

CONSTRUCTION DES ARGUMENTAIRES DE VENTE : PRODUIT ET SERVICE

Il s'agit pour vous de construire 1 argumentaire de vente produit et 1 argumentaire de vente d'un service. Ces argumentaires doivent être conduit de façon structurée, selon la méthode CAP (Caractéristiques – Avantages - Preuves).

Vos argumentaires sont à construire sous forme de tableau (1 tableau par produit/service).

A / Fiche de travail : L'argumentaire selon la méthode CAP.

- L'argumentation selon CAP nécessite :
 - La connaissance des caractéristiques techniques du produit ou service :
 - Modalité d'usage
 - Mode d'emploi
 - Fonctionnement
 - Composition
 - Innovation...
 - La connaissance des caractéristiques commerciales liées aux produits ou services et à l'entreprise :
 - Condition SAV
 - Condition livraison
 - Condition de paiement
 - Composition
 - Condition de commande...
 - Une bonne adaptation au client en maîtrisant :

B / Les différents Besoins SONCAS

- **SÉCURITÉ**
 - Comportement : Souhaite un produit fiable, offrant toutes les garanties de fiabilité, de sécurité et de solidité, il souhaite un produit qui dure.
Je suis inquiet, je multiplie les objections, j'ai peur que, vous êtes sûre de, est ce que vous croyez que...je crains, prudence, Je pose des questions, j'écoute, je ressens, je me rassure, je prends.
 - Adaptation vendeur : Rassurer le client, mettre en avant l'expérience, le nom, la marque, l'image, normes, spécificités techniques, les garanties

- **ORGUEIL**
 - Comportement : Je suis sûre de moi, je sais, Je parle de moi, Je me mets en avant, je montre mon appartenance, Je réalise des achats ostentatoires (qui me mettent en valeur) J'ai, qualité, dernier « cri », innovation, marque, différence, le meilleur, je ressens, je prends
 - Adaptation vendeur : Mettre en avant le client, l'aspect exceptionnel, unique, la marque, la renommée, s'appuyer sur des guides d'opinion importants, reconnus
- **NOUVEAUTÉ**
 - Comportement : Je parle, je fais des liens à la mode, la technologie, qualité, tendance, beau, innovation, exception, progrès, je ressens, je prends
 - Adaptation vendeur : Mettre en avant l'innovation, la tendance, la mode, la reconnaissance du produit par les autres, s'appuyer sur des guides d'opinion, prescripteurs.
- **CONFORT**
 - Comportement : Je recherche les solutions les plus simples, Je pose des questions techniques, facilité, gain de temps, pressé, souplesse, pratique, simple, être bien, j'objecte, j'écoute, je me rassure, je prends.
 - Adaptation vendeur : Mettre en avant les spécificités pratique du produit, la notion de faciliter, confort
- **ARGENT**
 - Comportement : Je négocie, je me tiens à mon budget, je veux un excellent rapport qualité prix, rentable, avantageux, profit, affaire, cher, économie
 - Adaptation vendeur : Faire le rapport qualité marque, prix, Faire apparaître les détails, les spécificités produit, montrer l'investissement, insister sur le besoin du client, la conformité d'usage...
- **SYMPATHIE**
 - Comportement : Je suis conciliant, compréhensif, généreux, je souhaite faire plaisir ou me faire plaisir, Souvenir, plaisir, appartenance à ..., confort ...
 - Adaptation vendeur : Utiliser l'émotion du client, le plaisir, l'expérience de la marque, la tradition...

C / Les différentes Motivations

- **OBLATIVES**

- Comportement : Je veux faire plaisir, j'adore offrir, je veux que cela lui plaise, je me rassure et je prends
- Adaptation vendeur : Démontrer la reconnaissance du produit par les autres, S'appuyer sur les guides d'opinion, les prescripteurs, Faire intervenir le plaisir.

- **HÉDONISTES**

- Comportement : J'ai, moi, j'adore, Je ressens, je me rassure et je prends.
- Adaptation vendeur : Mettre en avant le client, faire intervenir le plaisir individuel du client, la spécificité du produit en lien direct avec le client.

- **AUTO EXPRESSION**

- Comportement : Mode, les autres, succès, avis, je me rassure et je prends
- Adaptation vendeur : Démontrer la reconnaissance du produit par les autres, s'appuyer sur les guides d'opinion, des prescripteurs, mettre en avant l'appartenance du produit. La spécificité du produit par rapport à la « mode ».