

Recruter, former et accompagner des vendeurs

Un réseau de vente directe perd chaque année une partie de ses vendeurs et une partie des recrues ne démarre jamais vraiment. Recruter régulièrement, mais surtout bien intégrer et former, est la condition de sa croissance.

Mesurer et chiffrer les besoins

Indicateur	Calcul
Effectif moyen	$(\text{Effectif en début de période} + \text{effectif en fin de période}) \div 2$
Taux de rotation	$((\text{Recrutements} + \text{départs}) \div 2) \div \text{effectif moyen} \times 100$
Taux de départ	$\text{Départs} \div \text{effectif en début de période} \times 100$

Indicateur	Calcul
Taux d'activité	$\text{Vendeurs actifs} \div \text{effectif} \times 100$
Taux d'activation des recrues	$\text{Recrues actives après trois mois} \div \text{recrues} \times 100$
Productivité	$\text{Chiffre d'affaires (ou ateliers)} \div \text{vendeurs actifs}$

Calcul des besoins : vendeurs actifs nécessaires = objectif de chiffre d'affaires $\div$ chiffre d'affaires par actif ; effectif à atteindre = actifs nécessaires $\div$ taux d'activité ; recrutements = effectif à atteindre - effectif actuel + départs prévus. Améliorer le taux d'activité ou réduire les départs diminue fortement le nombre de recrutements nécessaires.

Attirer et sélectionner

Canal	Atouts	Limites
Cooptation, parrainage	Recrues qui connaissent l'activité, accompagnées par leur marraine ; coût faible	Volume limité par le réseau des vendeurs
Présentation du métier lors des ateliers	Vivier de clientes et d'hôtesse satisfaites	Demande d'aborder le sujet avec tact
Réseaux sociaux	Ciblage local, témoignages de vendeurs	Candidats parfois peu informés
Salons, foires, soirées découverte	Contact direct, démonstration	Coût élevé par recrue active
Sites d'emploi	Visibilité	Confusion avec un emploi salarié

L'annonce est honnête : nature de l'activité, statut indépendant, rémunération à la commission et niveau réel des revenus observés, moyens fournis, liberté d'organisation. Elle évite les promesses de revenus garantis, les frais cachés et tout critère discriminatoire. L'entretien évalue la motivation, l'aisance relationnelle, la disponibilité, le réseau personnel et l'organisation, et présente clairement le statut.

Intégrer les recrues

Période	Actions
Premiers jours	Formation initiale (produits, démonstration, prise de commande, droit), remise du kit, désignation d'une marraine
Première semaine	Observation d'ateliers, liste de contacts, premier atelier de lancement
Premier mois	Premiers ateliers accompagnés, débriefing après chacun, objectifs proposés
Trois premiers mois	Points réguliers, formation complémentaire, bilan à 90 jours

Les premières semaines décident de l'activation : une recrue qui n'a pas animé d'atelier dans le premier mois démarre rarement ensuite.

Former et accompagner

- **Formation initiale** : connaissance des produits, démonstration, techniques de vente, prise de commande, règles juridiques.
- **Formation continue** : nouveaux produits et thèmes, rebond, ventes additionnelles, recrutement ; en présentiel, en ligne ou en réunion d'équipe.
- **Accompagnement terrain** : l'animateur observe un atelier sans intervenir, puis débriefe : le vendeur s'exprime d'abord, on souligne deux points forts, on retient un seul axe de progrès et un objectif mesurable.
- **Jeux de rôle** : entraînement à la prise de commande, au traitement des objections, à la présentation de l'offre hôteesse.
- **Évaluation de la formation** : satisfaction des participants, connaissances acquises, changement des pratiques, effet sur les résultats (taux d'acheteurs, panier, rebond).

À retenir

- Rotation, activité et activation se mesurent : ce sont les clés du dimensionnement du réseau.
- Recrutements = effectif à atteindre - effectif actuel + départs prévus.
- La cooptation est généralement le canal le plus efficace ; l'annonce doit être honnête.
- Intégration rapide et accompagnement terrain transforment les recrues en vendeurs actifs.

Pour aller plus loin :

[Fiche ressource – Motiver, rémunérer et évaluer un réseau de vendeurs](#)

[Fiche ressource – Statut du VDI et droit de la vente directe](#)

[Fiche ressource – Calculs de l'animateur de réseau](#)

[Fiche ressource \(bloc 2\) – Communication managériale, performance et motivation](#)