



# LES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN DE VENTE

Formation SEGPA du 12.02.2013

# En préambule...

- Connectez-vous à l'aide de l'adresse internet suivante : [http://www.smartcanal.com/module/y028\\_demo/](http://www.smartcanal.com/module/y028_demo/)
- Effectuez le test en version démo.

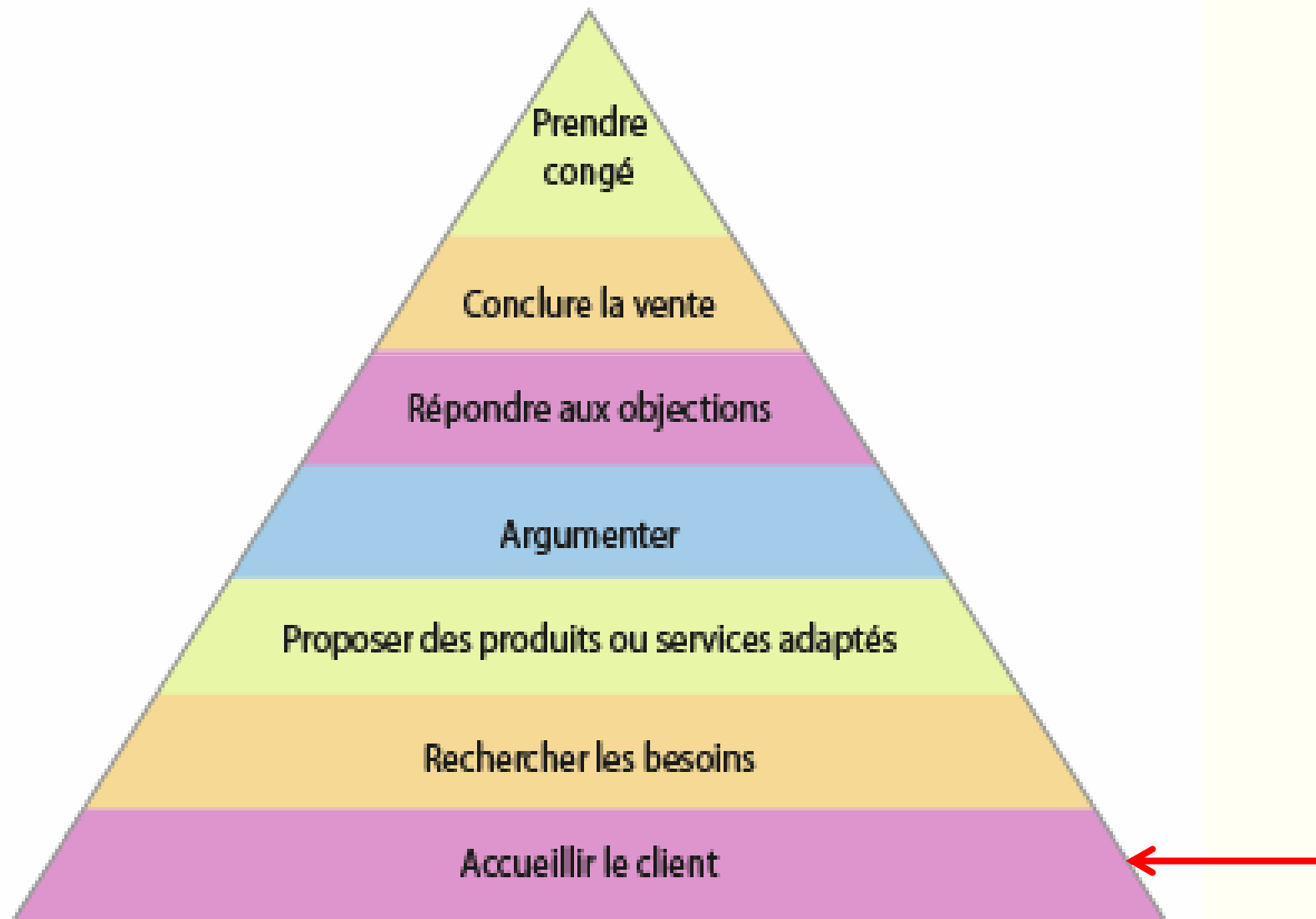
The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the website [www.smartcanal.com/module/y028\\_demo/](http://www.smartcanal.com/module/y028_demo/). The page title is "L'entretien de vente" and the logo "Smart CANAL" is visible in the top right. A navigation menu on the left lists the following sections:

