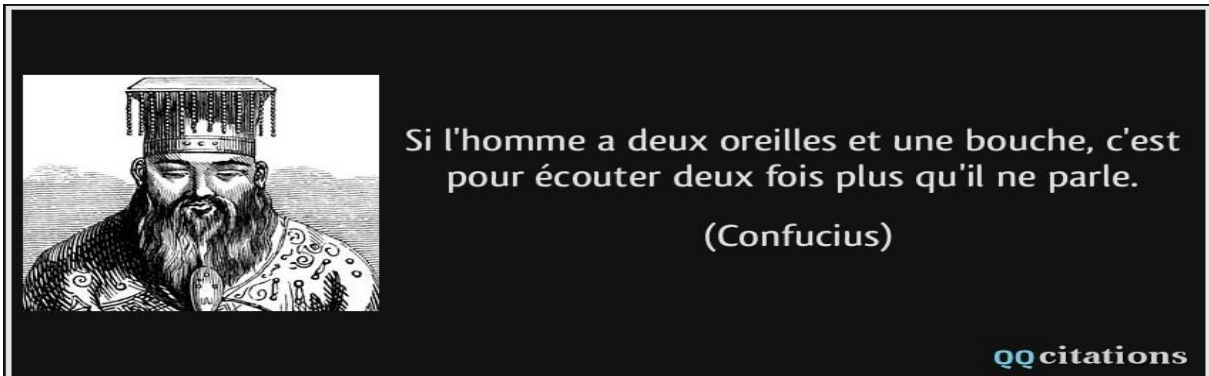


Section 3 Savoir Ecouter :



A) Exercice sur l'écoute et l'observation :

→ L'art de savoir écouter : Exercice des 8 questions

B) Savoir s'intéresser à son interlocuteur, savoir poser des questions

La curiosité

https://www.linkedin.com/posts/jeanpascalmollet-formateurvente-formationcommerciale_coachdevente-formation-emploi-activity-7137779755398918144-NQV-?utm_source=share&utm_medium=member_ios

OU

Le bon vendeur est un perroquet intelligent

https://www.linkedin.com/posts/jeanpascalmollet-formateurvente-formationcommerciale_disc-commerce-coachdevente-activity-7113183250277175296-ObIY?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

En résumé :

- Ecouter, au sens propre du terme, n'est pas facile car nos filtres personnels nous gênent. Ces filtres sont liés à notre expérience personnelle, nos croyances et à notre système sensoriel.
- Ces filtres vont nous amener à généraliser, interpréter, voir déformer les propos de notre interlocuteur,
- L'écoute active permet d'instaurer un climat de confiance. Pour cela il faut :
 - Faire preuve d'empathie,
 - Montrer de l'intérêt à notre interlocuteur,
 - Attendre que notre interlocuteur finisse ses phrases avant d'argumenter,

- Reformuler à chaque fois que cela est nécessaire.
- L'écoute active va permettre de :
- S'assurer de la bonne compréhension du message,
- De rassurer l'interlocuteur,
- Maitriser la ligne directive de l'entretien.

Se méfier de ses propres représentations :

→ Jean Baptiste DUPOND est allongé dans son lit lorsque des cambrioleurs pénètrent dans sa chambre...

→ Vidéo <https://www.youtube.com/watch?v=JeiihmJ1VEk>

C) Le questionnement

1) Cinq grands types de question

Pour bien questionner, combinez et dosez toutes formes de questions.

a) Les questions ouvertes :

- **Ouvre et fait vivre le dialogue** : « **Que** puis-je faire pour vous ? »
- **Fait parler l'interlocuteur, le valorise** : « C'est une belle voiture...**qu'est ce** qui vous a plu dans ce model ? », « **Pourquoi** avoir acheté ce model plutôt que celui-ci ? »
- **Apporte une information riche** : « **Comment** vous organisez vous pour aller au travail si votre voiture est en panne ? », « Que ce passerait il pour vos enfants si vous veniez à disparaître dans un accident ? », « A partir de **quand** voulez vous être assuré ? »
- **Fait apparaître les motivations de votre interlocuteur** : « Qu'est ce qui est le plus important pour vous au moment de souscrire une assurance ? », « Qu'est ce que vous attendez de votre assureur ? »

