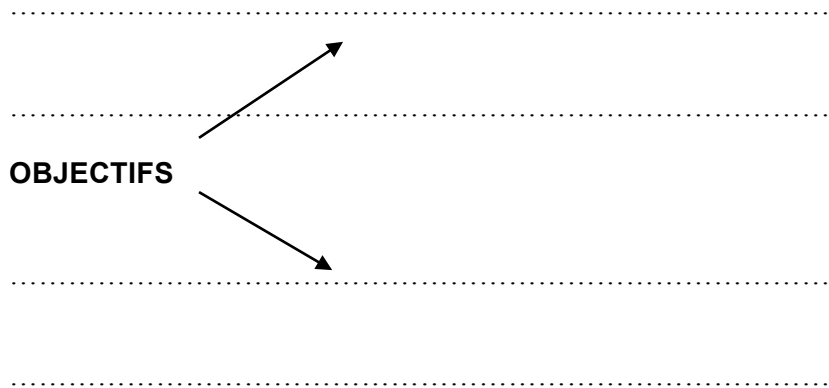


### 3 – L'ARGUMENTATION ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS



#### QUAND COMMENCER L'ARGUMENTATION ?

.....

.....

#### LES ETAPES DE L'ARGUMENTATION :

1<sup>ère</sup> étape : Présenter l'offre

- ◆ .....
- ◆ .....

2<sup>ème</sup> étape : Argumenter l'offre

- ◆ .....
- ◆ .....

#### LES OUTILS DE L'ARGUMENTATION :

- ◆ L'argumentaire produit (le tableau CAP / SONCAS).
- ◆ Les documents produits (ou le produit lui-même) et les échantillons.
- ◆ Les preuves.
- ◆ La démonstration.
- ◆ Un bloc-notes.
- ◆ Une calculatrice.

## 1<sup>ERE</sup> ETAPE : ARGUMENTER L'OFFRE

### 1) PRESENTER L'OFFRE GENERALE.

Pourquoi ? Montrer au prospect, quels sont les types de produits.

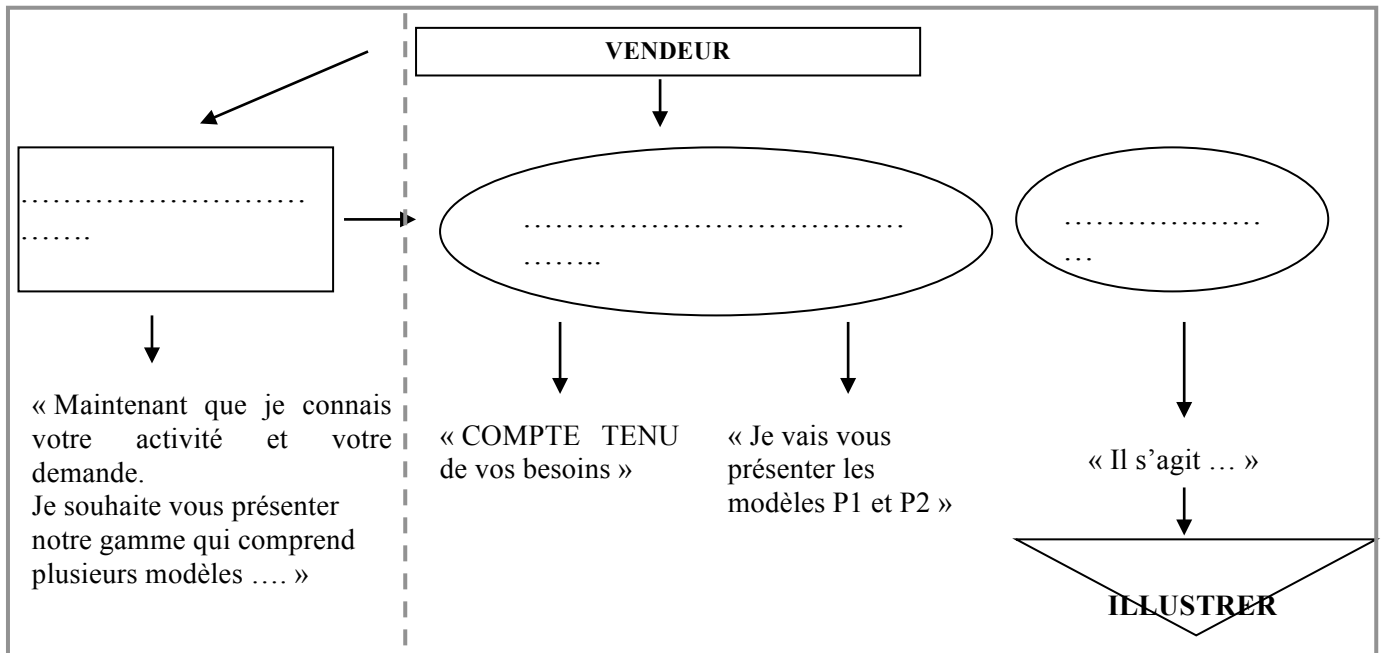
Comment ? Description sommaire.