- Introduction
- Bienvenue !
- Préambule
- Présentation de la navigation
- Pré-évaluation
- Prendre contact
- Connaître son client
- Convaincre et conclure
- Prendre congé

The main content area features a 3D illustration of an office with a desk, a chair, and a whiteboard. A cartoon character of a man in a suit stands on the right. A yellow button labeled "PASSER L'INTRO" is positioned at the bottom of the scene. A red arrow points from the text above to the "Pré-évaluation" menu item. At the bottom of the browser window, a video player shows "Vu: 35% - Temps: 0h8m41s." and navigation controls.

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



# 1/ L'accueil

---

---

- Il s'agit ici de saluer le client, de le laisser prendre des initiatives en allant et venant dans le magasin, et de l'inciter à faire appel au vendeur ;
- Le vendeur doit adopter des attitudes et un comportement adéquats pour bien accueillir son client.
- Ainsi, il faut sourire et créer un climat favorable. De même il s'agit de saluer le client en prenant le soin d'avoir une tenue adaptée. Enfin, le vendeur doit se montrer disponible.
- **La règle des 4 x 20 :**
  - **Les 20 premières secondes** : elles sont déterminantes. L'opinion du client se forge très rapidement.
  - **Les 20 premiers gestes** : les gestes s'observent à travers le look, l'attitude, le regard, les mimiques. Le langage non verbal est tout aussi important que le verbal.
  - **Les 20 premiers centimètres du visage** : se traduit par le regard, le sourire. Et à ne pas oublier : « même au téléphone, le sourire s'entend ! ».
  - **Les 20 premiers mots** : il s'agit d'utiliser un vocabulaire simple et compréhensible de tous. Le vocabulaire trop technique doit être évité. Il ne faut pas négliger par ailleurs le ton de la voix qui est aussi important que le choix des mots.

