

Soyez le meilleur Vendeur !

Chaque vente est un défi, déployez des trésors d'imagination pour réussir à vendre les Produits les plus improbables aux Clients les plus difficiles.

VRPg est un jeu de rôle pour deux personnes dans le monde aventureux et sans pitié de la vente à domicile.

Pour jouer un Vendeur Représentant Placier, vous avez besoin de 13 dés à 4, 6, 8, 10 et 12 faces. Cela fait beaucoup me direz-vous, oui, mais c'est un métier difficile que vous allez exercer, autant être bien équipé.

Créez vos VRP

Chacun des deux joueurs crée son représentant de commerce en reportant des informations sur sa « fiche Vendeur » selon les directives suivantes :

- Choisissez un pseudonyme bien français de France comme Jacques Porté ou Michelle Martin.
- Votre Force de Vente commence à 0 et oui, vous êtes débutant.
- Votre Charisme commence à d6, il vous faut progresser pour devenir un bon Vendeur.
- Répartissez 6 points parmi vos 3 Talents : Persuasion, Argumentation et Mensonge. Minimum 1 point dans chaque Talent.

tout magique, ou une collection d'encyclopédie, ou encore des alarmes de maison, un abonnement à une boutique de vente par correspondance... tout est possible.

- Ensuite, il peut trouver un petit nom qui met en valeur son merveilleux Produit : « Frottex 3000 », « Quix », « Tania Ultra » ou ce que vous voulez.
- Après cela, il décide d'autant de qualités et de vices qu'il le désire. Plus le Produit possèdera de vices en comparaison au nombre de ses qualités et plus il sera difficile à vendre. Plus il est difficile à vendre, plus il rapportera de points de Force de Vente, prestige de votre Vendeur.
- Établissez le rapport Q - V, conformément aux indications de la fiche produit.

Le jeu commence

Décidez aléatoirement de qui va commencer à affronter la dure réalité du porte-à-porte.

Le joueur désigné devient le Joueur-Vendeur. Il commence par déterminer le Produit qu'il va tenter de vendre, sans le dévoiler à l'autre, car les données inscrites serviront à vérifier si le Vendeur a dit la vérité ou s'il a menti à la fin des échanges.

Les Produits :

- Ensuite, il détermine la nature du Produit qu'il va tenter de vendre : par exemple un essuie-

Les Clients :

Pendant que le Joueur-Vendeur crée le Produit, l'autre joueur devient le Joueur-Client.

Il commence par remplir la fiche client. Il commence par établir le score de Statut du ou des personnages qu'il va jouer :

- 1- Client très pauvre, gravement endetté, au chômage, bohème...
- 2- Client en difficulté financière, a perdu beaucoup d'argent, personne âgée à faible retraite, peu encline à dépenser le peu d'argent qu'il lui reste.

3- Client middle-class, consommateur normal, se fait plaisir de temps à autres, mais fait attention aux dépenses. Il doit croire qu'il a besoin du Produit pour l'acheter.

4- Client plutôt aisé, qui ne se soucie pas vraiment de ses dépenses. Il n'achètera que ce qui lui semble de qualité.

5- Client richissime, rentier, n'achète que des choses qu'il pense luxueuses ou extraordinaires, mais achète à tour de bras.

Le Client peut être une unique personne, un couple, une famille, des colocataires ou autres... Au Joueur-Client de les jouer comme il lui convient, le tout sera traité en terme de règles comme une seule entité.

L'ANTIPATHIE :

Au départ, l'Antipathie du Client est inversement proportionnelle à son Statut, donc un personnage possédant par exemple un statut de 4 aura une Antipathie de niveau 2 ce qui correspond à la valeur « d6 » sur la fiche.

Soustrayez le rapport Q - V du Produit au niveau d'Antipathie du Client : s'il est positif, cela fait baisser l'Antipathie, s'il est négatif, cela la fait monter. L'Antipathie avant la confrontation ne peut être inférieure à 1 (ce qui correspond à la valeur « d4 »), ni supérieure à 5 (ce qui correspond à la valeur « d12 »).

