

Intervention sur le thème
"Mieux vendre aux Seniors"
dans le domaine de la **Silver Economie**
avec le système
STM Persuasion System

pour SEVe (Seniors Economie en
Vendômois) et pour les acteurs
économiques de la filière

Lundi 25 novembre 2019 à Vendôme

17/09/2019

Par Frédéric SERRIERE

CONTACT

Téléphone : 06.87.50.87.94

Email : fserriere@fredericserriere.com

Introduction

Vendre aux Seniors est jugé facile par une partie des professionnels du marché des Seniors et de la Silver économie, notamment ceux qui existent depuis de nombreuses années.

A l'opposé, d'autres professionnels avouent rencontrer des difficultés dans leurs stratégies et démarches commerciales vis-à-vis des Seniors.

Les difficultés ont, principalement, trois sources :

- un manque de connaissance des attentes des différentes générations de Seniors
- un manque de connaissance des outils pratico-pratiques pour vendre à une population expérimentée
- un manque de formation des personnes au contact de la clientèle Senior

Pendant 15 ans, Frédéric Serrière avec des partenaires a développé le **STM Persuasion System** qui, augmente les ventes auprès des Seniors.

Origine du système : STM Persuasion System

En 2007, Frédéric Serrière donnait une conférence sur le marché des Seniors à Paris. A la fin de celle-ci, le directeur général d'un des deux fabricants de monte-escaliers en Europe, vient le voir et lui dit : *“les Seniors sont une cible spécifique, nous avons des bons produits, notre communication est performante, mais nous rencontrons des difficultés avec nos commerciaux, pour vendre aux Seniors. Ils perdent des ventes”*.

Une intervention pratico-pratique pour les commerciaux et managers est alors mise en place intégrant la connaissance des Seniors, mais aussi des outils issus de l'analyse comportementale.

Les résultats ont été au-delà des espérances puisque les participants, qui ont appliqué, au moins en partie les outils enseignés, ont *“plus que doublé leur vente”*.

Depuis, 10 ans plus tard, cette intervention s'est transformée en un système complet de commercialisation de produits et de services en direction des personnes “ayant de l'expérience”, autrement dit, des personnes matures, dont font partie les Seniors.

Mais, il s'agit aussi d'un système utilisé dans des secteurs d'activités très pointues avec des jeunes générations qui sont très expérimentées et très critiques. (Exemple des jeux vidéo).

Ce système a formé, ces 2 dernières années, environ 950 personnes au contact des Seniors ou dans les directions générales et marketing des entreprises.

Dans certains cas, seulement quelques briques du système sont enseignées (afin de conserver l'existant), dans d'autres cas, le système complet a été implanté.

Pour les personnes ayant appris le système et qui étaient motivées, les ventes ont augmenté de 110 % en moyenne. Quand le système complet est appliqué, les ventes ont été multipliées par 8,3 (huit virgule trois fois) en moyenne.

(Il est nécessaire d'attirer l'attention sur le fait que nous parlons d'un volume de vente de personnes et non d'un chiffre d'affaires d'une entreprise. En effet, les personnes qui suivent l'intervention, mais qui ne sont pas, de toute façon, motivées pour l'appliquer, n'obtiennent pas ces résultats).

Ce système est déployé en France depuis 2019, après avoir été déployé en Allemagne et aux USA.

Il est le fruit de :

- plus de 20 ans d'expérience sur les Seniors
- plus de 25 ans d'expérience dans le secteur de la psychologie sociale
- de 3 années dans le secteur des neurosciences.

Pourquoi avoir développé ce système ?

Depuis, plusieurs années, certains de nos clients demandaient des outils de façon à mieux vendre aux Seniors.

Plusieurs difficultés étaient et sont rencontrées par les personnes qui sont en contact des Seniors. (Ces difficultés vont s'amplifier dans les prochaines années avec les générations des Boomers et Y qui sont des générations beaucoup plus critiques et rebelles).

Voici quelques-unes des difficultés rencontrées :

- Les Seniors sont une population très hétérogène et les discours doivent être adaptés au cas par cas
- Les Seniors ont une grande habitude de la consommation et sont plus difficiles à convaincre
- Dans certaines situations, des Seniors de différentes générations interviennent pour prendre une décision
- Dans 39 % des cas, des professionnels jeunes, rencontrent des difficultés pour vendre à des personnes plus âgées qu'eux.

- Une appétence pour la Silver économie et le marché des Seniors de plus en plus importante : un nombre d'acteurs / fournisseurs de plus en plus nombreux et structurés, ce qui crée une augmentation de la compétition.
- Le fait que certains acteurs de la Silver économie emploient déjà des systèmes de vente très performants, ce qui réduit les chances des concurrents qui ne sont pas formés
- etc.

