

COMMENT REpondre AUX OBJECTIONS DES CLIENTS ?



- ◆ **Public visé :**
 - ✓ Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, responsables grands comptes et comptes clés
 - ✓ Toute personne amenée à vendre un produit ou un service
- ◆ **Objectifs :**
 - ✓ S'approprier les techniques pour identifier et traiter les objections
 - ✓ Comprendre les points d'intérêt de l'autre pour compenser l'objection
 - ✓ Maîtriser les techniques de démonstration du prix pour répondre à l'objection tarifaire
 - ✓ Valoriser son offre par rapport aux concurrents ou au budget
- ◆ **Prérequis :**
 - ✓ Aucun

- ◆ **Contenu :**

Qu'est-ce qu'une objection ?

- Définition des objections
- Intérêt des objections pour le vendeur

Comment limiter les objections dans le processus de vente ?

- L'identification du circuit de décision

Identifier les différents types objections les différents types d'objection

- Alibi
- Fondée

Techniques de traitements des objections

- La **méthode ACRE**
 - L'argumentation et le traitement des objections
- La nécessité de comprendre une objection
 - L'objection qui en cache une autre
 - La **méthode du Quintilien**

Que dire et comment vaincre les objections clients les plus courantes :

- « Ce n'est pas notre priorité
- On verra quand la crise sera passée
- Je n'ai pas la tête à cela en ce moment
- On en reparle plus tard
- Je n'ai pas/plus le budget
- C'est trop cher ... »

Le cas particulier de l'objection tarifaire

- ✓ Comment être sûr que le prix est le véritable frein à l'acte d'achat
 - La pré-close
- ✓ Comment sortir du prix ?
 - L'alternative 3 branches
- ✓ La reformulation de ses critères prioritaires de décision
- ✓ La présentation et la valorisation de son offre : les techniques de cloisonnement des points chronologiques à traiter
- ✓ L'argumentaire (produits/services), au-delà du prix, adapté à "l'histoire" du client et à ses motivations et préoccupations.
- ✓ La maîtrise des techniques de défense du prix et d'argumentation comparative :
 - Comment semer le doute sur la proposition concurrente et maximiser le risque encouru ?
 - Comment "professionnaliser" le relationnel avec le client en mettant en exergue "les plus" de sa proposition ?
 - Comment minimiser l'écart tarifaire avec le concurrent ?
 - Comment compenser un écart de prix et engager le client sur les points positifs de son offre ?
- ✓ La mise en avant des gains pour le client
 - La démonstration chiffrée du prix et le tableau des gains
 - La méthode « papier-crayon »

Comment et quand conclure une vente après le traitement d'une objection forte

- ✓ La détection des feux verts
- ✓ Techniques et comportements
- ✓ Choix des mots et du langage
- ✓ Les pièges à éviter
 - La sur-argumentation

L'irrationnel dans la vente

- ✓ La compréhension des besoins de l'autre : l'empathie
- ✓ La gestion de son attitude : dominer son stress et développer sa fluidité verbale.
- ✓ Le comportement général à adopter dans l'entretien

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction d'outils
 - Guide complet de traitement des objections
 - Tableau de traitement des objections avec réponses à apporter
 - Alternative 3 branches
 - Tableau des gains
- ✓ Travaux en sous-groupes
- ✓ Entraînement réponses réflexes objections clients

Durées et modalités :

Présentiel en collectif	FOAD* en collectif	Présentiel ou FOAD* en individuel (pack formation coachée)
2 jours (14h)	8h	9h30