



# Le savoir être ou comment conditionner !

**Sales Academy**



# Qu'est-ce que le SONCAS ?

**Une Technique de vente qui va vous permettre de sonder le profil de votre prospect pour cerner :**

SES MOTIVATIONS

SES ATTENTES

SON MOBILE D'ACHAT

**Le SONCAS** rassemble 6 leviers permettant de comprendre le besoin d'un prospect, afin de déclencher un achat, en tenant compte de ses spécificités comportementales , activer des leviers psychologiques qui peuvent favoriser la vente.

- 1. Être en écoute active**
- 2. Posez des questions**
- 3. Adapter son discours**

**S** = SECURITE

**O** = ORGUEIL

**N** = NOUVEAUTÉ

**C** = CONFORT

**A** = ARGENT

**S** = SYMPATHIE



# SÉCURITÉ

## La sécurité est un besoin fondamental de l'homme !

Votre prospect se pose naturellement des questions d'ordre sécuritaire :

- « *Ce produit est-il vraiment de qualité ?* »
- « *Les résultats promis sont-ils garantis ?* »

*Un prospect au profil sécuritaire  
porte une attention particulière à la qualité du produit !*

*Il va rechercher : protection, assurance et garantie !*

### ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Avis vérifié
- Reconnaissance des diplômes
- Certification Qualiopi
- Taille et positionnement de Studi

### ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

sécurité, garantie, solidité, expérience, fiabilité, assurance, références, preuve, pérennité, qualité, certification, reconnaissance, suivi, accompagnement...



# ORGUEIL

**L'estime de soi, la fierté, le besoin de se sentir privilégié !**

Certaines personnes cherchent en permanence à se démarquer et à s'affirmer :

- *Besoin de nourrir son amour propre*
- *Besoin de sortir du lot*

*Un prospect au profil orgueilleux aura besoin d'être valorisé et va se conduire en dominant !  
Il voudra se sentir flatté, et faire savoir autour de lui qu'il a acheté tel produit ou service.*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Avis vérifié
- Reconnaissance des diplômes
- GGE
- Taille et positionnement de Studi

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

notoriété, design, privilège, unique, haut de gamme, standing, rareté...



**Il doit donc être convaincu que la solution Studi va lui permettre d'avoir plus de respect et de considération !!!**

# NOUVEAUTÉ

**Ce qui est nouveau pique la curiosité et met en exergue le besoin de changement !**

Avez-vous remarqué comment les gens sont friands de la nouveauté :

- *La queue devant les boutiques Apple*
- *Les gens aiment briser la routine, apporter du sang neuf dans leur quotidien*

*Un prospect épris de la nouveauté a besoin que vous lui présentiez une évolution majeure !*

*Il va rechercher : innovation, nouvelles technologies et tendances !*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- 100% numérique
- Cours vidéo
- Lives
- Application mobile

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

innovation, nouveauté, révolutionnaire, invention, originalité, évolution, avant-garde...



# CONFORT

**Tous les hommes sont à la recherche du confort physique ou psychologique !**

Un prospect qui est motivé par le confort est à la recherche de bien-être, voici ce qu'il veut entendre :

- « *Vous pourrez travailler de chez vous dans des conditions optimales !* »
- « *Les cours ont été conçus et calibrés pour des personnes comme vous qui travaillez !* »
- « *Lors de votre formation, votre vie ne sera pas chamboulée, la seule chose qui va changer, c'est votre avenir !* »

*Il faut prouver à votre interlocuteur que la solution Studi ne va pas entraver son quotidien !*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Cours accessibles à tout moment
- Cours en vidéo
- Examens en ligne
- Garantie Réussite 5 ans

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

simple, facile, pratique, tranquillité, guide, serein, assistance, agréable, service, accompagnement, aide, réactivité...



# ARGENT

**L'argent est le nerf de la guerre !**

La plupart des objections sont en rapport avec l'argent, votre prospect veut savoir :

- *qu'il fait une bonne affaire*
- *qu'il ne jette pas son argent par la fenêtre*
- *que ça lui permettra d'en gagner plus à l'avenir*

*Il doit donc clairement pouvoir percevoir les bénéfices de la Solution Studi pour se projeter !*

*Il faut jouer sur la notion de rapport qualité / prix !*

**Son achat n'est pas une dépense mais un investissement !**

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Options gratuites
- Garantie réussite 5 ans
- Prix du distanciel/présentiel
- Modalités de paiement

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

investissement, placement, rendement, économie, remise, qualité, prix, rentabilité, aubaine...