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



## 2/ La recherche des besoins

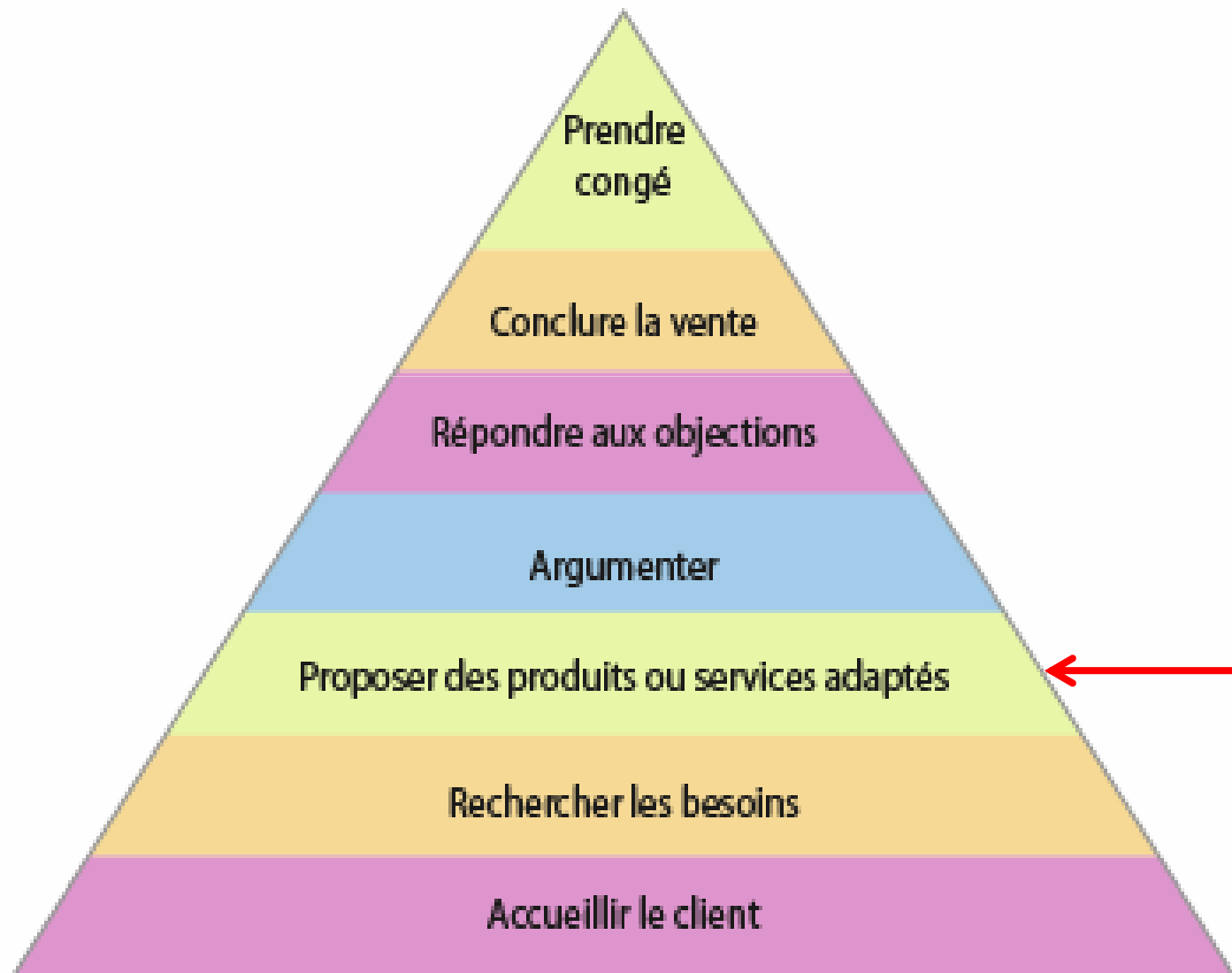
---

---

- Pour rechercher les besoins, il faut tout d'abord écouter attentivement le client en le regardant et en restant concentré.
  
- Ensuite, le vendeur doit questionner le client.
  - On distingue trois types de questions :
    - les questions ouvertes (le client répond comme il le souhaite),
    - les questions fermées (le client a le choix entre plusieurs réponses)
    - et les questions alternatives (le client n'a le choix qu'entre 2 réponses).
  
- Enfin, il faut reformuler les propos du client. Le vendeur énonce les besoins du client dans d'autres termes pour s'assurer de la bonne compréhension.

