

Clermont-l'Hérault Un partenariat gagnant-gagnant

Un partenariat gagnant-gagnant entre le lycée du Cep d'or et l'entreprise Thiriet. Cette dernière, désormais spécialisée dans le surgelé, s'avérait être, en 1963, une boulangerie vosgienne. Le fils, reprenant l'entreprise au décès de son père, se fait remarquer par la qualité de ses glaces. En 1972, le boulanger deviendra pâtissier glacier. En 1980, l'entreprise devient

« le surgelé gourmand » petit à petit l'entreprise se développe et, en 2014, ouvre son site internet : livraison.thiriet.com. Mais être présent sur internet n'est pas suffisant, les commerciaux développent un savoir-faire pour convaincre de nouveaux clients. Des compétences qu'ils viennent partager avec les élèves de Ire et de terminale du Cep d'or. L'entreprise Thiriet met, gracieusement, à disposition, Hervé et André, deux formateurs, spécifiquement pour l'établissement scolaire. Une

formation en trois étapes. La première consiste à apprendre l'entreprise son histoire et ses produits et les différentes techniques de prospection. La seconde consistera en un travail d'entraînement par le biais de jeux de rôle pour les étudiants jouant alors soit les vendeurs par binômes, soit les acheteurs chez qui ils viennent sonner.

Les lycéens apprennent à prospecter

La troisième consiste en une mise à l'épreuve de deux jours en situation réelle, chaque binôme devra aller vendre les produits Thiriet aux habitants du Clermontais. Deux binômes viendront sonner à la porte des habitants de Clermont pour leur présenter le catalogue de l'entreprise. Les trois meilleurs binômes se verront récompenser par des bons cadeaux. Les formateurs annoncent claire-

ment la couleur : « Il faut parler fort, clairement mais surtout écouter le client et définir ses besoins », et de préciser « On ne dénigre surtout pas les concurrents. » Mais alors que gagne l'entreprise ? « Nous y gagnons dans notre image. Cela permet aussi de se créer une réputation de vendeur potentiel mais aussi la création de nouveaux clients. Et de rajouter, la prospection en porte à porte est une méthode de vente très dure qui ne s'apprend que sur le terrain. Une telle formation sur un CV peut faire la différence. »

► Correspondant Michel Labre : 06 20 67 66 37



■ Les formateurs enseignent la prospection aux élèves.

M. Labre