VINCENT VERSTREPEN

LA VENTE DURABLE

Comment performer, durer et réussir, sans s'épuiser

ÉDITIONS MAÏA

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maïa – reproduction interdite

Découvrez notre catalogue sur :

https://editions-maia.com

Un grand merci à tous les participants de *euthena.com* qui ont permis à ce livre de voir le jour :

… …

© Éditions Maïa

Nos livres sont éthiques et durables : économes en papier et en encre, ils sont conçus et imprimés en France.

Tous droits de traduction, de reproduction ou d'adaptation interdits pour tous pays.

ISBN 9791042538088
Dépôt légal : novembre 2026

Un guide pour dirigeants, managers et commerciaux qui veulent structurer une croissance rentable sans oublier l'humain.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

Sommaire

Dédicace 6
Note de l'auteur 7
À propos de ce livre 8
Introduction 10

Partie 1 – Ce que tu crois est faux 14

Chapitre 1
Tu ne manques pas de motivation, tu manques de cadre 14

Chapitre 2
On t'a appris à penser… mais pas à faire 28

Chapitre 3
Tu veux progresser, mais tu avances au hasard 37

Partie 2 – La réalité du terrain 46

Chapitre 4
Manager, ce n'est pas être gentil (ni dur) 46

Chapitre 5
Le jour où tu comprends que tu n'es pas aussi bon que tu le pensais 57

Chapitre 6
Tu ne gères pas des chiffres, tu gères des humains 66

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

Partie 3 – Ce qui fait vraiment la différence **79**

Chapitre 7
La discipline bat tout, même le talent 79

Chapitre 8
Tu ne progresses pas parce que tu évites la vérité 88

Chapitre 9
Ce que tu fais tous les jours te construit (ou te détruit) 97

Partie 4 – Ce que tu dois faire concrètement **108**

Chapitre 10
Rien ne s'improvise, surtout pas les moments importants 108

Chapitre 11
Ceux qui progressent ne font pas plus, ils font mieux 122

Chapitre 12
Le détail qui change tout : préparer, briefer, débriefer 132

Partie 5 – Ce que personne ne te dit sur la réussite **142**

Chapitre 13
Tu peux réussir... et passer à côté de ta vie 144

Chapitre 14
La performance durable, ce n'est pas aller plus vite – c'est durer 157

Conclusion 170
Remerciements 176
À propos de l'auteur 180
Bonus – Passe maintenant à l'action 181

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

Dédicace

À Charline,

Il y a des moments que je n'ai pas toujours su arrêter.
Des soirs où je suis rentré tard.
Des journées où mon corps était là, mais où mon esprit était encore pris par le travail, les responsabilités, les objectifs, les décisions à tenir.

Je ne veux pas te dire que c'était toujours juste.
Je veux simplement que tu comprennes, un jour, que je n'ai jamais avancé loin de toi.
J'ai avancé aussi pour toi.

J'ai voulu construire, apprendre, progresser, devenir plus solide.
J'ai parfois cru qu'il fallait tenir davantage, travailler plus, ne pas lâcher, pour préparer demain. Avec le temps, j'ai compris que réussir ne vaut vraiment que si l'on reste proche de ce qui compte le plus.

Et ce qui compte le plus, c'est toi.

Ce livre parle de performance, de cadre, de vente, de management et de réussite.
Mais derrière chaque page, il y a aussi une vérité plus intime : on peut vouloir grandir sans oublier ceux qu'on aime.

Alors je te dédie ces pages, avec tout l'amour d'un père qui n'a pas toujours été aussi présent qu'il l'aurait voulu, mais qui t'a toujours portée dans son cœur.

Pour toi, Charline.
Pour que tu saches que l'ambition n'a de valeur que si elle reste humaine.
Et que, dans ma vie, ton prénom restera toujours l'essentiel.

Je t'aime.
Papa.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

Note de l'auteur

Ce livre s'appuie sur des expériences professionnelles vécues, observées ou rapportées au cours de mon parcours.

Afin de préserver la confidentialité des personnes et des entreprises concernées, certains prénoms, fonctions, lieux, secteurs d'activité, temporalités ainsi que plusieurs éléments permettant d'identifier les protagonistes ont été modifiés.

Certaines situations, scènes et certains dialogues ont également été adaptés, reconstitués ou recomposés à partir de plusieurs expériences professionnelles.

Ils ont une vocation illustrative et narrative et ne constituent donc pas la retranscription littérale d'un événement, d'une personne ou d'une organisation identifiable.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

À propos de ce livre

Ce livre s'adresse aux commerciaux, aux managers et aux dirigeants qui veulent développer leur activité sans épuiser leurs équipes ni se perdre dans leur travail. Je l'ai écrit pour ceux qui aiment ce métier, veulent obtenir des résultats et cherchent à comprendre pourquoi leurs efforts ne produisent pas toujours ce qu'ils espéraient.

