

ANNEXE 30 : Fiche préparation vente

FICHE DE PREPARATION AU SKETCH DE VENTE	
ETAPE 1 : PRISE DE CONTACT	
Règle des 4x20	<u>Phrase d'accueil</u> : Bonjour, comment puis-je vous renseigner ?
ETAPE 2 : DECOUVERTE DES BESOINS	
<ul style="list-style-type: none"> - Posez des questions (ouvertes, fermées, alternatives) - Etre à l'écoute - Ne pas couper la parole - Identifier les mobiles d'achat (SONCAS) - Reformuler les besoins dès qu'ils sont identifiés 	<u>Questions</u> : Que recherchez-vous ? Est-ce pour vous ou pour offrir ? Quel budget voulez-vous y consacrer ?
ETAPE 3 : PRESENTATION DU PRODUIT	
<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les caractéristiques du produit, en commençant par celles qui répondent le mieux aux mobiles d'achat identifiés 	
ETAPE 4 : ARGUMENTATION	
<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les avantages du produit, en commençant par ceux qui répondent le mieux aux mobiles d'achat identifiés. - Structurer les arguments en suivant la méthode CAP (Caractéristique + Avantage + Preuve) 	
ETAPE 5 : LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS	
Identifier le type d'objection : <ul style="list-style-type: none"> - <u>Réelles et fondées</u> : Ce n'est pas le bon produit - <u>Prétextes</u> : Objection non fondée 	
Les techniques de traitement de l'objection produit : <ul style="list-style-type: none"> - Anticiper l'objection (« vous allez me dire ... ») - Méthode « du oui, mais » - Reformulation interrogative (« je vous ai bien compris, en somme vous me posez la question suivante ... ») - Méthode du boomerang (« Les tailles partent rapidement en raison du succès de ce produit ») 	
Les techniques de traitement de l'objection prix : <ul style="list-style-type: none"> - Addition (addition des avantages) - Soustraction (perte des avantages du produit si non achats) - Multiplication (multiplication des avantages par nombre d'années d'utilisation, par ex.) - Division (diviser une différence de prix par nombre d'année d'utilisation pour la minimiser, par ex.) 	
ETAPE 6 : CONCLUSION DE LA VENTE	
Rassurer et féliciter le client sur son achat	
Proposez un article ou un service complémentaire	« Vous prenez donc le bermuda. Avez-vous vu le débardeur qui lui est assorti ? »
Proposez la carte de fidélité du magasin	« Avez-vous la carte du magasin ? »
ETAPE 7 : PRISE DE CONGE	
<ul style="list-style-type: none"> - Remercier le client - Saluer le client 	« Je vous remercie de votre visite » « Passez une agréable journée, à très bientôt ! »