Attention : ne vous « précipitez » pas sur votre documentation ! Vous les montrerez quand vous aurez sélectionné un ou deux produits qui correspondent aux attentes du prospect.

### 2) ARGUMENTER.

- 3 étapes :
- ◆ Sélectionner et conseiller.
  - ◆ Argumenter de façon spécifique.
  - ◆ Faire adhérer.

◆ **CONSEILLER** : 1 ou 2 produits parmi ceux des catalogues produits.



(En oral le catalogue est parfois étreint, mais la méthode est identique bien que très limitée)

### ◆ **ARGUMENTER** de façon **SPECIFIQUE**

Spécifique signifie que l'on va **argumenter par rapport aux 2 ou 3 besoins essentiels** repérés dans la découverte (cf.synthèse).

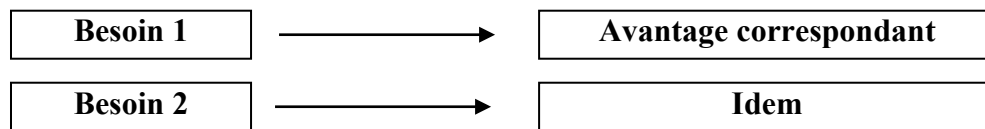
→

L'objectif :

.....

→ Comment ?

•

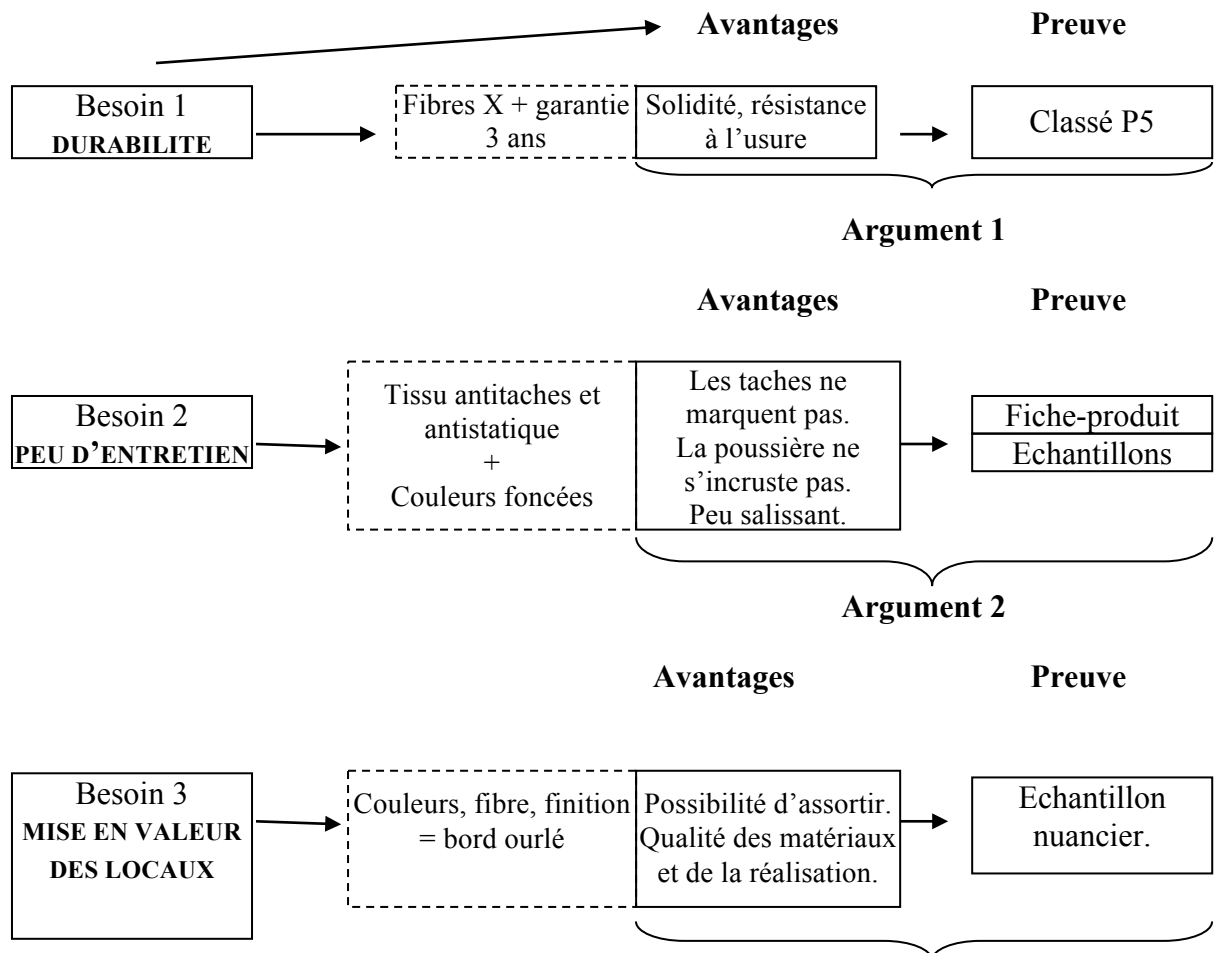


• Si possible apporter une **PREUVE** pour chaque avantage.

Un **ARGUMENT** = Un **AVANTAGE** + Une **PREUVE**

L'argument est ce que le prospect **PERÇOIT** de **L'OFFRE**.