LES FAIBLESSES :

Vous pouvez ajouter au Client une ou plusieurs Faiblesses. Leur but est d'imaginer ce qui affectera le joueur pour le pousser à se désengager de sa vente. Le Client peut être dépressif, en instance de divorce, en deuil... à vous d'inventer les trucs les plus retors.

LES DÉFENSES :

Répartissez un nombre de points dans vos trois Défenses en fonction de la Force de Vente du Vendeur :

Force de Vente	Points de Défenses
0	6
7	7
14	8
21	9
28	10
35	11
42	12
49	13
56	14
...	...

Mise en scène :

Le Joueur-Vendeur introduit son personnage dans la fiction de la façon qui l'intéresse. Le Joueur-Client poursuit la narration en développant la situation et son cadre pour amener le Vendeur à rencontrer le Client. Le Joueur-Vendeur joue son personnage, le Joueur-Client joue et décrit tout le reste.

Ces scènes visent à introduire la vente par une collaboration narrative entre les deux joueurs.

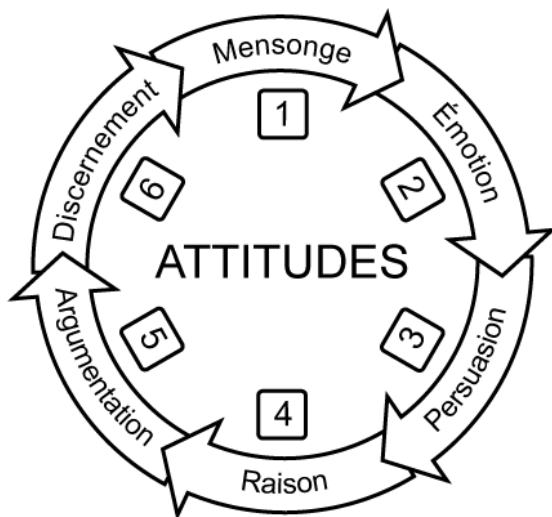
Lorsque le Vendeur et le Client sont en confrontation (commerciale, bien sûr), vous pouvez utiliser le « système de confrontation ».

Les confrontations

- Les joueurs effectuent leurs narrations en plaçant devant eux un dé à 6 faces, indiquant le numéro de l'Attitude (à savoir le Talent du Vendeur et la Défense du Client) qu'ils veulent jouer.
- LE DÉ DOIT ÊTRE CACHÉ JUSQU'À LA RÉOLUTION DE L'ACTION ! (Utilisez un objet pour le cacher).
- La narration effectuée doit être conforme à la définition du Talent ou de la Défense employés. Si tel n'est pas le cas, l'action est nulle, vérifiez si le Vendeur a menti ou dit la vérité en fonction des informations qu'il a notées sur la fiche Produit.
- La narration est interactive et une action

décrite est une action qui est effectuée, que l'adversaire le veuille ou non.

- Vous pouvez changer pendant l'échange la face de votre dé une seule fois, mais vous devez justifier ce changement dans la narration et laisser le temps à l'adversaire de répondre.
- Quand un joueur pense avoir l'avantage sur son adversaire, il dévoile son dé. Alors les opposants se munissent du nombre de dés de leur Attitude et de la taille indiquée par leur Charisme ou leur Antipathie.
- Un joueur qui a réussi à employer une des techniques décrites sur sa fiche la coche et gagne un dé s'il est Client ou deux s'il est Vendeur. On ne peut utiliser qu'une technique à la fois. Chaque technique ne peut être utilisée qu'une seule fois par confrontation.
- Chaque Attitude est plus forte qu'une autre :



Le joueur qui utilise une Attitude ayant l'ascendant sur celle de son adversaire diminue les dés de ce dernier d'une taille le temps du lancer de dés.

