



Vendre un produit

NIVEAU

Intermédiaire (B2)

NUMÉRO

FR_B2_3124X

LANGUE

Français



Objectifs

 Je peux utiliser des structures linguistiques pour vendre un produit.

 Je peux me mettre à la place d'un utilisateur pour adopter son point de vue.





Échauffement

Répondez aux questions ci-dessous au sujet de vos produits préférés.



Quels sont vos cinq produits favoris?

Pourquoi les aimez-vous particulièrement?

Les recommanderiezvous à des ami·e·s? Pourquoi?

Comment avez-vous connu ces produits?





L'art de la persuasion

Avez-vous déjà persuadé quelqu'un d'acheter un produit?

Si oui, quel était le produit ? Comment avez-vous fait pour convaincre cette personne ?







Souligner les avantages



En classe entière ou en breakout rooms :

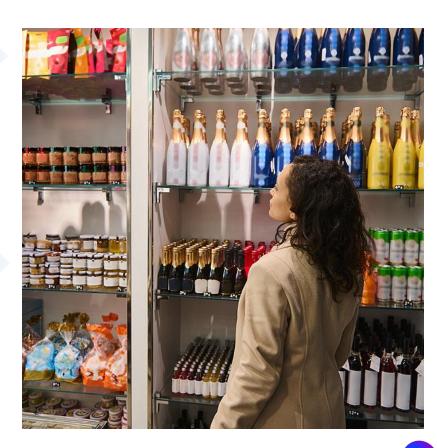
Comment mettriez-vous en valeur les avantages des produits ci-dessous ? **Échangez** avec vos camarades et **comparez** vos stratégies.

Un téléphone portable étanche avec une excellente caméra

Des écouteurs sans fil de très bonne qualité

De la nourriture bio pour bébé dans un emballage recyclé

Des chaussures de marche légères et faciles à nettoyer







Avant d'entrer dans la **breakout room**, prenez une **photo** de l'exercice.



Force de vente

D'une manière générale, le marketing est tout ce que vous faites pour **attirer l'attention** sur votre produit.

Connaissez-vous les différentes **méthodes de marketing** ci-dessous ? En connaissez-vous d'autres ?

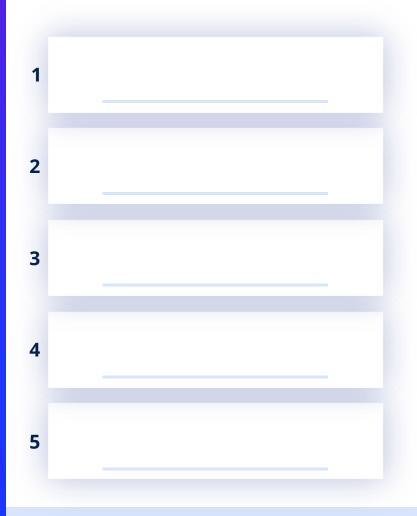






Quel est le mot pour...

Identifiez la méthode de marketing décrite.



Événements qui sont prévus pour attirer l'attention sur quelque chose.

Série d'e-mails utilisés pour communiquer avec les clients actuels ou potentiels.

Affiches publicitaires à grande échelle, que l'on trouve souvent sur les bâtiments des villes ou au bord des routes.

Offres spéciales ou réductions pour stimuler les ventes.

Petite quantité de marchandise donnée gratuitement.





Comparez

Comparez les méthodes de marketing cidessous. Selon vous, laquelle est la plus efficace?

Quels facteurs doit-on prendre en compte pour décider comment commercialiser un produit?



Campagne sur les réseaux sociaux



Pub télé



Promotions



Événement de lancement





le public cible

Il est primordial que vous sachiez qui est le public cible de votre produit. Par exemple, si votre public cible est composé d'étudiants, vous devez rendre votre produit **abordable**.

Si votre public cible est composé de jeunes actifs, vous devez commercialiser votre produit en tenant compte de leurs **habitudes**.



Une façon d'apprendre à connaître votre public cible consiste à mener des **entretiens** ou des **enquêtes**. Vous pouvez également donner à votre public potentiel des **échantillons** de produits et lui demander son avis.





Qu'en pensez-vous?

Si vous deviez vendre les produits de la page 5, quel serait votre public cible pour chacun d'entre eux ?

Un téléphone portable étanche avec une excellente caméra

Des écouteurs sans fil de très bonne qualité

De la nourriture bio pour bébé dans un emballage recyclé Des chaussures de marche légères et faciles à nettoyer







Adopter un langage positif

Lisez la description du produit ci-dessous. Quel est le produit ? **Identifiez** cinq adjectifs utilisés.

Restez dans l'air du temps avec ce téléviseur vintage. Notre produit a un look rétro fantastique! Nous remettons au goût du jour d'authentiques téléviseurs vintage, afin que vous ayez la qualité de son et d'image professionnelle d'un téléviseur moderne! Profitez de notre week-end de promotions spéciales du 5 au 7 juin - nous aurons 20% de réduction sur ce produit!

- Lorsque vous commercialisez un produit, vous devez utiliser un langage positif pour souligner les avantages de votre produit.
- Une astuce : utilisez beaucoup d'adjectifs!





Le vintage est tendance!



Restez dans l'air du temps avec ce téléviseur vintage!

Un produit ultra tendance, du dernier cri!

« Dans l'air du temps », « tendance » ou encore « du dernier cri » sont toutes des expressions pour dire « à la mode ».





Adjectifs

Les adjectifs suivants s'appliquent-ils plutôt à des produits **anciens ou nouveaux** ? Les deux ? **Classez** et **justifiez** vos choix.