Ces questions ouvertes permettent d'obtenir une information large et de créer du dialogue.

b) Les questions fermées :

Elles appellent :

- **Une réponse précise aidant à la direction de l'entretien, car elles recentrent** : « Pour votre appartement, vous souhaitez une garantie vol ? », « Vous avez déjà été assuré pour un véhicule ? »
- **Une validation régulière de l'avancement de l'entretien** : « Est-ce que ça va jusque là ? » « Tout est clair pour vous pour l'instant ? » « Est-ce que j'ai bien répondu à votre question ? »
- **Un accord du client sur les avantages ou la souscription** : « On fait comme ça ? », « Vous êtes d'accord avec moi, cette formule correspond parfaitement à vos besoins ? »

Attention la question fermée présente un risque de réponse négative, donc de blocage de l'entretien. La répétitivité peut en outre créer une impression d'interrogatoire.

A utiliser pour valider un point précis lors de la découverte ou pour obtenir l'accord final.

c) Questions alternatives :

Elles apportent :

- **De la directivité à l'entretien :** « Vous êtes disponible, plutôt le lundi ou le mardi, le matin ou l'après midi ? » « Vous souhaitez payer annuellement par chèque ou par prélèvement mensuel ? »

Les questions alternatives laissent un choix mais dans un cadre restreint.

d) Questions en écho :

Les questions en écho consistent à répéter un ou plusieurs mots (souvent les derniers) de l'interlocuteur sur un ton interrogatif, pour l'amener à préciser sa pensée. C'est une marque d'intérêt qui plait généralement à votre interlocuteur.

L'assuré : « Je souhaite un produit d'épargne qui soit performant et garanti »...le conseiller
« Performant ??? et garanti ??? »

La question en écho fait avancer le dialogue en douceur.

e) Question relais

L'exemple type de question relais est le « C'est-à-dire ? ». Elles permettent d'apporter du factuel notamment quand le client est plutôt dans le jugement ou l'opinion. Elle permet d'amener son interlocuteur à préciser sa pensée.

Type de question	Objectif	Avantages	Inconvénients	À quel moment l'utiliser ?
Ouverte	Obtenir : - une information - un fait - une opinion	- Ouvre et fait vivre le dialogue - Fait parler l'interlocuteur, donc le valorise - Apporte une information riche - Fait apparaître les motivations de l'interlocuteur	- Blocage possible : interlocuteur méfiant - Dispersion de la réponse : ne canalise pas les bavards - Imprécision fréquente	- Dans la phase de découverte, principalement au début - À chaque fois que l'on souhaite creuser un sujet - Quand les réponses possibles sont multiples pour ne pas risquer d'induire la réponse
Fermée	Obtenir une réponse précise : « oui » ou « non »	- Réponse facile - Réponse précise aidant à la directivité de l'entretien (pour recentrer) - Fixe l'accord du client sur les avantages, les modalités, etc.	- Risque de réponse négative, d'où blocage - Pauvreté de l'information - La répétition donne une impression d'interrogatoire	- Dans la découverte pour valider des points précis - Dans la phrase de proposition pour créer une dynamique positive - En phrase de conclusion pour obtenir le « oui »
Alternative	Amener l'interlocuteur à choisir entre deux solutions pré-sélectionnées	- Centre l'attention sur deux choix précis : directivité/réponse facile - Aide à recentrer sur le sujet	- Peut paraître artificiel : astuce commerciale - Risque d'une troisième réponse	- Dans la découverte pour valider des points précis - Dans la phrase de proposition pour créer une dynamique positive - En phrase de conclusion pour obtenir le « oui »

