

## FICHE POUR CREER SON ARGUMENTAIRE DE NEGOCIATION COMMERCIALE

Problèmes/sous-problèmes	Caractéristiques de votre offre	Bénéfices clients (qu'est ce qu'il gagne?)	Ce que ça va changer dans sa vie ? (Émotions)
-			
-			
-			
-			
-			
-			
-			
-			

## 2 Techniques d'argumentations:

### La méthode C.A.P (plan pour présenter l'offre):

- Caractéristiques techniques et/ou commerciales
- Avantages pour le client + émotions
- Preuves susceptibles de convaincre (documents, témoignages, démonstrations, échantillons...)

### Le SONCAS (adapter l'argumentaire au profil du client):

	Le client...	Il cherche...
Sécurité	Aime réfléchir, essayer, hésite, tergiverse	Solidité, référence, garantie, démonstration, fiabilité, SAV...
Orgueil	Dominant, difficile à mener, égocentré, fier	Notoriété, numéro 1, premier, exclusif, standing, image de marque, unique, personnalisation, prestige...
Nouveauté	Recherche l'originalité, curieux, aime le changement	Nouveau, précurseur, à la pointe...
Confort	Aime le bien-être, ce qui est commode, n'aime pas les complications	Facilité d'utilisation, pratique, simple, fonctionnel, démonstration...
Argent	Recherche l'économie, le gain, aime comparer, difficile à mener	Économique, remise, gain, retour sur investissement, rentabilité, garantie, promotion...
Sympathie	Convivial, aime faire plaisir, passe un bon moment, bavard	Agréable, convivial, plaisir, ludique, cadeau...

**2 stratégies commerciales incontournables:**

<b>Le client est demandeur</b>	<b>Le client n'est pas demandeur</b>
Les 4 «C»	La vente persuasive «paradis»
Contacteur Connaitre: découverte du client Convaincre: argumentation et réponse aux objections Conclure	P rendre contact A nalyser la situation R echercher les insatisfactions A ccentuer la nécessité de changement D émontrer la supériorité de son offre I nciter à acheter S écuriser

Pour aller plus loin :

**La méthode Pro-Négociation pour convaincre n'importe qui en moins d'1 heure**