




7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation
→ Connaître le cycle de vie du client

1. Acquisition du client

➔

2. Augmentation du CA du client

➔

3. Fidélisation

➔

4. Fréquentation et achat en baisse

➔

5. Rupture de la relation avec le client

→ Objectif = développer le capital client

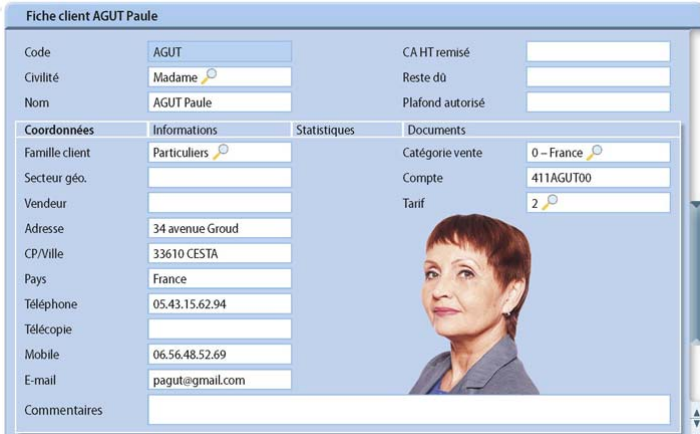



1




7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente
→ La fiche client





2



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC

L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

➔ **La fiche de suivi de contact**

☒ Fiche de suivi

Général	Complémentaire #1	Complémentaire #2	Suivi Complété
Suivi pour le client : Ferme Gendroine			
Type de Contact Le client nous a visité			Date de la fiche : 2009/07/07
Intervenants Pour nous : Bédard Julie			Précision : Parler au client de sa facturation
Pour le client : André Paul			
Suivi à Faire ☒ Oui ☐ Non Par : Marie Plourde			
Type de Suivi à Faire Téléphoner au client			
Date de Suivi Entre le : 2009/07/13 Entre :			
Et le : 2009/07/15 Et :			
Coordonnées :			
Cette fiche est : ☒ Publique ☐ Administrative ☐ Privée			
Enregistrer			Quitter

3



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

➔ **Les fiches techniques de produits**



4

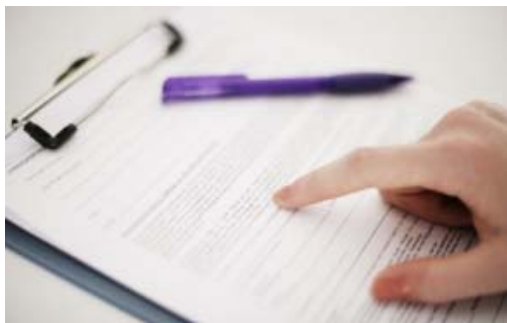


7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

→ Les conditions commerciales

Les conditions commerciales négociées avec les clients portent en général sur une remise en pourcentage ou en valeur, un prix net, un coefficient, une quantité/une valeur minimale ou maximale de commande. La condition peut être définie sur une période donnée (ex. : une année).



5

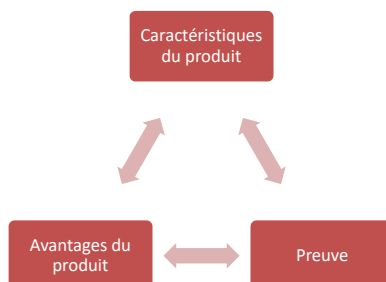


7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

→ L'argumentaire de vente

Ce document récapitule les arguments susceptibles d'être utilisés pour mettre en avant les avantages de l'offre. Pour le concevoir, on utilise la **méthode CAP** : Caractéristiques du produit, Avantages du produit, Preuve.



6



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

→ L'argumentaire de vente : le CAP

1. Les caractéristiques du produit

Il s'agit de recenser, dans un premier temps, les caractéristiques du bien ou du service concerné par l'offre. Pour cela, il faut observer celui-ci en détail, lister ses caractéristiques principales, rechercher les différences entre les caractéristiques des différents produits proposés par l'unité commerciale :

- **caractéristiques techniques** : mode de fabrication, composition, fonctionnement... ;
- **caractéristiques commerciales** : tarifs, offres promotionnelles, modes de livraison et de règlement, garanties, SAV... ;
- **caractéristiques liées à l'entreprise** : sérieux, notoriété, localisation géographique, taille...



7



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

→ L'argumentaire de vente

2. Les avantages du produit

Il faut ensuite lister les avantages et bénéfices que le produit va apporter à l'acheteur afin de pouvoir développer ceux qui correspondront à ses attentes. Il s'agit d'associer des avantages aux caractéristiques du produit. Pour cela, les documentations techniques ou commerciales des produits vendus peuvent être utiles.