Type de question	Objectif	Avantages	Inconvénients	À quel moment l'utiliser ?
En écho	Permettre à l'interlocuteur de préciser naturellement sa pensée	- Engage à la confiance - Montre que l'on fait preuve d'écoute - Enrichit le dialogue très naturellement	Risque de maladresse si on l'utilise après une affirmation négative	Pour synthétiser, orienter, reformuler
Question relais	Permettre à l'interlocuteur de préciser naturellement sa pensée	- Montre que l'on écoute - Semble naturel - Enrichit le dialogue	Risque d'éparpillement	- À tout moment pour obtenir des précisions - Quand on manque d'éléments pour rebondir

2) Cerner le contexte et les motivations :

a) Les questions de contexte :

Elles vont vous nous permettre de mieux connaître comment le risque est exposé aux risques d'accident dans son quotidien et les besoins qui sont induits...L'idéal : elles suggèrent intuitivement à l'assuré de s'assurer.

Exemple :

- l'assuré travaille en dehors de la ville et il y a très peu de transport en commun pour se rendre au travail. → Si votre voiture est volée, comment ferez-vous pour aller au travail ?...La question jugère la souscription d'une assistance avec véhicule de remplacement...d'au moins 30 jours...
- « Vous parcourez combien de kilomètre par an ? »...une formule aux kilomètres pourrait peut être lui convenir

- L'assuré transporte-t-il habituellement des bagages ? Pars-t-il en vacances avec ce véhicule ? Et si vous calculiez la valeur qu'il y a dans votre coffre lorsque vous partez en vacances ? Vous en pensez quoi d'assurer le contenu du véhicule ?
- « Certaine personne ne prête jamais leur véhicule...qu'est-ce que vous en pensez ? ça vous arrive de prêter votre véhicule ? »

b) Les questions de motivation

Elles vont permettre de découvrir les besoins de l'assuré sous un aspect psychologique.

Exemple :

- Qu'est-ce qui vous ferait changer d'assureur aujourd'hui ?
- A quoi vous accordez le plus d'importance pour vos placements ? liquidité (confort), rentabilité (argent), sécurité ?
- A quoi êtes-vous attentif en priorité en matière d'assurance ?

c) Le résumé de l'écoute active

- **Le silence** : Le client parle, faites silence. « *Le silence est le refuge des faibles et la grandeur des puissants* » Charles de Gaulle.
- **Le regard** : Regardez votre interlocuteur dans les yeux...à ce moment là, votre client c'est la personne la plus importante à vos yeux,
- **Le langage non verbal, le paralangage** : Vos sourires, vos hochements de tête, les mouvements de vos sourcils autant d'éléments qui démontrent à votre interlocuteur que vous l'écoutez,
- **Démontrez que vous vous intéressez et creusez les motivations** : Qu'entendez-vous par là ? Qu'est-ce qui vous a amené à tirer une telle conclusion ? Qu'est-ce qui est le plus important à vos yeux ?
- **Prenez des notes** : Vous démontrez que vous vous intéressez à votre interlocuteur, que vous maîtrisez votre sujet car vous n'écrivez QUE ce qui est important.
- **Validez régulièrement ce que l'autre vous dit** : Utilisez « d'accord, tout à fait, absolument » ou « Je partage totalement ce point de vue », « Je comprend », « c'est très clair pour moi »...
- **Reformulez et synthétisez** : « Pour résumer... » , « ce que vous êtes en train de me dire », « donc vous pensez que...C'est bien ça ? »



Vente 2: L'écoute active et le questionnement

8 questions

oliviermangin

0 parties

Attribuer

Commencer

Section 4 Savoir découvrir les besoins du clients

A – Les 3 natures d'informations à collecter

L'astuce est de faire parler son interlocuteur pour découvrir 3 natures d'informations :

→ Informations purement assurantielle : elles vont nous permettre :

- D'accepter ou non le risque,
- De le tarifer si le risque est acceptable
- De conseiller le client dans son choix.