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



### 3/ La proposition de produits ou services adaptés

---

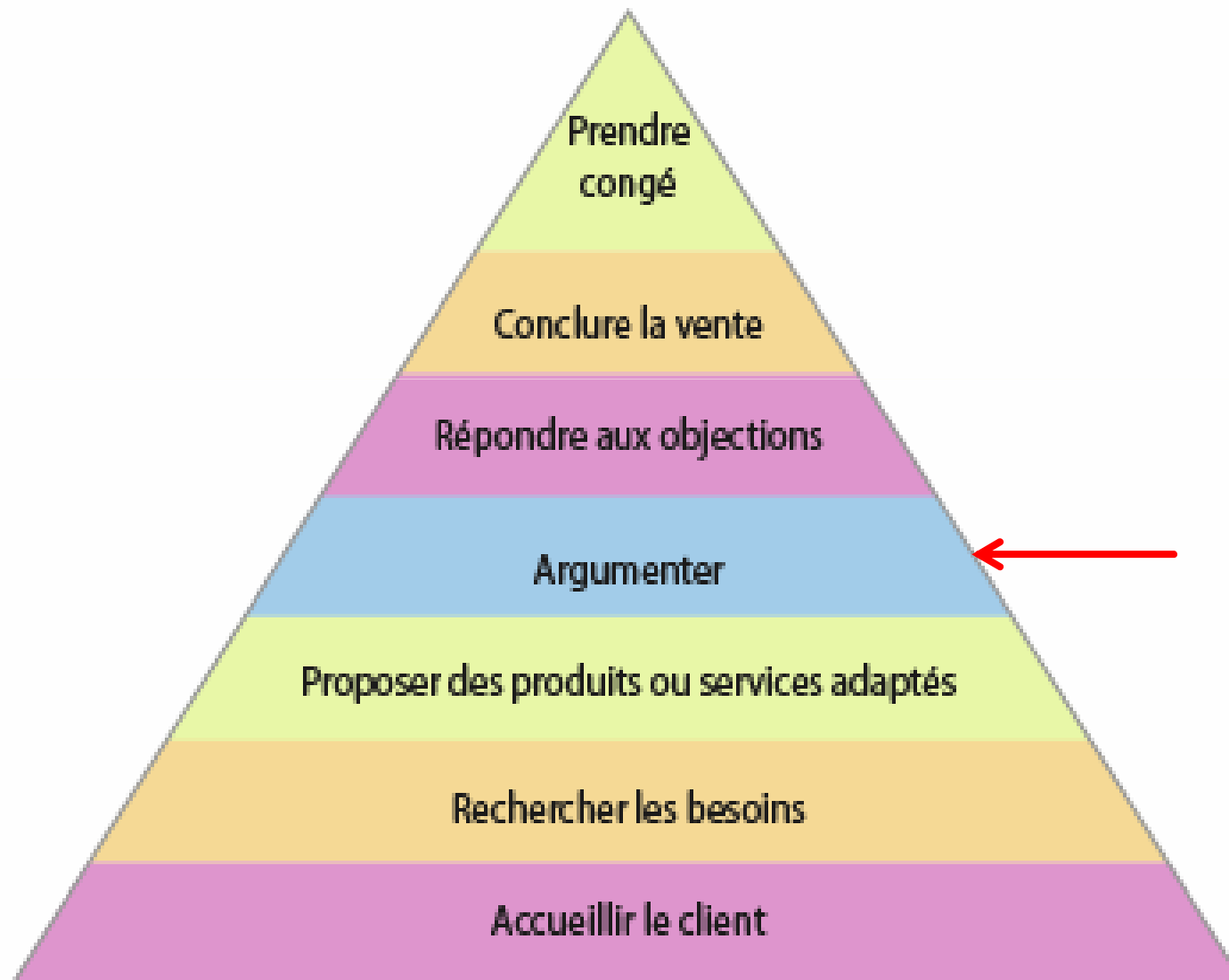
---

- Seulement deux ou trois articles seront sélectionnés afin d'éviter toute confusion chez le client.
  - Selon le niveau de prix ou de qualité.
- Les articles sélectionnés et présentés doivent correspondre aux besoins du client en fonction de l'offre.



# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



## 4/ L'argumentation :

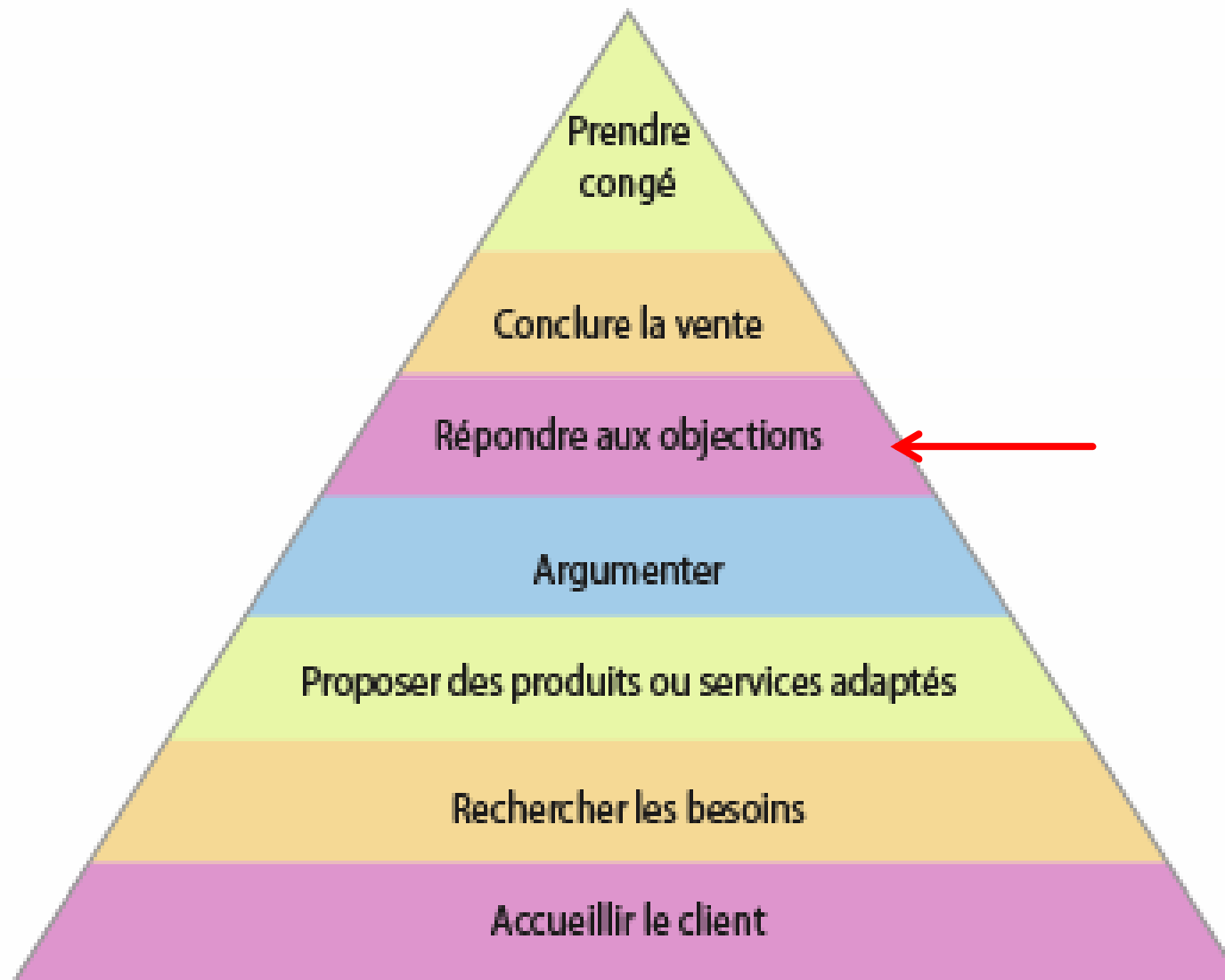
---

---

- Il s'agit ici pour le vendeur de faire correspondre le produit, le service ou l'idée que l'on propose aux besoins et aux motivations du client.
- Le bon argument est personnalisé ;
- L'argumentation découle de l'utilisation de la fiche produit qui permettra de connaître :
  - Les caractéristiques techniques et commerciales du produit ;
  - Les avantages qui en résultent pour le client ;
  - Les preuves que l'on est en mesure de lui fournir pour appuyer le discours .
    - ❖ C'est la méthode C. A. P.

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



## 5/ la réponse aux objections :

---

---

L'objection peut-être ressentie comme une attaque personnelle par le vendeur. Aussi, lui appartient-il de repérer le type d'objection auquel il doit faire face et d'utiliser les techniques de réponses appropriées ;

➤ L'objection est-elle sincère ? Fondée ? ou prétexte ?

### ▪ « C'est trop cher »

➤ Trop cher, mais à quel point de vue ? trop cher par rapport au budget ? à la prestation ? au concurrent ? Il n'y a plus ensuite qu'à adapter sa réponse. « Par exemple, au regard d'une durée de vie de cinq ans, le coût annuel de cet appareil devient dérisoire. » Autrement dit, une prestation ou un produit apparemment cher ne l'est peut-être plus si l'on considère sa durée d'utilisation.

