

## EXPÉRIENCE CLIENT



# L'utilisation de l'e-commerce pour renforcer les ventes à domicile

Après les années clichées façon Tupperware, la vente à domicile est devenue un marché en plein essor. Dans des secteurs très variés, du vin, en passant par la lingerie, les ustensiles de cuisine ou encore les bijoux et les jouets pour enfants, ce vieux modèle a toujours le vent en poupe. Explications.

### La vente à domicile, plus que jamais dans l'air du temps

Avec un chiffre d'affaires de 4,04 milliards d'euros en 2014, le marché de la **vente à domicile représente le 3e canal de distribution** après la **vente en magasin** et la **vente à distance**. Un secteur en pleine croissance où 100 000 postes ont été créés ces 10 dernières années. Particulièrement **plébiscitée par les femmes** qui représentent 80 % des vendeurs, la vente à domicile assure un **revenu complémentaire** et permet de **travailler en toute autonomie** : « les vendeurs du secteur ne sont pas salariés de l'entreprise, ils font le choix de travailler à leur rythme sans hiérarchie pesante, que ce soit à temps choisi ou à temps plein », explique **Josette Desassis-Clerc**, d'**Energetix Bingen France**, une entreprise de bijoux membre de la FVD. Côté acheteur, le modèle séduit une clientèle de plus en plus jeune et en quête de modes alternatifs de consommation faisant la part belle à la convivialité et au lien social.

### Le e-commerce, du virtuel au réel

L'essor de la vente à domicile correspond aussi à une évolution du **e-commerce**. Les e-consommateurs sont de plus en plus nombreux à vouloir découvrir le produit de près, à vouloir le toucher avant de l'acquérir. D'où l'expansion de ces nouvelles boutiques et **autres showrooms de marques**, la **Fnac**, **Made.com** ou **Amazon** en tête de liste, qui permet de présenter leurs articles. Plus que jamais **la vente à domicile s'appuie sur l'ère du e-commerce**, qui mêle réel et virtuel. Aujourd'hui, dans la plupart des cas, il est possible de **voir le produit**, de le **prendre en main** puis de **l'acheter sur Internet** via le site du **vendeur à domicile indépendant**. Et pour faciliter les échanges avec leur clientèle et renforcer leur fidélisation, les spécialistes de ce marché mettent à disposition de leurs équipes des outils e-commerce très performants ainsi que des techniques de vente. Dans cet aller-retour entre **commerce virtuel** et **boutique physique**, une relation de confiance s'installe entre le client et le vendeur. Une notion essentielle qui favorise l'acte d'achat.

### Vers un nouveau modèle d'entreprise ?

Par ailleurs, pour les entreprises, la vente à domicile présente des avantages évidents notamment en termes d'**économie de masse salariale**. « La vente à domicile est clairement un moyen de contourner les contraintes imposées par les circuits traditionnels, en optimisant les coûts fixes salariaux. Il n'y a par exemple, pas de directeur des ventes, ou encore de frais de locaux complémentaires dans les pays satellites ». La société rémunère ses vendeurs et vendeuses à domicile en leur versant des **commissions** ou des **honoraires** pour le travail effectué sur le terrain, en termes de vente, mais aussi de **communication**, d'**information** ou encore de **formation**. Chez Energetix Bingen France, ce sont les vendeurs eux-mêmes qui forment ceux qu'ils ont **parrainés**. Ils sont ensuite **rémunérés sur le chiffre d'affaires généré par leurs équipes** car il est extrêmement important de « faire prendre conscience aux vendeurs que la vente à domicile est un vrai métier et qu'il faut appliquer des fondamentaux pour réussir à réaliser ses objectifs personnels. », conclut **Josette Desassis-Clerc**. Toutefois, les entreprises du secteur doivent composer avec des vendeurs qui ne sont pas salariés et qui ne peuvent avoir d'objectifs de chiffre d'affaires. Il faut donc miser sur d'autres leviers de motivation comme **la mise en place de challenges** réguliers voire d'anticiper un développement à plus long terme avec de nouveaux leviers de croissance. Aujourd'hui, dans un **environnement cross-canal**, la vente à domicile se présente comme un acteur complémentaire très efficace pour le e-commerce.