→ Informations sur les attentes et besoins de l'interlocuteurs (informations acheteur rationnel)

- Son mode de vie
- Les besoins en termes de couverture par rapport aux risques qu'il identifie
- Les besoins qu'il n'identifie pas spontanément,

→ Informations de nature plus psychologiques (motivations d'achats)

- Son rapport ou appétence au risque
- Ses envies
- Ses expériences

Exercice présentez des informations de type assurantielle/ besoin rationnel/ information humaine:

Exemple d'informations assurantielle à collecter	Exemple d'informations permettant de cerner les besoins « rationnels »	Exemple d'informations permettant de cerner les motivations d'achat

En conclusion : savoir écoute permet d'éviter l'effet NAKAMURA

https://www.linkedin.com/posts/jeanpascalmollet-formateurvente-formationcommerciale_coachdevente-formation-commerce-activity-7137327488468185089-pAeR?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

B- Les motivations d'achat : méthode SONCAS(E)

A) Les motivations d'achat :

Exercices : Voici un stylo plume : donnez-moi chacun, 2 raisons/motivations d'achat de ce stylo plume.

B) La méthode SONCASE

Cette liste guide SONCASE permet de repérer les mobiles d'achat de l'acheteur afin de répondre à ses attentes

Vidéo : [https://www.youtube.com/watch?v= DsVbPK5jHQ](https://www.youtube.com/watch?v=DsVbPK5jHQ)

Sympathie	<ul style="list-style-type: none">• Par rapport au produit ou au service dans sa forme, son côté ludique d'utilisation• L'objectif de l'acheteur potentiel peut être la volonté de faire plaisir ou de se faire plaisir
Orgueil	<ul style="list-style-type: none">• Le produit doit mettre en valeur le client par son originalité, son exclusivité...
Nouveauté	<ul style="list-style-type: none">• Recherche de produits, solution, matériels inédits apportant de nouvelles possibilités
Confort	<ul style="list-style-type: none">• Recherche du bien-être, de simplicité d'utilisation...
Argent	<ul style="list-style-type: none">• Recherche du meilleur rapport qualité/prix d'un produit peu coûteux à l'usage
Sécurité	<ul style="list-style-type: none">• Recherche de sa propre protection et de celle des autres (produits fiables...)
Environnement	<ul style="list-style-type: none">• Recherche d'un produit respectant davantage l'environnement

Exercice: Nous allons écouter 7 situations de vente et vous devrez identifier les 6 motivations d'achat sur la grille ci-dessous :

Votre choix

	Sécurité	Orgueil	Nouveauté	Confort	Argent	Sympathie
Extrait 1						
Extrait 2						
Extrait 3						
Extrait 4						
Extrait 5						
Extrait 6						
Extrait 7						

Exercice

Vous êtes face à un client qui vient pour obtenir un tarif automobile ou souscrire une assurance vie ou une prévoyance, élaborez 6 réflexions ou réponses vous permettant d'identifier la motivation d'achat

La vente automobile

Motivation	Réflexions/ Réponse ou Question de l'assuré
Sécurité	
Orgueil	
Nouveauté	
Confort	
Argent	
Sympathie	
Environnement	

Vente assurance vie

Motivation	Réflexions/ Réponse ou Question de l'assuré
Sécurité	
Orgueil	
Nouveauté	
Confort	
Argent	
Sympathie	

Environnement	
---------------	--

Vente prévoyance

Motivation	Réflexions/ Réponse ou Question de l'assuré
Sécurité	
Orgueil	
Nouveauté	
Confort	
Argent	
Sympathie	
Environnement	

Exercice JEU DE ROLE SONCAS

→ Yves VATROVIT

Section 5 Savoir Argumenter

Vous avez identifié 1) Les besoins rationnels 2) La ou les motivations SONCASE → C'est le moment de passer à l'argumentation !

A – La méthode CAP : Caractéristiques – Avantages – Preuves

Vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=DySXi9F7GYk&t=33s>

Argumentations sur les caractéristiques :

- Les contrats auto de l'OCCITANE ont une très bonne garantie du conducteur avec un capital jusqu'à 1 000 000 €,
- Cette formule prévoit le prêt d'un véhicule de remplacement jusqu'à 30 jours,
- Avec cette formule vous avez le rééquipement à neuf pour votre mobilier
- Notre contrat GAV est un des rares à intervenir dès 1% d'invalidité
- Pour cet investissement nous pouvons vous appliquer des frais d'entrée réduit à 1%.