**EXEMPLE :** Vous commercialisez des revêtements de sol pour des bureaux ou lieux publics. Votre prospect, concessionnaire Renault a besoin d'un équipement durable nécessitant peu d'entretien et mettant en valeur les locaux.



### Argument 3

♦ **RECHERCHE DE L'ADHÉSION** : FAIRE ADHERER le prospect à chaque adéquation besoin/avantage : FAIRE DIRE OUI !

	<u>Vendeur</u>	<u>Prospect</u>
♦ Argument 1	Cela correspond bien à votre besoin ? »	Oui
♦ Argument 2	« Ainsi il n'y a besoin que d'un entretien normal, n'est-ce pas ? »	Oui
♦ Argument 3	« Ces tapis participeront bien à la qualité du décor ? »	Oui

### EXERCICES

A partir d'une situation connue (lors d'un stage ou d'une action ponctuelle), définissez la situation commerciale.

<b>Entreprise du vendeur</b>	<b>Produits</b>
<b>Avantages Produits</b>	

<b>Entreprise du prospect</b>
<b>Besoins</b>

Faites correspondre besoins et avantages (et/ou arguments)

Besoin 1	→	
Besoin 2	→	
Besoin 3	→	

### 3) LES OUTILS DE L'ARGUMENTATION.

♦ L'OUTIL DE BASE de l'argumentation : l'Argumentaire produit.