# SYMPATHIE

**Vendeur antipathique à la voix monotone, allez-vous acheter son produit ?**

Votre prospect attend que :

- *vous soyez humain*
- *vous le valorisiez*
- *vous instauriez une relation de confiance et passionnante*

*La sympathie nous fait faire des ventes et nous permet de prendre le dessus sur nos concurrents !*

*Il va rechercher : empathie, sourire et proximité !*

**Un conseiller lambda va inscrire 4 contrats sur 10, un conseiller sympathique va en signer 6 !**



## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- L'aspect communautaire
- Le coaching pédagogique
- Les lives et la proximité des formateurs
- La disponibilité du CF

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

service, amitié, réciprocité, collaboration, reconnaissance, partenariat, échange de bons procédés...

# Comment utiliser efficacement cette méthode ?

Pratiquer l'écoute active :

- *Si vous n'écoutez pas votre prospect, il vous sera difficile de cerner son profil et ses attentes réelles !*

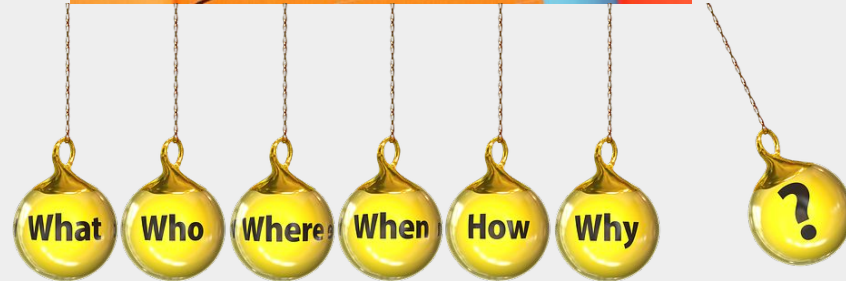
Poser des questions ouvertes et précises :

- *Comment ? Qui ? Quand ? Combien ? Où ? Pourquoi ?*

- Evitez les questions fermées qui commencent par des verbes : Avez-vous ? Est-ce que ? Seriez-vous ? car vous n'obtiendrez que peu de réponses sur votre prospect

Évoquer des bénéfices et avantages :

- Ce qui tourne autour des principales motivations d'achats SONCAS de votre prospect et oubliez tout le reste (caractéristiques et autres détails...)



# Qu'est-ce que les 6 leviers d'influence ?

Une Technique de vente qui va nous aider à engager notre interlocuteur via plusieurs biais :

LA RÉCIPROCITÉ  
LA RARETÉ  
LA COHÉRENCE  
LA PREUVE SOCIALE  
L'AMITIÉ  
L'AUTORITÉ



# LA RÉCIPROCITÉ

**Le meilleur moyen d'obtenir est de commencer par donner!**

Les gens sont plus disposés à se conformer aux demandes si vous leur avez déjà fournis quelque chose !

- *Donnez leur du temps, engagez vous pour eux*
- *Donnez l'impression que vous outrepassiez vos fonctions pour eux*
- *Faites qu'ils vous soient redevables*

*C'est l'obligation de recevoir qui fait que la technique est si facile à exploiter !*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Essai gratuit et sans engagement- Garantie diplômé(e) ou remboursé(e)

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

Étape 1 : « Je ne suis pas vraiment habilité à vous accorder une bourse ... »

Étape 2 : « Au vu de votre situation et/ou profil, je suis parvenu à vous obtenir une bourse d'études .. À la condition que vous puissiez m'envoyer votre dossier avant le.. »



# LA RARETÉ

## Mon précieux...

Ce qui est rare a de la valeur !

- Jouez sur le caractère précurseur et novateur de l'offre
- Pour vos prospects l'EAD est la seule solution
- Offre rare notion de valeur