Argumentations sur les caractéristiques/ avantages/bénéfices :

- Les contrats auto de l'OCCITANE ont une très bonne garantie du conducteur avec un capital jusqu'à 1 000 000 €, ce niveau de garantie vous assure de maintenir votre niveau de vie si

vous ne pouvez plus travailler après un accident. Vous êtes à l'abri d'un scénario catastrophe.

- Cette formule prévoit le prêt d'un véhicule de remplacement jusqu'à 30 jours, ainsi si votre véhicule est volé vous pourrez aller au travail sans difficulté, votre mobilité est maintenue. Imaginez on vous vole votre véhicule 2 jours avant de partir en vacances...avec cette formule vous partez sans soucis...
- Avec cette formule vous avez le rééquipement à neuf pour votre mobilier ce qui vous permettra de vous acheter des meubles tout neufs sans dépense supplémentaire.
- Notre contrat GAV est un des rares à intervenir dès 1% d'invalidité avec cette formule vous êtes certain d'être indemnisé en cas d'invalidité...on ne pourra pas vous dire, il fallait avoir au moins 5% d'invalidité pour être indemnisé
- Pour cet investissement de 100 000 € nous pouvons vous appliquer des frais d'entrée réduit à 1%, au lieu de 2%, c'est une occasion à saisir car cela vous fait gagner 1000 € !!!...de quoi s'offrir un petit voyage !!! ou de booster cette épargne encore plus vite.

Argumentations sur les caractéristiques/avantages/bénéfices/PREUVE:

La preuve c'est important dans la vente elle permet d'asseoir la crédibilité de l'argument.

Une vieille maxime commerciale dit : « **Le vendeur qui n'est pas cru, est cuit !!!** »

- Les contrats auto de l'OCCITANE ont une très bonne garantie du conducteur avec un capital jusqu'à 1 000 000 €, ce niveau de garantie vous assure de maintenir votre niveau de vie si vous ne pouvez plus travailler après un accident. Vous êtes à l'abri d'un scénario catastrophe. Voyez comme il est écrit ici, c'est 1 000 000 €.
- Cette formule prévoit le prêt d'un véhicule de remplacement jusqu'à 30 jours, ainsi si votre véhicule est volé vous pourrez aller au travail sans difficulté, votre mobilité est maintenue. Imaginez on vous vole votre véhicule 2 jours avant de partir en vacances...avec cette formule vous partez sans soucis...Cet engagement il est rappelé ici (montrer une documentation)
- Avec cette formule vous avez le rééquipement à neuf pour votre mobilier ce qui vous permettra de vous acheter des meubles tout neufs sans dépenses supplémentaires...Voyez comme c'est écrit ici, la garantie rééquipement à neuf, remplace vos biens sinistrés, par des neufs...sans tenir compte de leur ancienneté...
- Notre contrat GAV est un des rares à intervenir dès 1% d'invalidité avec cette formule vous êtes certain d'être indemnisé en cas d'invalidité...on ne pourra pas vous dire qu'il fallait avoir au moins 5% d'invalidité pour être indemnisé. Voyez c'est écrit en TOUTE LETTRE, dès 1%...C'est d'ailleurs pour cette raison qu'on a été classé Label d'excellence de la GAV par le site https://label-excellence.provideo.com/resultats?univers_icontains=frais-de-santé&type=gav&label=on&orderBy=-critere_1
- Pour cet investissement de 100 000 € nous pouvons vous appliquer des frais d'entrée réduit à 1%, au lieu de 2%, c'est une occasion à saisir car cela vous fait gagner 1000 € !!!...de quoi s'offrir un petit voyage !!! Voyez les frais d'entrée sont mentionnés ici, 2%...mais compte tenu de votre investissement vous bénéficier d'une réduction de 50% !!!

→ Exercice CAP

→ **Exercice preuve** : Listez les éléments qui peuvent constituer des preuves dans le cadre d'un contrat d'assurance.