J'y partage ce que le terrain m'a appris, à travers des rendez-vous clients, des décisions managériales et des situations où mes premières certitudes ont été mises en défaut. Les réussites y ont leur place, mais aussi les affaires perdues et les erreurs de lecture. J'ai choisi de raconter ces moments parce qu'ils permettent de comprendre comment une difficulté se présente réellement, avant que l'on en connaisse l'issue.

La Vente Durable repose sur une conviction : l'exigence commerciale et l'attention portée aux personnes doivent aller ensemble. Il faut gagner des clients, défendre une marge et tenir ses engagements. Il faut aussi comprendre ce que ces objectifs demandent aux équipes et leur donner les moyens de les atteindre. C'est dans cette responsabilité quotidienne que je situe le rôle du commercial comme celui du manager.

Tu trouveras dans ces pages des récits de terrain, des réflexions et des outils pour mieux préparer tes rendez-vous, accompagner tes collaborateurs et tirer des enseignements de tes expériences. Les situations racontées abordent la vente autant que le management : qualifier une affaire, choisir ses priorités, recadrer un collaborateur, préparer une négociation ou reconnaître qu'une décision était mauvaise.

Tous ces sujets ne te concerneront pas de la même manière. Un commercial pourra y retrouver les hésitations d'un client ou les difficultés d'un dossier. Un manager s'interrogera davantage sur sa manière d'accompagner. Un dirigeant regardera peut-être ce que son organisation facilite ou complique. J'ai voulu que chacun puisse faire le lien avec son propre travail.

Le livre aborde aussi une question plus personnelle : quelle place laisser à la réussite professionnelle dans sa vie ? Je ne pouvais pas parler de performance durable sans évoquer ce

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

que l'ambition peut coûter à ceux qui la poursuivent et à leurs proches.

Je partage ces pages avec l'envie de transmettre ce qui m'a aidé à progresser. Tu pourras y chercher un conseil pour une situation précise, revenir sur un passage après un rendez-vous difficile ou confronter une idée à ton expérience. J'espère que tu y trouveras des repères utiles pour ton prochain rendez-vous ou une décision que tu dois prendre.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

Introduction

Il y a des métiers que l'on comprend vraiment seulement quand on les a vécus. La vente en fait partie. On peut lire des méthodes, apprendre un cycle commercial, travailler un argumentaire, suivre des indicateurs ou préparer une négociation. Tout cela compte. Mais le terrain ajoute toujours quelque chose que les méthodes ne disent pas : le doute au mauvais moment, l'information que l'on n'avait pas, la réaction d'un client mal lue ou la décision que l'on croyait évidente et qui ne l'était pas.

C'est aussi ce qui rend ce métier passionnant. Deux rendez-vous qui se ressemblent sur le papier peuvent produire des résultats opposés. Un client peut parler du prix alors que son hésitation vient d'ailleurs. Un commercial peut croire avoir avancé alors qu'aucune prochaine étape n'a été décidée. Une équipe peut multiplier les actions et avoir malgré tout la sensation de piétiner. Et un manager peut vouloir aider, puis découvrir qu'il a créé plus de dépendance que d'autonomie.

J'ai connu ces situations, et j'en ai mal interprété certaines. J'ai eu des rendez-vous dont je suis sorti satisfait avant de comprendre que je n'avais pas posé les bonnes questions. J'ai vu des affaires perdues pour de mauvaises raisons apparentes : le prix, la concurrence, le délai. En regardant mieux, le problème se trouvait parfois plus tôt : besoin supposé trop vite, décideur mal identifié, valeur insuffisamment démontrée ou engagement pris avant d'avoir vérifié ce que l'entreprise pouvait réellement tenir.

Pendant longtemps, j'ai associé la performance commerciale à l'énergie. Il fallait avoir envie, appeler, relancer, aller sur le terrain, recommencer après un refus. Cette énergie reste indispensable. Je n'ai jamais cru qu'une équipe pouvait gagner durablement sans ambition. Il faut du rythme, du courage et parfois une vraie intensité. Mais j'ai appris qu'une grande quantité d'énergie ne garantit pas que l'on avance dans la bonne direction.

On peut travailler énormément sur un dossier mal qualifié, multiplier les rendez-vous avec les mauvaises personnes ou relancer un client qui n'a aucune raison de décider maintenant.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

On peut aussi demander davantage d'activité à une équipe alors que ce qui lui manque est un cadre plus clair. Faire plus donne parfois l'impression d'agir. Cela ne règle pas forcément ce qui bloque.

