

La réussite commerciale passe par la structuration, la systématisation et le suivi

Bernard Delvenne conseille commerciaux et entreprises. Il optimise les critères commerciaux d'une société de haute technologie liégeoise depuis peu et enchaînera avec une grande banque.

Son parcours, pendant 20 ans, c'est le secteur bancaire et les ventes. Licencié en sciences du travail de l'UCL, il a débuté sa carrière au siège liégeois d'une banque, et y est rapidement devenu animateur de réseau, responsable de 17 agences pour les assurances. "C'est là que j'ai fait mes premières armes en management de marché. Convaincre des banquiers de vendre des assurances, ce n'était pas simple."

Devenu indépendant en 2000, il a dirigé une agence bancaire pendant dix ans. Avant de se lancer dans la prospection intensive. En avril dernier, il a développé son projet Pragm'ethiC. "J'ai fait mon bilan de compétences pour définir mon métier idéal. Le management était le leitmotiv. J'ai décidé de mettre mon expérience à disposition des personnes et des entreprises pour augmenter leurs résultats. Si mon client est une entreprise, j'optimise la structure commerciale et donne un cadre à l'équipe. Avec la personne, je travaille sur le partage d'expériences, la formation, la confrontation et je fournis un fil rouge pour le processus global de vente. Dans les deux cas, le secret est la structuration, la systématisation, et le suivi. Être commercial, c'est un métier. Je travaille avec tout qui a envie d'améliorer ses résultats."

Bernard Delvenne aide aussi les commerciaux à tenir un langage adapté à leurs clients, percutant et ciblé. "En réseautage, 8 % seulement du cerveau sont attentifs au message lors de la première rencontre. Le reste est occupé à analyser celui qui parle. Je conseille des "pitches" de maximum 15 secondes formulés avec des mots compréhensibles par un enfant de 8 ans, ce qui correspond au pic de l'attention et aux capacités déployées."