#### OBJECTIFS

♦  
.....

♦  
.....

♦  
.....

#### MOYENS

♦ Réalisation d'un tableau Caractéristiques / Avantages / Preuves. Avec la référence aux mobiles d'achat (SONCAS).

Une **CARACTERISTIQUE** est  
.....

*Ex* : l'emballage est en polystyrène et de couleur bleue.

Un **AVANTAGE** est  
.....

*Ex* : l'emballage protège des chocs et participe à l'esthétique du produit.  
L'avantage fait référence à un mobile d'achat ou à une motivation (SONCAS).

La **PREUVE** est  
.....

À chaque caractéristique correspond un avantage, une preuve et une ou des références à des mobiles d'achat.

Caractéristiques / Avantages / Preuves sont en cohérence.

♦ A cette base peut être ajouté la recherche d'un bénéfice clients (donc spécifique à la situation traitée).

♦ Plus le produit est complexe, plus il est nécessaire de structurer le tableau, donc d'identifier des rubriques.

Dans tous les cas on peut au moins **DISTINGUER** les avantages **TECHNIQUES** des avantages **COMMERCIAUX**.

### **APPLICATION**

### **VOTRE CAS**

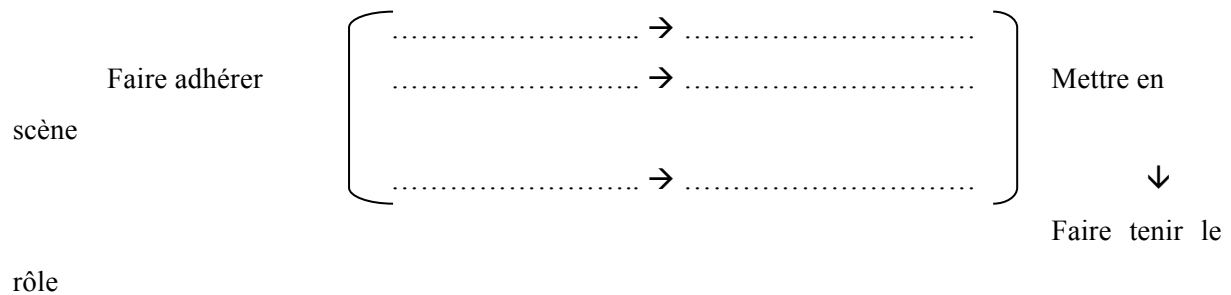
Etablissez le tableau CAP / SONCAS selon le modèle joint.

### **ANNEXE**

CARACTERISTIQUES	AVANTAGES	PREUVES ET SONCAS
TECHNIQUES		
COMMERCIALES		

◆ **RENDRE VIVANTE** l'argumentation :

- utiliser les documents
- visualiser l'offre : écrire, dessiner pour illustrer.
- Expliquer en se fondant sur un domaine familier ou en plaçant le prospect en condition d'utilisateur.
- Faire une démonstration :



◆ **ADMINISTRER LA PREUVE**

- bien que
- Les différents types de preuve : la preuve est un élément objectif, non lié au vendeur, ce soit lui qui la prépare et l'utilise.

-

.....

-

.....

-

.....

-

.....

-

.....

• Comment procéder ?

- faire reconnaître l'intérêt du support : journal, norme, laboratoires ...
- donner l'information, montrer ...
- faire adhérer

**4) LE VOCABULAIRE.**

- ◆ Verbes d'action et d'affirmation.
- ◆ Être précis.

- ◆ Utilisez le « vous » qui implique le prospect.
- ◆ Et bien sur ... toujours utiliser le **présent** de l'indicatif.
- ◆ Expressions par rapport au SONCAS.

