

Paru dans l(es) édition(s) : informations non précisées

VENTE À DOMICILE. La directrice de Charlott'lingerie, société de vente à domicile, réalise un tour cycliste dans l'est de la France pour trouver 1 000 vendeuses**Le vélo, un moyen de recrutement**

1 000 km pour 1 000 emplois. Véronique Garnodier recrute 1 000 emplois sur un parcours de 1 000 km. Communication. La dirigeante allie passion du vélo et motivation professionnelle. Un bon moyen de communiquer. Chalon. L'équipe de Charlott'lingerie est à Chalon, demain matin, pour une réunion de coaching et un recrutement de vendeuses.

Véronique **Garnodier** a fondé son entreprise de vente à domicile de lingerie il y a seize ans. Aujourd'hui, elle expérimente un nouveau mode de recrutement : la pratique du vélo avec ses futures vendeuses.

Son métier, la vente à domicile, n'est pas commun et reste encore méconnu. Alors pour communiquer, coacher ses équipes et recruter 1 000 emplois, Véronique Garnodier, fondatrice et actuelle directrice de la société lyonnaise Charlott'lingerie, parcourt 1 000 km sur son vélo. « Cela fait trois ans que, quelques jours par an, j'allie ma passion du vélo et la volonté de développer mon entreprise, explique cette femme svelte et dynamique. Cela me permet de communiquer de manière originale sur mon entreprise et d'interpeller mes futures employées avec énergie. » Depuis le 20 avril dernier et jusqu'au 30, Véronique Garnodier réalise un tour cycliste cette année dans l'est de la France.

Un entretien en pédalant

Chaque étape se construit de la même manière : en début de matinée, la chef d'entreprise, accompagnée de plusieurs proches collaborateurs, anime une réunion de coaching de ses vendeuses et d'information en direction des candidates à la vente à domicile de lingerie. Le discours est direct, très moderne et parfaitement structuré. « Il s'agit de leur fournir toutes les astuces et les techniques pour vendre nos produits en passant au-delà du "non" de certaines clientes, tout cela dans la bonne humeur », ajoute la Véronique Garnodier. Jouer un rôle, mettre les acheteuses à l'aise, repérer de futures hôtesse et vendre sans pousser à l'achat : toutes les techniques modernes sont passées en revue.

Mais c'est la deuxième partie de la rencontre qui attire l'attention et permet à l'entreprise de véhiculer son message à travers les médias : Véronique Garnodier enfle sa tenue de cycliste et incite toutes ses collaboratrices et les nouvelles candidates à l'accompagner sur le début de son étape. « Bien sûr, il ne

Un entretien en pédalant

s'agit pas d'un entretien classique, mais cela permet de tester la motivation de chacune et de discuter et échanger en toute simplicité, souligne la directrice de Charlott'lingerie. Le vélo est un sport très social, on parle quand on pédale, et cela nivelle tout statut socioprofessionnel. C'est idéal pour motiver et créer du lien. » Cette formule originale de recrutement, Véronique Garnodier l'a déjà pratiquée l'an dernier sur un autre parcours.

« Nous avons recruté 600 vendeuses pour Charlott'. Cette année, la barre est juste un peu plus haute », annonce-t-elle.

Aujourd'hui, toute l'équipe de Charlott'lingerie est à Besançon, et elle fait étape demain, à Chalon.

Les candidates sont attendues à 9 h 30 à l'hôtel Campanile, rue Raoul-Ponchon, munies d'un vélo pour d'une paire de rollers.

UNE ACTIVITÉ FÉMININE À TEMPS PARTIEL La vente à domicile est une activité particulière et assez méconnue. Elle fonctionne essentiellement sur les réseaux relationnels : une vendeuse se rend chez une connaissance qui invite elle-même une petite dizaine d'amies, de potentielles acheteuses. De nombreux produits sont actuellement vendus lors de réunions de ce type. On connaît bien sûr les produits d'ustensiles ménagers Tupperware, mais il en existe une multitude d'autres. Les produits d'entretien, le maquillage, les aliments de régime ou les appareils électroménagers ont le vent en poupe, mais on vend également beaucoup de prêt-à-porter à domicile. On voit même de plus en plus de ventes à domicile de sextoys, produits intimes qu'il est bien plus discret d'acheter chez soi ou chez une amie. La vente à domicile est un métier en majorité féminin. Les clientes sont également très souvent des femmes. Le plus souvent, c'est une activité à temps partiel, qui n'est qu'un simple complément de revenu pour la vendeuse. Elle est salariée mais gère seule son planning et son volume de travail. La vente à domicile est souvent rémunérée à la réunion, puis au nombre de commandes effectuées durant chaque réunion. L. L.

Paru dans l(es) édition(s): informations non précisées

L'EXPERT « Stratégie de communication »
Ce n'est pas la première chef d'entreprise à utiliser le sport et les valeurs qu'il véhicule pour motiver les employés, mais Véronique Garnodier innove dans le recrutement. « On ne leur demande pas un exploit sportif, bien au contraire. C'est le côté convivial d'une étape cycliste que je recherche », assure Véronique Garnodier. En demandant aux candidates de venir avec leur vélo, la directrice mesure également leur motivation. Au-delà du but de recrutement, la méthode cherche également à faire parler de l'entreprise, et c'est une réussite : télévisions, radios et presse écrite étaient au rendez-vous durant les différentes étapes du tout 2010. Charlott'lingerie compte aussi plus de 6 000 fans sur... Facebook ! EN CHIFFRES 600 VENDEURS À DOMICILE EN BOURGOGNE £ 400 personnes sont des femmes. £ 200 personnes sont à temps partiel. En Saône-et-Loire, on compte 162 vendeurs à domicile. £ En Côte-d'Or, on compte 150 vendeurs. Source : recensement de la population Insee - exploitation complémentaire CE QUE ELLES EN PENSENT? Qu'est-ce qui vous a amené à la vente à domicile? « D'abord le produit » «

J'ai commencé en septembre 2009 la vente à domicile chez Charlott'lingerie. C'est la lingerie qui m'y a amenée. J'étais auparavant éducatrice sportive et j'ai effectué un changement de carrière. C'est avant tout le contact commercial qui me plaît dans cette activité. Nous avons également beaucoup de liberté dans la confection de notre emploi du temps et une amplitude horaire confortable. » « La gestion du temps » « J'étais en congé parental, il y a six ans. C'est une émission télé qui faisait un zoom sur Charlott'lingerie qui m'a convaincue. Je me suis lancée dans la vente à domicile du jour au lendemain. J'aime gérer mon emploi du temps, surtout par rapport à ma famille. Et puis je trouve que la lingerie est un produit qui convient très à l'univers féminin, c'est ce qui me plaît aussi. » « Complément de revenu » « Je viens de commencer cette activité. C'est un produit particulier, qui me plaît. J'aime le principe de la vente à domicile parce qu'on peut vraiment personnaliser sa technique de vente et évoluer très vite. Les réunions sont des moments intimes, entre amies. On passe des très bons moments. Et c'est un complément de revenu non négligeable. Pour l'instant, je n'ai pas d'objectif de durée. »

LOMPECH LINDA