

ETAPES POUR **CONVAINCRE LES CLIENTS**

I. Comprendre les besoins du client

- Lister les besoins du client
- Savoir si ce que l'on lui offre peut le satisfaire ou le convenir
- Passer un entretien avec le client pour entendre ces besoins, ces idées, ces préoccupations...
- Poser des questions pour comprendre ce qu'il recherche en tant que produits et comment il pense l'utiliser.
- Analyse en groupe pour réfléchir à satisfaire le client si nous disposons des moyens nécessaires ou sinon ce sera un nouveau défi à relever ou encore dire clairement au client qu'on n'a pas les moyens disponibles pour satisfaire ces besoins.
- Alors lui montrer qu'on peut lui servir en lui expliquant comment on va procéder pour trouver une solution à ces besoins.

II. Mettre en évidence les fonctionnalités uniques

Parler au client à tour de rôle en identifiant les caractéristiques spécifiques de notre produit et ce qui la distingue des autres. Mettre en avant les avantages concrets qu'il obtiendra en utilisant notre produit plutôt que les alternatives.

III. Utiliser les preuves sociales et les statistiques

Parler des témoignages des clients avec qui on a déjà travaillé et qui sont satisfaits. On peut lui parler des avis positifs ou lui montrer des données, des chiffres permanents, des statistiques pour soutenir nos arguments.

IV. Offrir une proposition de valeur unique

Identifier ce qui rend notre produit différent et meilleur que la concurrence. Mettre l'accent sur le facteur si unique de notre produit pour attirer son attention.

V. Utiliser la persuasion émotionnelle et démonstration de notre produit

Créer une connexion émotionnelle avec le client en utilisant des histoires, des images, des anecdotes qui lui évoquent des émotions positives liés aux produits. Si possible faire une démonstration du produit en lui montrant comment ça peut améliorer son quotidien. (Parler au client calmement pas de stress, poliment comme si c'était notre patron et surtout lui présenter le produit comme s'il en rêve depuis).

VI. Comparer avec la concurrence

Faire une comparaison objective entre notre produit celles des concurrents. Mettre en avant les points forts de notre produit et bien sur les lacunes des autres.

VII. Proposer des périodes d'essai ou des offres spéciales

Des promotions, des cadeaux ou des offres spéciales dont il peut disposer avec nous, peut l'inciter à vouloir plus notre produit.

Si possible offrir une période d'essai gratuite ou une version illimitée du produit pour permettre au client de tester par lui-même.

Cela lui permettra de constater les avantages de première main.

VIII. Montrez notre expertise

Mettre en avant notre expérience d'expertise et la qualité du service client qu'on offre.

Les clients ont tendance à se sentir plus en confiance avec une expertise qui démontre sa crédibilité.

IX. Offrir un support personnalisé et une garantie de satisfaction

Montrer au client qu'il bénéficiera d'un support personnalisé d'une assistance tout au long de son utilisation du produit. Cela peut faire la différence pour certains clients.

Rassurer le client qu'il sera ravi ou comblé par notre travail au cas contraire il sera remboursé si on n'y arrive pas. Ça montre la confiance qu'on a en ce qu'on vend.

X. Rassurer sur la sécurité et la confidentialité

Si le produit traite des données sensibles, on doit mettre en évidence les mesures de sécurité et de la confidentialité mises en place pour protéger les informations du client.

XI. Utiliser des canaux de communication adaptés et lui fournir des informations claires et pertinents

Choisir des canaux de communications appropriés en fonction de notre public cible. Des démonstrations en personne, des vidéos en ligne, des brochures ou des réseaux sociaux peuvent être utilisés en fonction du produit.

Rester clair dans nos communications, pas d'information inutile. Le client doit comprendre facilement ce que le produit peut lui apporter.

XII. Créer un sentiment d'urgence

Indiquer au client que l'offre est limitée dans les temps ou que les stocks sont très limités, ce qui l'incitera à prendre une décision plus rapidement.

Rappelez-vous que la confiance est essentielle dans tout processus de vente. Soyez honnête et transparent avec vos clients, et évitez toute pratique trompeuse ou manipulatrice. La relation client durable repose sur la satisfaction et la fidélisation des clients, pas seulement sur la vente initiale. En adoptant ces approches, vous pouvez aider le client à comprendre pourquoi votre application est la meilleure option pour répondre à ses besoins spécifiques et le convaincre de l'adopter.

Rôle à adopter par des membres du département client :

- NOUDOUKOU Flora
- ATSOU Hubert
- ALI Christian