Sécurité : fiabilité, aide, assistance, présence, référence ...

Orgueil : leader, notoriété, unique, excellence, exclusivité ...

Nouveauté : nouveau, pionnier, à la pointe de ..., avant-garde ...

Confort : simple, facile, pratique, commodité.

Argent : gain, économie, rentable, marge, profit ...

Sympathie : agréable, plaisir, attention, convivialité, agrément ...



## 2<sup>EME</sup> ETAPE : FAIRE ACCEPTER L'OFFRE

### 1. LES OBJECTIONS ET LEUR TRAITEMENT.

- ◆ L'argumentation devient rapidement un **DIALOGUE** : le prospect pose des questions, recherche des précisions, fait des **OBJECTIONS**.
- ◆ L'objection montre que le prospect s'intéresse et n'est donc pas indifférent à la proposition.
- ◆ Certaines objections reviennent systématiquement :
  - Parce qu'elles correspondent à un inconvénient du produit.
  - Parce qu'elles correspondent à une attitude habituelle des prospects.



Il faut donc **PREPARER** des réponses possibles.

### EXEMPLE

Logimer est une agence immobilière dont vous êtes l'un des courtiers. Vous avez fait visiter un appartement de 180m<sup>2</sup> (séjour + 4 chambres) avec une terrasse de 50m<sup>2</sup> et une vue sur la mer, dans un quartier résidentiel.

Dans le dialogue qui suit :

1) Identifiez les objections :

- non sincères et sincères,
- fondées (F) et non fondées (NF).

2) Recherchez **COMMENT** le vendeur y a répondu : notez sa réponse et identifiez le type de réponse.

Utilisez le tableau ci après.

### Dialogue

**V** : Voilà, vous avez vu ce très bel appartement ! Il correspond à ce que vous recherchez : 4 chambres, une grande terrasse, plein sud et un garage.

**P** : Plutôt petit ...

**V** : Il y rentre une 406 et une moto ...

**P** : Tous les frais d'électricité et de chauffage seront à ma charge !

**V** : C'est pourquoi les charges de copropriété sont si peu élevées : 40€ par mois.

**P** : Et la taxe foncière ?

**V** : Je pense qu'elle se situe autour de 1 220€, mais j'aurais le chiffre exact dès demain. Je peux vous le téléphoner.

**P** : C'est très important !

**V** : Que pensez-vous de l'ensemble ?

**P** : J'ai noté que les papiers peints sont bien défraîchis !

**V** : Oui, mais les murs sont très sains et il n'y aura pas de surprise lorsque vous décollerez les papiers, vous aurez ainsi exactement ce que vous désirez.

**P** : Il faut tout de même que j'ajoute tous les frais de réfection, ce qui augmente ma dépense.

**V** : Je comprends votre préoccupation. C'est cependant un appartement qui a été bien entretenu : vous avez noté l'état des volets, des parquets et de l'ensemble des sanitaires qui viennent d'être entièrement rénovés.

**P** : Oui, j'ai beaucoup aimé la grande salle de bain. Le décor italien est séduisant !

**V** : Que pensez-vous de cet appartement ?

**P** : C'est intéressant, cependant le boulevard au dessous est très bruyant : c'est un axe important.

**V** : Ce boulevard descend et les voitures ne l'empruntent que dans un sens. Et vous bénéficiez d'un emplacement exceptionnel : qu'avez-vous pensé de la vue ?

**P** : La vue n'empêche pas le bruit !

**V** : Oui, mais vous êtes au 5<sup>e</sup> étage ! Vous avez 50m<sup>2</sup> en terrasse que vous pouvez aménager de façon très agréable. D'autant plus que vous êtes au dernier étage et que vous bénéficiez d'un ensoleillement parfait.

**P** : Je me demande si le store extérieur est de bonne qualité ?

**V** : C'est-à-dire ?

**P** : Est-il vraiment solide, car il a y une grande portée.

**V** : C'est effectivement un point important, les bras sont en tungstène, il a été changé l'an dernier et il y a une garantie de 5 ans. Je pense que cela vous rassure ?