B- Savoir présenter les arguments : La méthode bande annonce

Il s'agit en quelque sorte de faire ici un effet teasing... Donner envie à notre interlocuteur de nous écouter en lui annonçant d'emblé que l'on va répondre à ses besoins.

Excité par la promesse notre interlocuteur sera bien plus concerné par notre argumentation car son cerveau se demandera « Comment va-t-il m'amener à ce résultat ? »...

Cette méthode suggère donc non pas un CAP mais un ACP, c'est-à-dire
AVANTAGE / CARACTERISTIQUE / PREUVE

→ Exercice : Reprenez les 5 argumentations ci-dessous et présentez les sous la forme « Bande annonce »

- Les contrats auto de l'OCCITANE ont une très bonne garantie du conducteur avec un capital jusqu'à 1 000 000 €, ce niveau de garantie vous assure de maintenir votre niveau de vie si vous ne pouvez plus travailler après un accident. Vous êtes à l'abri d'un scénario catastrophe. Voyez comme il est écrit ici, c'est 1 000 000 €.
- Cette formule prévoit le prêt d'un véhicule de remplacement jusqu'à 30 jours, ainsi si votre véhicule est volé vous pourrez aller au travail sans difficulté, votre mobilité est maintenue. Imaginez on vous vole votre véhicule 2 jours avant de partir en vacances... avec cette formule vous partez sans soucis... Cet engagement il est rappelé ici (montrer une documentation)
- Avec cette formule vous avez le rééquipement à neuf pour votre mobilier ce qui vous permettra de vous acheter des meubles tout neufs sans dépenses supplémentaires... Voyez comme c'est écrit ici, la garantie rééquipement à neuf, remplace vos biens sinistrés, par des neufs... sans tenir compte de leur ancienneté...
- Notre contrat GAV est un des rares à intervenir dès 1% d'invalidité avec cette formule vous êtes certain d'être indemnisé en cas d'invalidité... on ne pourra pas vous dire qu'il fallait avoir au moins 5% d'invalidité pour être indemnisé. Voyez c'est écrit en TOUTE LETTRE, dès 1%... C'est d'ailleurs pour cette raison qu'on a été classé Label d'excellence de la GAV par le site https://label-excellence.provideo.com/resultats?univers_icontains=frais-de-santé&type=gav&label=on&orderBy=-critere_1
- Pour cet investissement de 100 000 € nous pouvons vous appliquer des frais d'entrée réduit à 1%, au lieu de 2%, c'est une occasion à saisir car cela vous fait gagner 1000 € !!!... de quoi s'offrir un petit voyage !!! Voyez les frais d'entrée sont mentionnés ici, 2%... mais compte tenu de votre investissement vous bénéficiez d'une réduction de 50% !!!

C- Structurer son argumentaire

La structuration de l'argumentation va donner une visibilité supplémentaire à vos arguments et leur permettre de s'ancrer plus facilement dans la mémoire de votre interlocuteur.

Exemple pour la vente d'un contrat automobile à un artisan plombier :

SANS STRUCTURATION

« En fonction de ce que vous venez de me dire, j'ai construit cette formule qui va vous permettre d'exercer votre activité en toute tranquillité tout en prenant soin de votre porte-monnaie 😊 Regardez plutôt :

J'ai noté que vous souhaitiez être assuré pour le matériel transporté et pour les marchandises. J'ai prévu une garantie jusqu'à 15000 €. J'ai prévu également un prêt de véhicule de remplacement de 20 jours, en cas de panne ou d'accident vous pourrez toujours intervenir chez vos clients, je vous ai mis naturellement un véhicule de même catégorie que votre véhicule actuel. Pour que vous ne perdiez rien en cas de vol, il n'y aura pas de dépréciation de votre véhicule la première année puisque vous avez une valeur à neuf pendant 1 an, puis ensuite une valeur majorée les années suivantes».