- Puis les deux joueurs lancent leurs dés : le joueur qui obtient la valeur la plus élevée sur un dé gagne l'échange. En cas d'égalité, c'est le deuxième dé le plus haut qui gagne et ainsi de suite s'il y a encore égalité. En cas d'égalité absolue, l'échange est nul.
- Le gagnant peut réduire d'un point l'Antipathie ou le Charisme de son adversaire, ou diminuer

d'un point un de ses Talents ou une de ses Défenses (qui ne peuvent descendre en dessous du seuil d'1 point).

Tant que les deux personnages possèdent des points de Charisme et d'Antipathie, la confrontation continue. On ne pourra connaître l'issue de la vente qu'à la fin de la confrontation.

LES TECHNIQUES

Les Techniques du Vendeur sont plus difficiles à mettre en œuvre que celles du Client, c'est pourquoi elles accordent 2 dés de bonus contre 1 pour celles du Client.

Le Vendeur doit parvenir à les mettre en œuvre en faisant marcher le Client pour solliciter le bonus, quand le Client a seulement besoin de les inclure dans sa narration.

Fin de la confrontation

- Lorsque l'Antipathie du Client atteint 0, le Vendeur gagne la confrontation et parvient donc à vendre son Produit.
- Lorsque le Charisme du Vendeur atteint 0, il perd la confrontation. Il ne peut plus vendre son Produit et doit renoncer.

Le joueur qui gagne la confrontation raconte comment la scène se finit.

Après cela, on inverse les rôles, le Joueur-Vendeur devient Joueur-Client et le Joueur-Client joue son Vendeur qu'il a créé préalablement. Un Vendeur dont le Charisme a atteint 0 remontera au moins à d4 pour la prochaine vente.

La Force de Vente

Si le Vendeur a gagné la confrontation, il gagne le nombre de points d'Antipathie de départ du Client (en prenant en compte le rapport Q - V) qu'il peut ajouter à son score de Force de Vente.

La Force de Vente d'un Vendeur lui permet d'augmenter ses Talents ou son Charisme selon ce barème :

Force de Vente	Points bonus en Talents ou Charisme
0	0
1	1
5	2
10	3
15	4
20	5
25	6
30	7
35	8
40	9
45	10
50	11
55	12
...	...

- Prostituée
- Dealer
- Démarcheur religieux visant à recruter de nouveaux adeptes
- N'importe quelle négociation de la vie courante, le produit sera alors l'objectif du vendeur, ce qu'il voudra faire accepter à l'autre. Vous êtes libres d'inventer ce que vous voulez, toute confrontation peut être résolue avec ce système...

Mesurez-vous à d'autres !

Conservez votre Vendeur et jouez à VRPg avec d'autres personnes pour le faire progresser et devenir le meilleur Vendeur !

Variantes

Faites en sorte de varier le type de produits vendus ainsi que les situations dans lesquelles les vendeurs abordent leurs clients.

Voici différentes idées à explorer :

- Démarcheur pour des associations caritatives
- Prospecteur par centre d'appel
- Vendeur de rue
- Arnaqueur professionnel

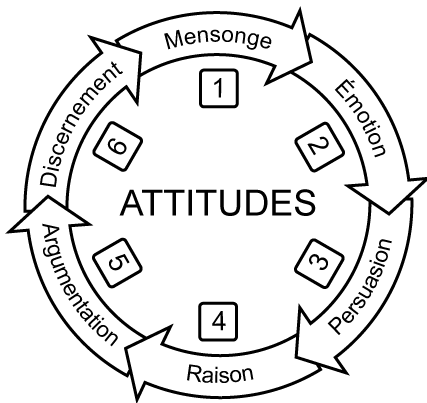
Références

- Les techniques de manipulation sont tirées de l'essai de psychologie sociale *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* de Jean-Léon Beauvois et Robert-Vincent Joule (2002) PUG.
- Les techniques de défense des clients sont tirées de la page wikipédia des techniques de vente :

http://fr.wikipedia.org/wiki/Techniques_de_vente

VRPg

Fiche Vendeur



Pseudonyme :