C'est là que ma manière de regarder la performance a commencé à évoluer. Je me suis moins demandé comment obtenir toujours plus d'efforts et davantage comment rendre ces efforts utiles. Qu'est-ce qui fait vraiment avancer une affaire ? Qu'est-ce qu'un client n'a pas compris ? Qu'est-ce qu'un collaborateur ne sait pas encore faire seul ? Quelle décision ai-je repoussée alors qu'elle aurait permis à l'équipe d'avancer ? Ces questions sont moins spectaculaires qu'un discours de motivation, mais souvent plus utiles.

C'est ce regard que j'ai fini par appeler la Vente Durable. Le terme ne signifie pas vendre moins ou renoncer à l'exigence. Il désigne une manière de chercher la performance sans consommer en permanence ce qui la rend possible : la confiance du client, la marge, l'énergie des équipes, la qualité des décisions et la capacité de chacun à progresser. Une affaire gagnée n'est pas une vraie réussite si elle oblige ensuite l'entreprise à réparer pendant des semaines ce qui a été promis trop vite.

Cette idée m'a obligé à regarder la vente autrement. Vendre ne consiste pas seulement à convaincre. Il faut comprendre avant de proposer, qualifier avant de chiffrer et savoir où se situe réellement la décision. Dans certaines situations, notre meilleure contribution n'est pas d'ajouter un argument, mais de poser la question que personne n'avait encore posée. Un « je vérifie et je reviens vers vous » peut protéger davantage la relation qu'une promesse donnée trop vite.

Elle a aussi changé ma façon de manager. Lorsque les résultats tardent, la tentation est forte d'augmenter la pression : plus de rendez-vous, plus d'appels, plus de suivi. Parfois, c'est nécessaire. Mais avant d'ajouter une exigence, j'essaie désormais de comprendre précisément ce qui ne fonctionne pas. Un collaborateur peut manquer d'activité. Il peut aussi travailler beaucoup avec une méthode qui le fait perdre au même endroit. Dire « il faut faire mieux » ne suffit pas. Il faut être capable de montrer où se joue la différence.

Cela suppose d'accepter une vérité moins confortable : le manager peut faire partie du problème. J'ai parfois voulu trop aider, répondre trop vite ou reprendre un dossier parce que je

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite

savais comment le traiter. Sur le moment, cela faisait gagner du temps. À force, cela pouvait aussi apprendre à l'équipe à attendre mon avis. Responsabiliser ne consiste donc pas à disparaître, pas plus qu'accompagner ne consiste à tout décider à la place des autres.

La même vigilance vaut pour l'organisation. Beaucoup de difficultés commerciales ne commencent pas face au client. Elles naissent dans une information qui circule mal, une responsabilité mal définie, un délai annoncé sans vérification ou une réunion qui se termine sans décision. Le commercial peut avoir bien travaillé et devoir ensuite expliquer une promesse que l'entreprise n'arrive pas à tenir. À l'inverse, une organisation solide renforce la relation client.

C'est pour cela que ce livre parle de vente, mais aussi de management, d'organisation et de responsabilité. Le chiffre, la marge et le développement restent essentiels. Je dirige des équipes commerciales pour obtenir des résultats. Simplement, je ne veux plus regarder ces résultats seuls. Je veux comprendre comment ils ont été obtenus et ce qu'ils permettent encore de construire ensuite.

Cette approche demande de la lucidité, y compris lorsque les résultats sont bons. Une affaire gagnée peut masquer une mauvaise habitude si elle a été obtenue grâce à une remise impossible à répéter. Une forte croissance peut cacher une organisation qui tient parce que quelques collaborateurs rattrapent tout. À l'inverse, une affaire perdue peut contenir un vrai progrès si l'équipe a mieux qualifié et compris plus tôt pourquoi elle n'était pas en position de gagner. Le résultat compte, mais il ne raconte pas tout ce qu'il faut apprendre.

J'ai écrit les pages qui suivent à partir de ce type d'expériences. Elles viennent des rendez-vous, des appels, des voitures entre deux visites, des briefs, des négociations et des réunions où il faut décider. Certaines situations se sont bien terminées. D'autres non. Je n'ai aucun intérêt à transformer les secondes en démonstrations parfaites après coup. Ce sont souvent elles qui m'ont le plus obligé à changer ma manière de travailler.

Je n'écris donc pas depuis une position où tout serait désormais réglé. Je continue à apprendre et à revoir certaines décisions.

Épreuve – La vente durable_Extrait2 – 03/11/2026 – Éditions Maia – reproduction interdite