



MICHEL ACUNZO : renouer avec l'Âme de la Vente

Pendant plus de 15 ans, Michel Acunzo a été ce que l'on appelle un pro du hard selling. À savoir : de la vente pure et dure, avec la signature du contrat pour seul objectif. N'étant plus en accord avec cette approche dénuée de scrupules, il a lancé l'Âme de la Vente, en 2011. Il propose ainsi un coaching de la vente où techniques commerciales éprouvées et valeurs humaines fortes s'additionnent. Cette méthode a déjà fait ses preuves tant auprès de grands noms du secteur du luxe qu'au sein de PME locales. Elle s'adresse à ceux qui veulent faire de la négociation en face-à-face autrement. À la clé ? Une prospection devenue quasi inexistante et des ventes qui ont jusqu'à doublé.

Viser la vente gagnante-gagnante

Michel Acunzo fait donc partie de ces businessmen qui en ont eu assez de répondre quotidiennement à la question « *Combien vas-tu aujourd'hui ?* ». Les entrepreneurs qui font appel aux services de ce brillant économiste diplômé de HEC sont comme lui : ils ont le sens des affaires, mais ils aiment que leurs affaires aient aussi du sens. On se tourne également vers ce business coach certifié quand on sent un ralentissement en termes de ventes ou que l'on ne sait plus comment motiver ses équipes commerciales. Certains le consultent aussi pour booster leurs forces de vente quand tout va bien, car la croissance s'entretient. Michel Acunzo prône surtout le win-win : en partageant l'amour que l'on a pour son produit, tant le vendeur que l'acheteur y gagnent.

Un supplément d'âme qui rapporte concrètement

Ici, c'est la CEO de l'agence de recrutement Proselect qui a pu apprécier la façon dont Michel Acunzo l'a accompagnée : elle a obtenu des résultats commerciaux records pendant 3 années consécutives ainsi qu'un plaisir de travailler en équipe accru. Là, au sein du bureau d'études ECM, on a pu mesurer l'immédiateté des résultats de cette méthode de vente. Chez Mercedes également, on note un avant et un après ce coaching avec supplément d'âme. Par ailleurs, il ressort que cela est profitable à

terme et jusque dans la vie privée des individus coachés. Les retours d'expérience abondent dans ce sens aussi chez Porsche, Century 21, Lampiris, Saint-Gobain, Ardennes-Etape... entre autres clients belges, français, suisses et luxembourgeois se félicitant d'avoir appliqué les conseils de Michel Acunzo.

« *Quand on a un produit en or, on se doit de tout faire pour le vendre, pour en faire profiter les autres !* »

Chiffre d'affaires boosté et montée en puissance

Dans ce cas, le hunting (ndlr : littéralement « chasser le client ») et l'obligation de résultats ont-ils toujours un sens ? Michel Acunzo précise : « *Bien sûr que le hunting a encore sa raison d'être. Cela reste un outil pour autant qu'il soit associé à des valeurs fortes et durables. Les résultats ne constituent pas une fin en soi. Il importe surtout de grandir, tant sur le plan humain qu'entrepreneurial. Il est en effet dans l'ordre des choses de croître, c'est une loi naturelle. Par ailleurs, les objectifs commerciaux ou le fait de s'en fixer permet de booster son chiffre d'affaires et de se développer humainement. Car pour obtenir plus, il faut devenir plus !* »

Pourquoi devenir un « Dauphin de la Vente » plutôt qu'un Requin ?

L'offre de Michel Acunzo se décline en séminaires, en coaching de groupe ou individuel à l'attention des dirigeants et équipes commerciales. Il vient également de lancer une formation en ligne : « Les Dauphins de la Vente » - à mille lieues des techniques de démarchage utilisées par les Requins - met l'accent sur le closing des deals. On entend booster les ventes et les contrats. Ceux-ci sont plus élevés, plus rapides et plus nombreux. L'investissement est, quant à lui, de moins de 500 euros HTVA, et ce, pendant une courte période de lancement. Ce programme est garanti pendant 30 jours : satisfait ou totalement remboursé.

Une telle approche n'a rien à voir avec les méthodes de vente miracles se multipliant sur le web. Michel Acunzo illustre : « *Notre proposition de valeur consiste à replacer les individus au centre du processus de négociation. Nous donnons également toute son importance à l'esprit d'équipe, où chacun accepte les hauts et les bas de l'autre. Ainsi, là où le Requin solitaire péchera par excès d'arrogance, le Dauphin traversera les crises, notamment grâce à sa détermination et à sa progression en groupe. De quoi devenir une meilleure version de l'entrepreneur ou du vendeur que l'on est.* »

ÂME DE LA VENTE

Avenue Louise 279 - 1050 BRUXELLES | Tél. : +32 (0)2 669 82 05 / +32 (0) 488 655 137 | contact@ame-vente.com | www.michelacunzo.com

« Le développement commercial est indissociable du développement humain »

Après avoir œuvré plusieurs années en tant que directeur commercial dans le domaine du hard selling et de la vente durable (B2B & B2C), Michel Acunzo a fondé *Ame De La Vente*, société qu'il dirige depuis lors, entouré de plusieurs partners également issus du monde de la vente. Fort de son expérience de terrain en BeFraLux, ce business coach, économiste de formation (HEC-ULg), accompagne aujourd'hui petites et grandes entreprises (D'leteren, Team One, Saint-Gobain, Enercon, Mercedes...) pour les aider à booster leurs forces de vente.