Force de Vente (*Qualité générale du Vendeur*) :

Charisme (*Taille des dés employés*) : d4 - d6 - d8 - d10 - d12

Talents (*Nombre de dés employés*) :

1 - Mensonge : o o o o o (*Tromper le Client*)

3 - Persuasion : o o o o o (*Jouer sur les émotions du Client*)

5 - Argumentation : o o o o o (*Donner les véritables qualités du Produit et convaincre le Client de leur compatibilité*)

◀ Le joueur qui utilise un Talent ou une Défense ayant l'ascendant diminue les dés de son adversaire d'une taille le temps du lancer de dés.

Techniques (*Augmente le nombre de dés employés de deux points le temps d'une action, chacune n'est utilisable qu'une seule fois par vente*) :

o **Amorçage** : obtenir l'assentiment du Client d'abord et ne le renseigner qu'ensuite sur les coûts et bénéfices réels.

o **Leurre** : obtenir l'engagement d'une personne avant de la prévenir que ce n'est plus possible, mais qu'il y a une autre possibilité.

o **Pied dans la porte** : faire d'abord une demande peu coûteuse, afin de préparer le terrain pour une demande plus coûteuse (escalade d'engagement).

o **Porte au nez** : faire une demande préalable excessive pour faire passer la vraie demande pour honnête.

o **Contact humain** : touchez subtilement, mais franchement votre interlocuteur.

Fiche Client

Nom :

Seul/Couple/Famille/Colocataires/Autres :

Statut (*Niveau de vie, pouvoir d'achat*) : o o o o o

Faiblesses :

Antipathie (*Taille des dés employés*) : d4 - d6 - d8 - d10 - d12

Inversement proportionnel au Statut du Client. Ajoutez ou soustrayez le rapport Qualités – Vices du Produit pour obtenir le niveau d'Antipathie de départ du Client.

Défenses (*Nombre de dés employés*)

2- Émotion : o o o o o (*Capacité du Client à jouer de ses émotions ou à les contrôler*)

4- Raison : o o o o o (*Capacité de contre-argumentation du Client*)

6- Discernement : o o o o o (*Capacité à déceler le mensonge*)

◀ Le joueur qui utilise un Talent ou une Défense ayant l'ascendant diminue les dés de son adversaire d'une taille le temps du lancer de dés.

Techniques (*Augmente le nombre de dés employés d'un point, chacune n'est utilisable qu'une seule fois par vente*) :

o **Critique** : Le Client n'est pas satisfait d'un Produit de même marque ou de même nature, ou n'est pas satisfait par les qualités énoncées du Produit.

o **Scepticisme** : Le Client doute du Produit ou de ses qualités.

o **Objection** : Argument en opposition à la vente. Concerne l'impossibilité d'acheter le Produit.

o **Malentendu** : Le Client croit à des faits erronés concernant le Produit.

o **Indifférence** : Le Client pense ne pas avoir besoin du Produit.

Fiche Produit

Nature du Produit (exemple : *aspirateur*) :

Nom du Produit (exemple : *Turbo 500*) :

Qualités :

Vices :

Rapport Q - V :

Le rapport Qualités moins Vices influera sur le niveau d'Antipathie de départ du Client : nombre de qualités moins nombre de vices.

Si le prix du Produit n'est pas mentionné dans ses qualités ou vices, c'est qu'il est moyen.

Fiche Produit

Nature du Produit (exemple : *aspirateur*) :

Nom du Produit (exemple : *Turbo 500*) :

Qualités :

Vices :

Rapport Q - V :

Le rapport Qualités moins Vices influera sur le niveau d'Antipathie de départ du Client : nombre de qualités moins nombre de vices.

Si le prix du Produit n'est pas mentionné dans ses qualités ou vices, c'est qu'il est moyen.