

Groupe FIDEF au banc d'essai ... 4/5

Ludovic Bréant, 38 ans, marié, 5 enfants : PDG du Groupe FIDEF, spécialisé dans la commercialisation de produits immobiliers de placement.

Vente Directe Magazine :
**Comment êtes-vous arrivé dans le
circuit de la vente directe ?**

Ludovic Bréant :

Après une Maîtrise et un D.E.A. d'économie, j'ai intégré l'École Supérieure de Commerce, de Rouen, ma ville natale. Mes premiers pas dans la vente directe, je les ai fait, afin de financer mes études. Durant deux ans, j'ai donc développé un réseau de 150 personnes spécialisé dans l'équipement de la maison. Cela m'a permis de bien cerner la méthode de commercialisation qu'est la vente directe et les nombreux avantages, qu'elle présente.

Quel est l'avenir de la vente directe ?

Je pense que la vente directe va, dans les années à venir, se développer considérablement. C'est un mode de commercialisation réellement efficace, pour commercialiser des produits tels que les nôtres. Vous savez, 98 % des personnes que nous rencontrons, se mettent à nu face à nous : ils n'hésitent pas à tout nous dire sur leur projet d'avenir en matière d'investissement immobilier. Pour moi, il est évident, que les personnes que nous rencontrons au quotidien trouvent dans ce système, un moyen efficace pour s'informer et ensuite investir. Ce rapport direct avec le client implique forcément une réciproque confiance. La vente directe reste, en outre, des meilleurs moyens de fidélisation d'une clientèle. Nous avons par exemple, une grande part de nos affaires qui se concluent grâce à des personnes qui ont déjà eu affaire à nous. Le bouche à oreille, ça marche !

Quels conseils donneriez-vous, à qui veut se lancer, dans la vente directe ?

Dans un premier temps, il est primordial, selon moi, d'avoir une bonne résistance à l'échec et une grande capacité de travail. Il ne faut pas baisser les bras au premier problème rencontré... De la persévérance née le travail bien fait. Quiconque débute dans la vente directe, rencontre forcément des difficultés de toutes sortes. D'où, l'importance d'avoir un moral d'acier pour continuer à avancer. D'autre part, avant de se lancer, de multiples vérifications quant au concept même du réseau sont indispensables. Inutile de commencer si l'on ne sait pas exactement où l'on met les pieds. Important encore de vérifier la solidité financière de l'entreprise avant de penser à faire du terrain.

Par quel biais, communiquez-vous avec vos conseillers, basés sur toute la France ?

Nous disposons de plusieurs outils de communication et notamment d'un journal interne. Ce dernier traite de toute l'actualité de notre groupe. Chacun est informé sur les nouvelles arrivées, les événements à venir, les nouvelles promotions, les objectifs du groupe, etc... Chacun peut également y communiquer. L'intranet est également un outil qui a la part belle au sein de notre groupe.



Nos représentants, peuvent en temps réel, savoir si telle ou telle autre appartenance est toujours disponible rien qu'en se connectant. Il peut également calculer en un rien de temps, depuis chez le client, les éventuelles mensualités que celui-ci aura à déboursier, en cas d'investissement. Nous organisons également des séminaires et des concours au sein de l'entreprise. Un moyen encore de nous rencontrer et de communiquer de manière originale. La dernière fois, un vingtaine ont eu le privilège de faire une croisière en méditerranée.

Quels sont vos hobbies ?

J'ai été longtemps professeur de tennis. Aujourd'hui, si je n'enseigne plus faute de temps, je suis toujours partant pour un petit match. J'aime aussi la natation, le footing et la planche à voile. Et puis, surtout passer du temps en famille, avec ma femme et mes enfants. ■

Revue de presse FIDEF