

VENDRE

Vendre, c'est différent de négocier.

La négociation n'est qu'une partie de la vente. La préparation de cette négociation est essentielle car la vente se joue avant et pendant.

Les 6 attitudes efficaces de la vente :

- 1) Contacter
- 2) Connaître, faire connaissance (pas parler de nous mais tenter de comprendre ce que veut l'autre).
- 3) Convaincre (à l'aide d'arguments et d'un brin de séduction°)
- 4) Consolider
- 5) Contourner (les objections)
- 6) Conclure

« Nous n'avons qu'une seule fois l'occasion de faire une bonne première impression » Woody Allen.

Pour commencer : prendre contact et éveiller l'attention. Pour cela, les aides précieuses sont le sourire, la vigilance et le dynamisme (s'imposer sans se rabaisser). L'entretien commence dans la salle d'attente.

AROSE : (Avancer, Regarder, Ouvrir, Sourire, Expirer).

Ne pas se placer dans une position de demandeur

Observer l'autre et l'écouter.

L'entrée en matière : (« small talk »)

- C'est une phase de découverte
- Cette première « banale » instaure un climat
- S'installer sans envahir

Pour éveiller l'attention :

- Poser des questions
- Citer le témoignage d'un nom connu
- Offrir des cadeaux
- En appeler à une référence (recommandation)



- Sincérité

A ne pas faire :

- Faire une blague
- S'excuser ou se justifier
- Invoquer le hasard ou la chance
- Prolonger la phrase d'accroche
- Parler en présence de tiers
- Parler de soucis et de ses problèmes
- Utiliser le contrat win win

Attitude n°2 : Connaître et éveiller l'intérêt

- Curiosité pour l'autre
- Poser des questions sur ses besoins et ses motivations
- Écouter sa réponse
- Synthèse de validation
- Continuer à poser des questions
- Vérifier que l'intérêt est réel : réitération et reformulation
- Sincérité fondamentale

Attitude n°3 : Convaincre

« Parlez-moi de ce qui m'intéresse »

- Passer de la persuasion à la conviction (démontrer après avoir séduit)
- En faire peu, faire simple, ne pas hésiter à se répéter
- Caractéristiques / avantages
- Enthousiasme
- Argumenter sélectivement (isoler la préoccupation et concentrer les arguments...)

SONCAS : Les motivations de l'achat

- Sympathie
- Orgueil



- Nouveauté
- Confort (commodité)
- Argent
- Sécurité

Aider le client à vaincre sa peur :

- Du vendeur
- De l'échec
- De l'embarras
- De devoir de l'argent (qualité/service/prix)
- D'être dupé
- De l'inconnu
- De renouveler des erreurs passées
- Suscitées par d'autres

« L'homme est convaincu par ses propres idées » (Confucius)

Attitude n°4 : Consolider

- Exploiter les réactions positives : saisir les perches
- Pourquoi ? Faire dire plutôt que dire
- Avantage / bénéfices

Des preuves, toujours des preuves !

- Success stories (véracité et précision)
- Témoignages écrits ou téléphoniques
- Visuels (graphiques/photos/tableaux)
- Publication/Presse
- Démonstrations
- Statistiques
- Témoignages d'experts et rapports !
- Garanties



« Utilise l'agressivité de ton adversaire à ton avantage » (Principe du Judo)

Attitude n°5 : Contourner

- Prendre en compte les objections
- Accepter, comprendre
- Chercher un terrain commun
- Répondre ou faire répondre (questionner)
- Distinguer les différents types d'objection
 - o Objection superficielle vs objection à demi assimilée
 - o Objection véritable vs objection liée à l'indécision
 - o Objection formulée vs objection cachée
- Vérifier que l'objection soulevée est la véritable objection
- Reformuler l'avantage offert au prospect et le désagrément qui résulterait de son absence
- Les cas extrêmes (contre-vérité/agression ou insulte) : nier ou ne pas répondre.

Ce qu'il ne faut pas faire :

- Penser à votre bonus et pas à votre client
- Dire que le client a tort
- Poser des questions permettant de répondre « cela ne m'intéresse pas »
- Rire
- Ignorer une objection
- Avoir l'air surpris en cas d'engagement immédiat

« Une bonne vente, c'est quand l'argent est dans ma caisse »

Attitude n°6 : Conclure

- Faire agir : concrétiser / exigence
- Trouver le bon moment / décoder les signaux



- Aider l'autre, cascade de OUI
- Propulser vers l'action après achat

Avant la vente :

- stratégie de l'entreprise
- organisation
- Objectifs commerciaux
- Après-vente
- Marketing

Avant la vente :

- Connaître les caractéristiques et les avantages du produit que l'on vendredi
- La connaissance du produit entraîne :
 - o L'enthousiasme du vendeur
 - o Confiance en soi = charisme
 - o Les réponses aux objections
 - o L'attitude juste face à la concurrence

Quel client : Vente B to C ou B to B

S'organiser et anticiper :

- Prospection
- Prise de contact
- Présentation
- Négociation
- Conclusion
- Analyse et retour d'expérience

Importance de la créativité (pas besoin d'un chèque mais aussi produits, titres...) → valeur dans les titres.



Pougne **SHOWTIME 2012**

Rater et réussir une présentation :

- Faire simple
- Raconter une histoire
- Partager une expérience (s'amuser → faire passer des émotions)
- S'entraîner
- Mettre des images plutôt que du texte
- Laisser de la place (env 40 mots ou 2 idées par slide)
- Pas de tableaux ni de graphiques compliqués
- Simple et dynamique
- Commencer à l'heure précue
- Garder le sourire (humour)
- Remercier l'assistance
- Écrire peu de mots
- Susciter des questions
- Ressortir les idées clés
- Remercier l'organisateur