### ▪ « Je vais réfléchir »

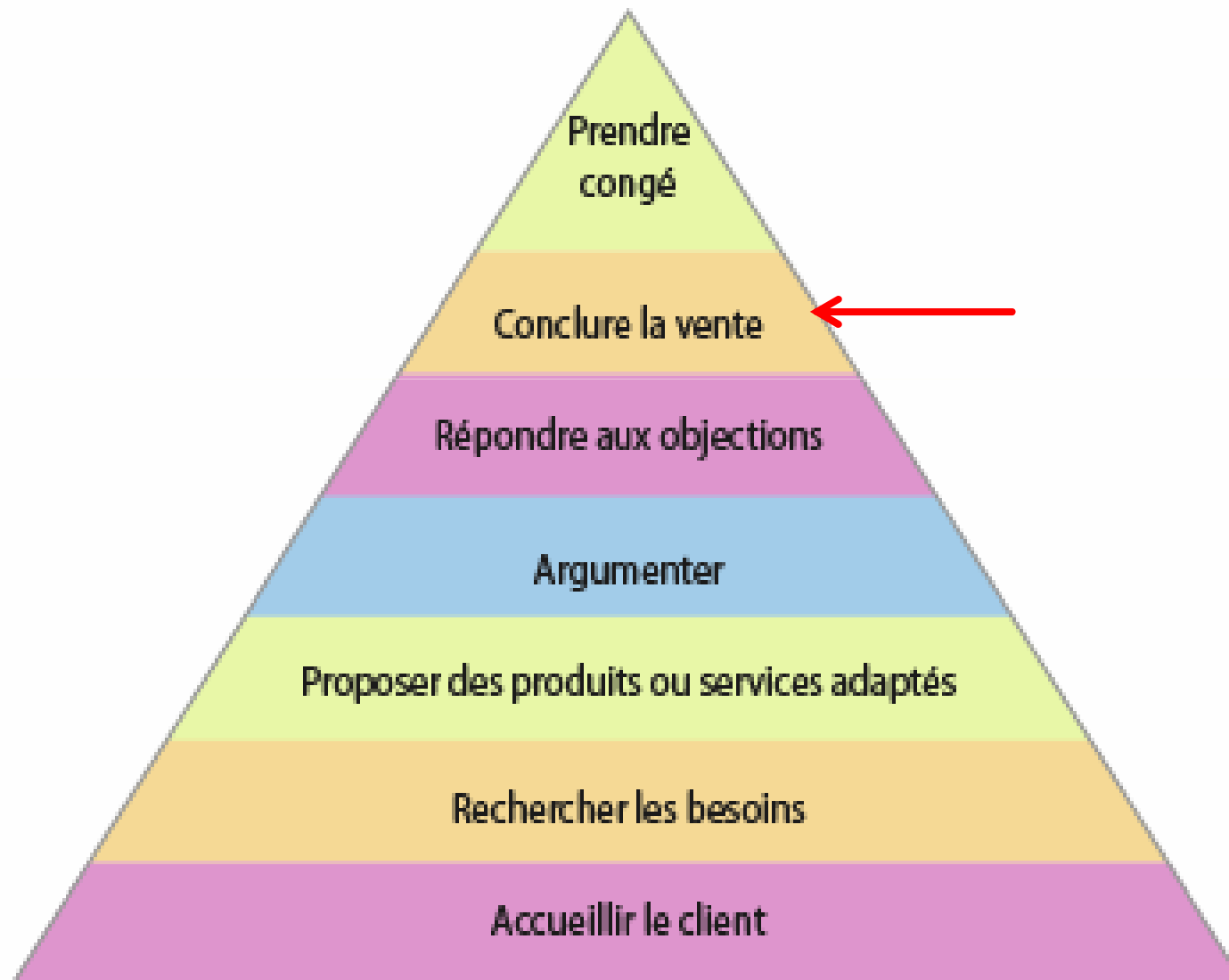
➤ Si le prospect fait cette réponse, c'est qu'il n'est pas convaincu. « Qu'est-ce qui vous fait hésiter ? »

### ▪ « Il faut que j'en parle à mon épouse »

➤ Soit le prospect fait semblant de ne pas être le décideur, soit il n'est effectivement pas le bon interlocuteur. Dans un cas comme dans l'autre, la réponse suivante relancera l'échange : « Je vous propose de convenir d'un nouveau rendez-vous en compagnie de votre conjoint. »