**P** : Oui mais il y a ici beaucoup de vent !

**V** : Effectivement le midi, c'est le pays du mistral ! L'immeuble est orienté au Sud-Est, or le vent dominant vient du nord, vous êtes donc totalement protégé. Vous serez au soleil et sans vent ! C'est un point positif lorsqu'on veut prendre ses repas à l'extérieur, n'est ce pas ?

**P** : C'est vrai, avec les îles sous les yeux ... cette cuisine américaine, ce n'est quand même pas pratique !

**V** : Pratique ? ...

	Identification des objections		Réponses du vendeur	Type de réponses
	F	NF		
NON SINCERES				
SINCERES				

**a) Identifier l'objection.**

.....

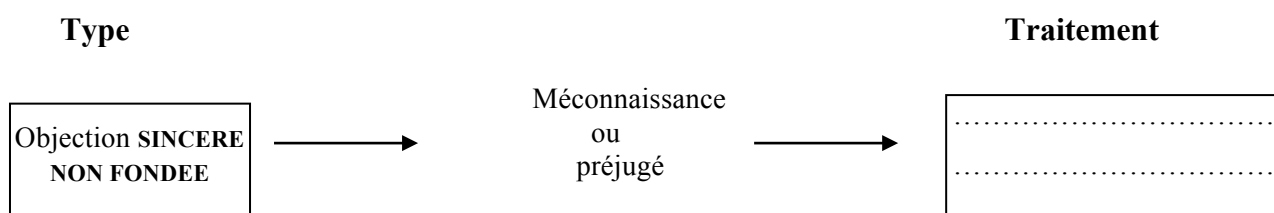
**OBJECTIFS**

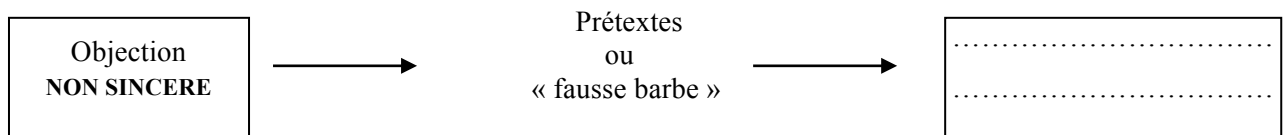
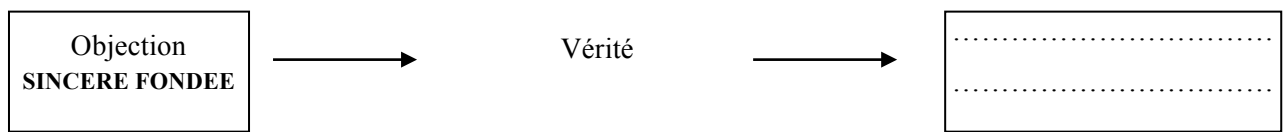
.....

.....

**TYPES D'OBJECTIONS :**                      Sincères ; non sincères.  
    Fondées, non fondées.

**b) Traitement de l'objection.**





N'oubliez pas de **QUESTIONNER** pour **FAIRE PRECISER**

**2. LE PROCESSUS GENERAL DE TRAITEMENTS DES OBJECTIONS.**

**a) Les règles fondamentales.**

Observer les réponses du vendeur et retrouvez-les.

- Règle

1 :
  
- Règle

2 :
  
- Règle

3 :
  
- Règle

4 :

.....

.....

### **b) Le langage et l'attitude du vendeur**

- Ne pas être réactif, mais calme et positif.
- Etre précis et concret.
- Traiter à fond l'objection et verrouiller, sinon l'objection reviendra quelques instants après.

## **CONCLUSION**

- Les objections permettent de se mettre d'accord sur le produit en obtenant des « oui » successifs.