1	2	3	10
révolutionnaire	ingénieux·euse	remarquable	ravissant∙e
4	5	6	11
polyvalent·e	élégant∙e	innovant·e	pratique
7	8	9	12
tendance	sans précédent	fonctionnel·le	classique







Utilisez des questions

Pourquoi ne pas vous accorder une nuit gastronomique ce soir ? Vous serez ravis de notre service de livraison de dîner ultra-rapide. Des plats de la qualité d'un restaurant étoilé à votre porte !

Malade et fatigué d'oublier vos clés ? Investissez dans notre boîte ChezVous et vous n'aurez plus jamais à rester dehors sous la pluie.

- Nous utilisons souvent le futur et les questions lorsque nous essayons de vendre un produit!
 Pourquoi selon vous?
- Lisez les descriptions des produits ci-dessus. Comprenez-vous de quoi il s'agit ? À quoi servent les questions?





Question de perspective

Il ne suffit pas d'avoir un excellent produit - vous devez pouvoir le vendre! Pour ce faire, vous devez être en mesure de vous mettre à la place de l'utilisateur.

À quoi pensez-vous avant d'acheter un produit? Avez-vous déjà été persuadé·e d'acheter un produit grâce à une campagne publicitaire?

Avez-vous déjà rendu un produit que vous aviez acheté? Qu'est-ce qui vous a fait changer d'avis?







Mettez-vous à la place du client

Comment transformer des clients potentiels en utilisateurs de produits? La meilleure façon d'y parvenir est de se mettre à la place du client et de lui donner ce qu'il veut! Voici quelques questions que vous pourriez vous poser. Avez-vous d'autres idées?



Combien seriez-vous prêt·e à payer pour ce produit?

Qu'est-ce que vous voudriez faire avec ce produit?

Qu'est-ce qui pourrait potentiellement vous agacer de ce produit?

Quel type de stratégie marketing capterait votre attention?



C'est à vous!

Choisissez un des produits ci-dessous. Rédigez une description publicitaire de ce produit.



gâteau de mariage



peluche



campingcar



bouteille d'eau



Utilisez les stratégies vues dans la leçon : publiccible, adjectifs, questions...



Réfléchissons!

 Est-ce que vous pouvez utiliser des structures linguistiques pour vendre un produit ?

 Est-ce que vous pouvez vous mettre à la place d'un utilisateur pour adopter son point de vue ?

Le ou la professeur·e donne aux étudiants·es des conseils pour s'améliorer.



Fin de la leçon

Expression

se faire rouler dans la farine

Sens: se faire avoir, être trompé·e

Exemple: Le vendeur a bien fait son métier, je me suis laissé convaincre et je me suis fait rouler dans la farine!







Pratique additionnelle



Marketing



Révisez ces stratégies de marketing.

événement de lancement de produit	promotions	flyers	Échantillons gratuits
bulletin d'informations	panneaux d'affichage	pub télé	campagne sur les réseaux sociaux

- 1. Le marketing et la publicité sont tout autour de nous ! **Décrivez** comment chacune de ces tactiques de marketing fonctionne.
- 2. Essayez de **donner des exemples** de marketing efficace que vous connaissez pour chaque catégorie.





Remue-méninges



Trouvez des adjectifs pour décrire les types de produits suivants.

1	2	3	
Aliments et nourriture	Voyages	Jouets pour enfants	





Conseils



Vous et votre collègue allez travailler ensemble pour vendre un produit de votre choix. Cependant, votre collègue est très nerveux·euse car il·elle n'a jamais rien vendu auparavant!

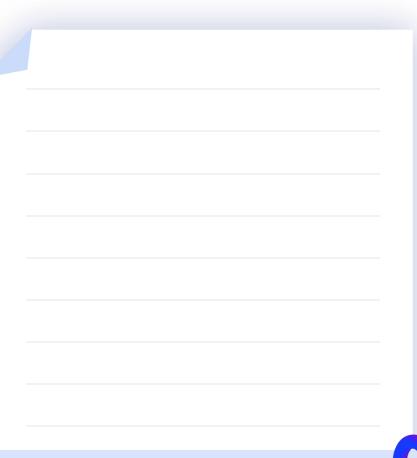
Accompagnez votre collègue tout au long du processus.

Tout d'abord, **résumez** ce que vous avez appris sur la vente d'un produit dans cette leçon.

Ensuite, **élaborez une stratégie** pour vendre votre produit : pensez au marketing, au langage, au public cible, etc.







Corrigés

- **P.7:** 1- événement de lancement. 2- bulletin d'informations ou newsletter. 3- panneaux d'affichage. 4- promotion. 5- échantillons gratuits.
- **P. 13:** les adjectifs sont : fantastique, authentique, professionnelle, moderne et spéciale.



Résumé

Les méthodes de marketing

- un échantillon gratuit, un panneau d'affichage, une pub télé, un prospectus, un bulletin d'informations, une campagne sur les réseaux sociaux, une promotion.
- Identifier le public cible.

Les stratégies pour vendre

- Utiliser un langage positif pour souligner les avantages de votre produit
- Utiliser des **adjectifs** comme révolutionnaire, ingénieux, remarquable, ravissant, polyvalent...
- Utiliser des **questions** et le futur. *Pourquoi ne pas vous accorder une nuit gastronomique ce soir?*
- Se mettre à la place de l'acheteur : Combien payeriez-vous pour le produit ?



Vocabulaire

l'échantillon le panneau d'affichage le prospectus le public cible abordable dans l'air du temps tendance du dernier cri révolutionnaire ingénieux, ingénieuse

remarquable

ravissant, ravissante





Notes