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



## 6/ La conclusion de la vente :

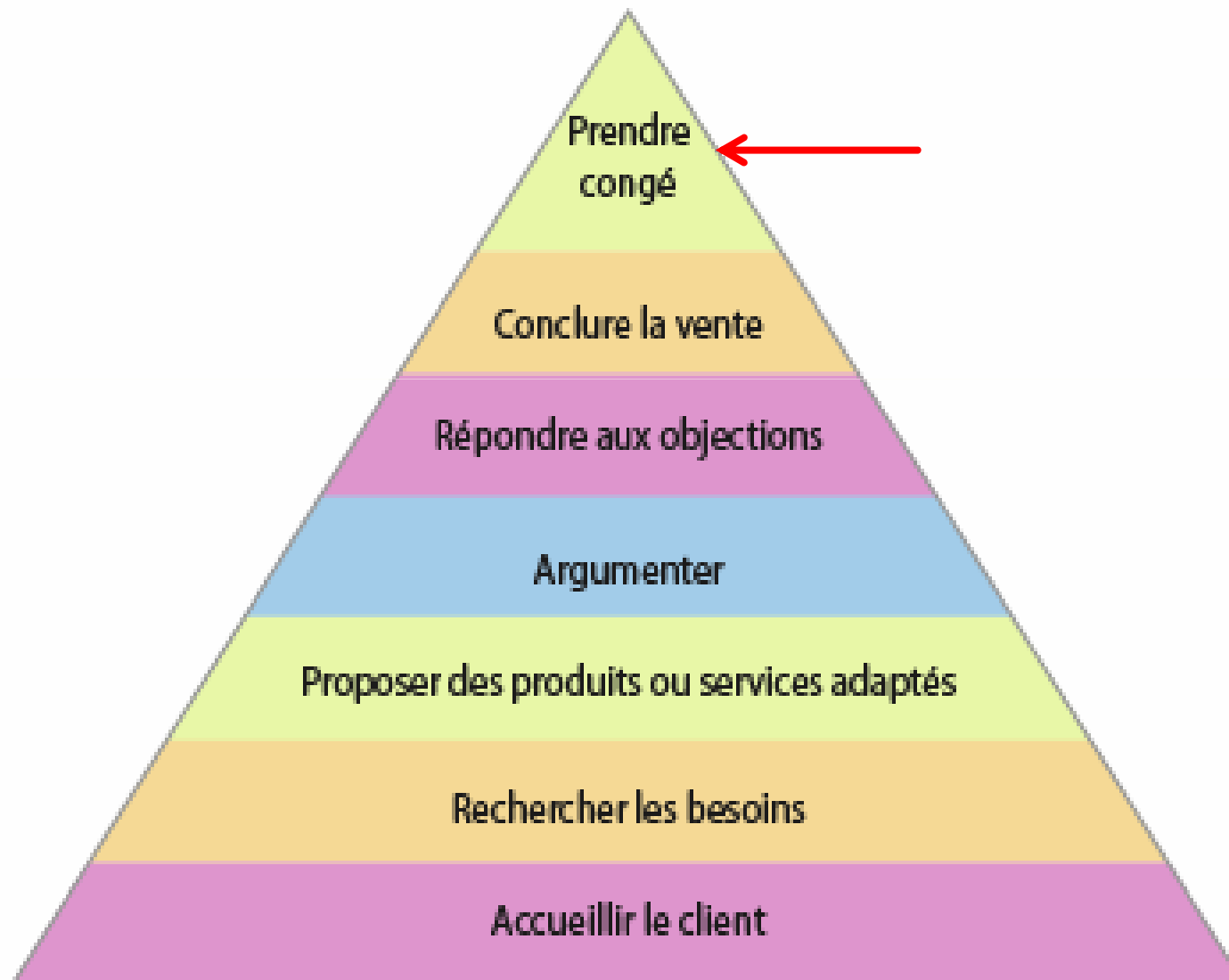
---

---

- C'est le moment où le vendeur parvient au terme de son action, après avoir franchi avec succès les étapes de la prise de contact, de la détection des attentes du client, de la présentation des arguments, des preuves et des réponses aux objections.
- Pour conclure, il est nécessaire que le client ait le désir de posséder le produit, qu'il ait confiance dans le produit et dans le vendeur, qu'il ait le pouvoir de décision ;
  - Il faut donc observer les signaux qui indiquent que le client semble prêt à acheter:
    - Le client pose une question qui démontre clairement son intérêt ;
    - Le client fait un sourire ou l'expression de sa figure démontre un intérêt ;
    - Le ton de la voix change ;
    - Le client regarde attentivement l'emballage du produit ou le prend dans ses mains ;
    - Le client semble calculer, hésite ou garde le silence ;
    - Le client semble plus excité, la décision d'acheter devient émotive, etc.
- Vous êtes maintenant prêt à conclure...
  - Qu'en pensez-vous ?
  - On y va pour le rouge ou le jaune ?
  - Vous en voulez combien ?

# La pyramide des 7 étapes de l'entretien de vente

---



## 7/ La prise de congé :

---

---

- Elle doit laisser une bonne impression, de façon que d'autres entretiens de vente puissent encore se réaliser. Un client n'est jamais totalement gagné ni totalement perdu. Il faut donc rassurer le client en lui affirmant qu'il ne regrettera pas sa décision, le féliciter d'avoir acheté, le remercier, lui assurer le suivi de la vente, le saluer.
- Cette dernière étape englobe le passage en caisse et la manière de prendre congés de son client.
- Attention : les remerciements se font même si le client n'achète pas.
- Vous avez accueilli le client comme un ami, alors, comme avec un ami, accompagnez-le en partant.
  - Qualités à développer :  
Chaleureux, serein, courtois, attentionné, souriant, honnête.
  - A éviter : dédaigneux, sarcastique, désinvolte, indifférent.