Programme proposé pour la journée de l'intervention

L'intervention laisse du temps à l'acquisition des connaissances, par des histoires, exemples, travaux pratiques, échanges et réflexions.

En fonction du profil des participants et de leurs volontés, l'intervention sera plus axée sur les stratégies commerciales et/ou sur les outils pratiques pour les personnes aux contacts de la clientèle Senior.

Les éléments de cette intervention peuvent servir dans plusieurs cas :

- définir une stratégie commerciale
- améliorer sa stratégie commerciale
- améliorer sa communication
- améliorer ses documents commerciaux
- améliorer ses échanges avec les Seniors

1/ Introduction

2/ Présentation des Seniors

Compréhension des générations des Seniors.

L'objectif est que chaque participant comprenne l'essentiel indispensable sur les Seniors. Leur histoire, les étapes qu'ils traversent, leur rôle pivot dans la famille, les difficultés qu'ils peuvent rencontrer, leurs valeurs, ce qui est important pour eux, etc.

3/ Comprendre la prise de décision et l'influence du vieillissement

Expliquer la manière avec laquelle un individu prend une décision et détailler les impacts du vieillissement sur cette même prise de décision.

Exercice pratique.

4/ Les stratégies de vente

- BtoC
- BtoBtoC
- BtoB

Parcourir les différentes stratégies avec de nombreux exemples. Expliquer les avantages, les limites, les résultats, etc.

Possibilité de réfléchir sur des exemples de participants.

5/ Vendre avec les valeurs

En prenant de l'âge, une personne devient plus mature et prend davantage ses décisions en fonction de ce qui est important pour elle et moins en fonction d'une mode ou d'une référence externe.

La vente en fonction des valeurs permet de faire progresser fortement les ventes, de mieux répondre aux clients et faire sentir aux clients qu'ils sont réellement compris.

> *Exercices de mise en situation*

6/ 10 Outils stratégiques

Certains outils de vente sont communs à l'ensemble des générations. Dans cette partie, nous abordons 10 outils (briques), qui permettent de fortement améliorer ses résultats commerciaux.

- Répondre à un besoin ou une envie forte
- Etre au bon moment
- Etre au bon endroit
- Etre cohérent avec les valeurs de génération
- Etre cohérent avec les usages
- Affiner la communication
- Etre le spécialiste
- Se faire connaître de l'écosystème
- Le juste à temps
- Définir une promesse claire
- Lever les trois principales objections
- Dream 100 (système de cohésion des partenaires)

Chacun des points est traité par une explication théorique, suivi d'exemples et de travaux pratiques.

7/ Outils pour les personnes aux contacts de la clientèle Seniors

Cette partie présente des outils pour mieux interagir avec les Seniors, en « face à face » ou au téléphone.

- Les comportements à adopter
- La structure du discours
- La gestion des objections
- La définition des valeurs d'achats
- Les outils de l'analyse comportementale appliqués
- Les outils de clôture de la vente
- Les solutions pour augmenter la valeur perçue de son produit ou service
- Les solutions pour « créer » ou « amplifier » le besoin ou l'envie
- etc.

Beaucoup d'exemples et d'exercices pratico-pratiques

8/ Résumé de la journée

L'objectif de cette partie est de faciliter la mémorisation de ce qui est appris par les participants.

Éléments techniques

Date : Lundi 25 novembre 2019

Durée : En moyenne 6 à 7 heures ; de 9h30 à 12h30 et 14h à 17h.

Lieu :

Bâtiment Outremer – Pépinière & coworking

Salle des Conseils

2 avenue des Cités unies d'Europe

41100 Vendôme

Présentation de Frédéric Serrière

Frédéric Serrière est Conseiller en stratégie sur le marché des Seniors et la Silver Economie. Il est un des pionniers européens sur ces sujets en tant que conseil, depuis 1999. Basé à Berlin.

Co-fondateur du Cercle Age Economy : soirées privées pour les pdg/dg et dirigeants à Berlin, Londres et Paris

Auteur : Guide Silver Eco (& Marche des Seniors) 2019, Age Economy Global Aging Book (2016), Conquérir le marché des Seniors (2003), Conquérir le marché des Boomers (2006), The 50 plus market (co-auteur 2007)...

Dirigeant de l'agence de conseil GlogalAgingConsulting

Editeur des portails AgeEconomie.com, GlobalAgingTimes.com

Diplômé d'un Dess de l'Université de Metz, de Grenoble Ecole de Management et en 2016 à Harvard.

Actionnaire d'une résidence Senior à Berlin et d'un opérateur téléphonique pour les Seniors.

Se faire une idée de la vision de Frédéric, ses VIDEOS :
www.FredericSerriere.com/youtube