AVEC STRUCTURATION

« En fonction de ce que vous venez de me dire, j'ai construit cette formule qui va vous permettre d'exercer votre activité en toute tranquillité tout en prenant soin de votre porte-monnaie 😊. Elle devrait parfaitement vous convenir et ceci pour 3 raisons majeures :

1^{ère} raison : Vous transportez du matériel de valeur dans votre véhicule, cette formule va vous permettre de faire face financièrement en cas de vol ou de destruction du contenu de votre véhicule

2^{ème} raison : Vous ne raterez aucun rendez vous client, même en cas de vol de votre véhicule,

3^{ème} raison : Si jamais votre véhicule est volé ou détruit vous pourrez facilement vous en racheter un neuf

J'aimerais, si vous le permettez, développer chacun de ces points :

Premièrement : Avec cette formule en cas de vol ou d'accident vous pourrez financièrement faire face, tout le contenu de votre véhicule est assuré !!!...j'ai prévu une garantie jusqu'à 15 000 € (matériel, aménagement et marchandises)

Deuxièmement. Il est important que vous puissiez continuer à aller sur vos chantiers même en cas de vol de votre véhicule, j'ai donc prévu un prêt de véhicule de remplacement de 20 jours. Je vous ai mis naturellement un véhicule de même catégorie que votre véhicule actuel.

Troisièmement : Vous le savez un véhicule dès qu'il sort du concessionnaire perd 20% de sa valeur...Avec cette formule c'est zéro perte de valeur, en effet si votre véhicule est volé ou détruit la première année on vous rembourse le prix que vous l'avez acheté !...vous ne perdez rien !!! »

Exercice : Vous rencontrez Madame Babette DUTOUT qui vient de souscrire une assurance automobile. Vous rebondissez en lui proposant une formule GAV...Mme Babette DUTOUT est âgée de 30 ans, elle est mariée, sans enfant, elle est infirmière libérale. Ce sont deux sportifs accomplis, ils font du VTT (50 km/semaine), de la course à pieds, de l'escalade etc...Son époux est âgé de 35 ans, il est pharmacien salarié. Argumentez le produit dont les caractéristiques vous sont données. Vous choisissez 3 arguments. Vous mettez en œuvre :

- CAP avec présentation bande annonce donc ACP
- Vous structurer l'argumentation

Contrat GAV (Garantie en cas de décès ou d'invalidité de la vie privée)

Caractéristiques	Avantage/bénéfice	Preuve
Décès : Perte économique des proches jusqu'à 1 000 000 €		
Préjudice d'affection au titre de la garantie décès		
Invalidité : Perte de gains futurs jusqu'à 1 000 000 €		
Invalidité : seuil d'intervention 5%		
Préjudice d'agrément (au titre de l'invalidité)		
Assistance rapatriement en cas d'accident		

D- Les validations intermédiaires

Le but est d'obtenir des OUI « intermédiaires » qui vont conditionner le OUI final. Pour le client il lui sera d'autant plus difficile en fin d'entretien de dire NON, alors qu'il a validé toutes les étapes précédentes par des OUI.

Exemple de questions intermédiaires types qui viennent chercher des oui :

- Est-ce que jusqu'ici tout est clair ?
- Est-ce que vous me suivez ?
- Avez-vous des questions, des observations jusqu'à présent ?
- Est-ce que vous percevez clairement l'avantage ?
- Sur ce point nous sommes d'accord ?

E- La présentation du produit

Après avoir découvert les besoins, nous présentons nos arguments en prenant soin de ne développer QUE les arguments qui correspondent aux besoins identifiés. Un ou deux arguments bien placés suffiront à persuader votre interlocuteur.

Surtout éviter la sur-argumentation. Le pire du pire : la sur-argumentation quand le client a fait son choix !!!

Passer des besoins identifiés à l'argumentation nécessite une phrase de liaison dont l'objectif est de tenir en haleine notre interlocuteur et de lui donner envie de nous écouter jusqu'au bout.

Exemple de phrases de liaison :

- Compte tenu de vos besoins ce que je vais vous montrer va beaucoup vous intéresser. En effet...
- Puisque vous désirez (BESOIN IDENTIFIE), vous allez être comblé. En effet...
- Puisque vous recherchez (BESOIN IDENTIFIE) j'ai la conviction que ce que je vais vous proposer va vous enchanter...