **Les commerciaux sont plus motivés et performants**

Vendre avec des valeurs et avec plaisir (sans pression)  
*C'est +17% de performance supplémentaire*

Données Harvard Business Review – 2023

# Les enseignes préférées des Français pratiquent la vente éthique et bienveillante



Ces enseignes partagent  
4 pratiques communes :

- Conseillent sincèrement
- Comprennent les besoins clients
- Accompagnent dans la durée
- Respectent des valeurs éthiques et bienveillantes



# Vente éthique et bienveillante : ce qu'en pensent les personnalités du monde des affaires



**Nathalie BALLA**  
**Co-Présidente de la Redoute**

*« Nous devons promouvoir une approche de vente qui respecte les besoins et les attentes des consommateurs tout en étant transparent sur nos pratiques et nos valeurs. »*



**Satya NADELLA**  
**PDG de Microsoft**

*« Une entreprise prospère en étant bienveillante et éthique. Nous devons vendre des produits qui non seulement servent nos clients, mais qui respectent aussi des principes éthiques solides. »*



**Franck RIBOUD**  
**Ancien PDG de Danone**

*« Une entreprise responsable, c'est celle qui place l'humain au centre de ses préoccupations. La vente éthique, c'est vendre avec conscience et intégrité. »*



“



## Le mot de la fin

**Fayçal NETICHE**

**« La vente éthique et bienveillante »**

*« Atteindre la performance commerciale, c'est réussir à concilier vos objectifs financiers avec le bien être et l'épanouissement des individus »*

”



# Pour aller plus loin





# Questions / Réponses



# MERCI À VOUS !



**Gardons le contact**  
[formation@gereso.fr](mailto:formation@gereso.fr)