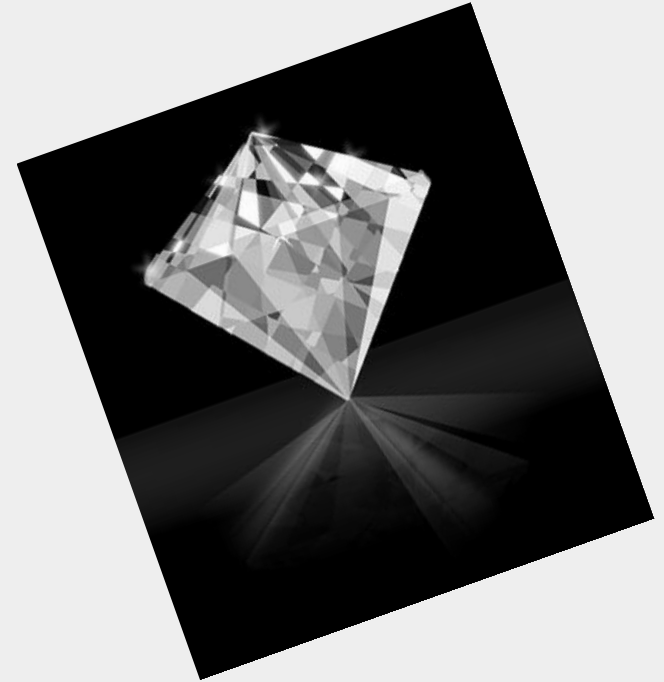
*Ce qui est rare chez Studi c'est l'attention que l'on accorde  
À chaque histoire de vie !*

### ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Leader de l'EAD
- Le caractère considérable des options et services

### ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

Nous sommes les seuls à proposer de telles garanties !



# L'ENGAGEMENT ET LA COHÉRENCE

**Je fais toujours ce que je dis !**

Après avoir fait un choix ou pris position, il est très difficile de faire machine arrière !

- *Engagez implicitement votre prospect*
- *Mettez vos prospects face à leur réalité*
- *Faites valider vos propositions*

*La somme de ces micro-engagements maximise vos chances d'obtenir un oui !*

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

- « Si vous souhaitez obtenir votre diplôme le plus vite possible, vous ne pouvez que démarrer maintenant »
- « Vous m'indiquiez avoir ce projet depuis longtemps, pourquoi ne vous êtes-vous pas engagé plus tôt ? »
- « La solution Studi répond à toutes vos attentes, qu'attendez-vous ? »

# LA PREUVE SOCIALE

**La majorité a toujours raison !**

Les gens suivent le mouvement, les tendances et la masse !

Sentiment d'appartenance à un groupe

- Jouez sur le nombre d'étudiants
- Jouez sur la popularité de Studi
- Jouez sur l'envergure de GGE

*Plus le nombre de personnes qui embrassent les tendances est élevé, plus la règle nous fait croire que le comportement est correct !*



## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Avis vérifié
- GGE
- Leader de l'EAD

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

- « J'ai accompagné énormément d'étudiants dans votre cas de figure »
- « Les profils tels que le votre choisissent en effet de s'orienter dans ce domaine »
- « Nous avons un nombre considérable de demandes du fait de nos options offertes et de nos services »

# L'APPRÉCIATION ET L'AMITIÉ

**Les gens préfèrent dire oui à ceux qu'ils connaissent et apprécient !**

Les gens sont plus disposés à se conformer aux demandes si vous leur avez déjà fournis quelque chose !

- *Soyez simple et honnête*
- *Adaptez vous au profil de votre interlocuteur*
- *Proximité et empathie*
- *Restez positif et valorisez votre prospect*

*La première chose que vous vendez c'est vous-même !*

*Écoutez plus que vous ne parlez !*

*Donnez-vous les moyens de savoir à qui vous avez à faire !*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- Le coaching pédagogique
- Le conseiller attitré

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

- « J'ai été ravi de notre échange »
- « J'entends que vous êtes motivé et je n'ai aucun doute quant à votre réussite »
- « Je me ferai un plaisir de suivre votre progression et votre futur réussite »



# L'AUTORITÉ

**Les gens sont plus disposés à suivre les recommandations d'un expert !  
Il accordera plus sa confiance à une entreprise qui maîtrise parfaitement son  
sujet**

Un simple titre peut suffire pour effacer toutes pensées rationnelles des individus qui se montrent aussitôt conciliants !

- *Jouez de votre posture et de votre fonction*
- *Soyez directif !*
- *Osez poser des questions, soyez audacieux !*

## ÉLÉMENTS DE RÉPONSES :

- GGE
- Le conseiller est un expert du domaine

## ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

- « Voilà maintenant plusieurs années que j'exerce cette profession »
- « Je vous rassure, je vais tout vous expliquer »
- « J'attends votre dossier aujourd'hui »
- « J'y viendrai dans un second temps »
- « En dix années de métier on ne m'a jamais posé cette question »



# CONCLUSION

« Les bons conseillers ont une bonne méthode, les meilleurs conseillers ont la meilleure méthode »

Vous avez tout ce qu'il faut pour réussir :

- Le savoir faire
- Le savoir être

**Intégrez, imprégnez vous et appliquez !**





Are you ready?



studi