Ame De La Vente intervient tant dans des sociétés en pleine croissance que dans des entreprises en crise.

Face aux équipes commerciales en difficulté, cet expert préconise une réflexion en 3 étapes... « *Tout d'abord, l'entreprise doit s'interroger sur ce qui fait qu'elle est en crise. Quels sont les paramètres sur lesquels elle se base pour affirmer cet état de fait? Sur base de quels critères considèrera-t-elle qu'elle n'est plus en crise? Ce travail d'objectivation est essentiel. Un manque de clarté génère de la peur et cette dernière constitue un frein à la motivation de chaque commercial. En clarifiant la situation et en exprimant ce vers quoi elle veut tendre, l'entreprise canaliserà mieux les efforts de ses commerciaux. Ensuite, la direction doit capitaliser et communiquer sur ce qui a été réussi en remémorant les succès commerciaux passés. Cette étape est également importante car elle rappelle aux collaborateurs qu'ils sont capables de performer et re-performer. Cette dynamique a pour objectif de redonner confiance et favoriser une montée d'énergie positive. Enfin, une période de crise demande une remise en question et des prises de conscience des managers et des managés. L'idée n'est pas de pointer des responsables du doigt mais de responsabiliser chaque collaborateur en l'invitant à agir sur ce sur quoi il a prise.* »



Michel Acunzo, fondateur de la société « Ame de la Vente »

Au regard de Michel Acunzo, le développement commercial est indissociable du développement humain. « *Raison pour laquelle lorsque nous intervenons auprès d'équipes en crise, nous proposons un accompagnement sur mesure englobant 3 aspects : mental, émotionnel et spirituel. Au travers de ce modèle, l'aspect mental reprend les techniques de vente, les tactiques d'achat, la stratégie et la structure commerciale... C'est généralement sur cet axe que l'entreprise concentre ses efforts quand elle veut inverser une mauvaise courbe, négligeant par conséquent les 2 autres. L'émotionnel se penche sur un aspect de la personnalité de l'individu. Nous voyons comment gérer ses émotions face au prospect afin qu'il devienne client, par exemple, ou encore augmenter la réussite de prises de rendez-vous de prospection par téléphone et ainsi aller chercher dans la puissance d'impact du Hunter* et la puissance relationnelle du Farmer** les outils qui lui permettront de vendre en étant lui-même. Enfin, le spirituel se réfère, entre autres, aux croyances limitantes et portantes. Dans cette dimension, nous voyons comment transmuter des pensées négatives souvent inconscientes (des excuses pour ne pas vendre) en opportunités positives (et trouver les raisons de vendre pour soi et son entreprise). Si l'on souhaite qu'une équipe commerciale renoue avec le succès, il importe de traiter de front ces 3 dimensions qui influencent et impactent, chacune à leur manière, les résultats commerciaux et chiffrés de l'entreprise.* »

* commercial orienté prospection

** commercial orienté fidélisation

MICHEL ACUNZO, EXECUTIVE PARTNER

Mob. : 0488/65.51.37 - Tél. : 04/231.35.76

contact@ame-vente.com - www.ame-vente.com

Dans vos CCI

• Parmi ses différents clubs **Alter Ego**, la **CCI Liège-Verviers-Namur** compte un groupe spécialement dédié aux commerciaux. Affichant une dizaine de participants, ce club se réunit une fois par mois, le temps d'une après-midi (de 13h à 17h) au sein des bureaux de la CCI. Chacun y vient avec ses problématiques du moment (client difficile, rendez-vous important à préparer, difficultés dans le management de l'équipe, suivi et communication interne...). Encadrés par une coach (Laurence Hébert, BinÔme), les membres du club échangent leurs points de vue et expériences. Un partage entre pairs permettant, notamment, d'apprendre des erreurs des autres, de trouver des solutions inattendues et de gagner du temps, in fine. Des places restent disponibles au sein de ce groupe.

Infos et inscriptions: Jane Betsch - jb@ccilvn.be - Tél. : 0486/04.20.10 - www.ccilvn.be

• À partir de ce mois de novembre, la **CCIBW** organise un **Club « PEPS »** (« programme d'expériences partagées vers le succès ») sur les « Techniques de réussite commerciale » sous forme de 7 sessions en matinée. Les 5

premiers ateliers sont ouverts à tous, les 2 derniers étant optionnels et réservés aux seuls managers d'équipes de vente.

Au programme : session 1 : Techniques de vente ; session 2 : Négocier et défendre une offre par rapport à la concurrence ; session 3 : Mise en place du plan commercial ; session 4 : Neuromarketing : Avoir plus d'impact pendant la vente ; session 5 : Canaux de vente et networking ; session 6 : Piloter les vendeurs et augmenter leur implication et résultats ; session 7 : La rémunération des commerciaux.

Infos et inscriptions: www.ccibw.be (rubrique « agenda »)

• Parmi ses clubs thématiques, la **CCIH** compte un « club commercial » s'adressant aux : dirigeants de PME, directeurs commerciaux, responsables d'équipes de vente, commerciaux d'entreprises. Il est organisé sous la forme d'un cycle de 8 réunions de 3 heures réparties sur 1 an pour acquérir de l'expertise supplémentaire par la formation ET le partage d'expériences.

Infos et inscriptions: Natalia Ostach - Tél. : 065/22.65.08 natalia.ostach@ccih.be