3. La preuve

Enfin, il faut apporter la preuve de ce que l'on avance pour donner confiance au client (par exemple, faire une démonstration, montrer des supports visuels, proposer un essai, faire manipuler le produit par le client).



8




7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente
→ L'argumentaire de vente

Une caractéristique

Énoncer une caractéristique technique ou commerciale.
Exemple : « Ce modèle fait 400 chevaux. »



Un avantage

Citer un avantage lié à la caractéristique.
Exemple : « Vous pourrez dépasser rapidement les véhicules qui vous précèdent. »

Une preuve

Elle valide et authentifie les dires.
Exemple : une démonstration sur la route.



9




7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente
→ La vente par téléphone

En émission d'appel

1. La recherche des personnes à contacter
Il faut tout d'abord définir l'objectif de l'opération. Ensuite, il convient d'établir un listing et de sélectionner les clients selon des critères bien précis (*ex. : les femmes de 30 à 45 ans*).

2. L'argumentaire
Pour mener à bien l'entretien, il est nécessaire d'utiliser une méthode, comme **CROC** :

- **Contact** : l'objectif est de s'assurer que l'interlocuteur est le bon ;
- **Raison** : il s'agit de définir les raisons de l'appel ;
- **Objectif** : quel est l'objectif : obtenir un rendez-vous ou réaliser une vente ;
- **Conclusion** : la vente doit être conclue.





10




7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente
→ La vente par téléphone

En émission d'appel

2. L'argumentaire : CROC

C Salutations. Présentation. Identification de l'interlocuteur.	
R Raisons de l'appel : phrase d'accroche.	
O Objectifs du vendeur. Utilisation de l'alternative = éviter le refus. Reformulation de la réponse, confirmation.	
C Conclusion de la vente. Remercier, saluer, raccrocher après l'interlocuteur.	






7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

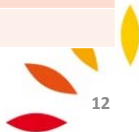
I. Préparation : les outils d'aide à la vente
→ La vente par téléphone

En émission d'appel

3. Le traitement des barrages et des objections

Objections	
Il n'est pas là.	
Il est en réunion.	
C'est à quel sujet ?	
Ca ne m'intéresse pas.	
Mon mari est absent.	
De quoi s'agit-il ?	





12



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

I. Préparation : les outils d'aide à la vente

→ La vente par téléphone

En réception d'appel

3. Le traitement des barrages et des objections

CERC

- **C** = prise de contact
- **E** = phase d'écoute
- **R** = est la réponse à donnera l'interlocuteur
- **C** = conclusion de l'appel



13



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

La prise de contact

→ Gagner la confiance du client

Regarder le client

Lui sourire

Le saluer et se présenter le cas échéant

Le prendre en charge

14



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Rechercher les besoins et le profil du client

→ **Proposer le produit le mieux adapté aux attentes du client**

Découvrir les besoins

Etre à l'écoute du client	
Accuser réception de ses propos	
Questionner	
Reformuler	

15



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC
L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Rechercher les besoins et le profil du client

→ **Proposer le produit le mieux adapté aux attentes du client**

S'adapter à chaque catégorie de clients.

Si le client a tendance à beaucoup parler	
Si le client parle peu.	

16



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Rechercher les besoins et le profil du client

→ Proposer le produit le mieux adapté aux attentes du client

Etablir le profil du client : la méthode SONCAS

Sécurité	• Le client attend des garanties, un produit fiable.
Orgueil	• Il est attentif au prestige lié à son achat.
Nouveauté	• Il recherche un produit à la pointe de la technologie, que peu de personnes possèdent.
Confort	• Il est sensible à l'aspect pratique, à la simplicité d'utilisation.
Argent	• Il souhaite faire une bonne affaire, réaliser des économies.
Sympathie	• Il est sensible à la relation de confiance qu'il a avec le vendeur.



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Proposer des solutions et traiter les objections

1. Présenter au client des produits susceptibles de lui convenir (2 ou 3)
2. L'attitude à adopter en fonction des types d'objection

Type d'objection	Exemple	Attitude du vendeur
Réelle et fondée		
Réelle mais non fondée		
Non sincère		



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Proposer des solutions et traiter les objections

3. La réfutation des objections

Technique	Traitement par le vendeur	Exemple
Le « Oui, mais »		
La reformulation		
L'affaiblissement		
L'anticipation		
L'écran		
Le témoignage		
La silence		

19



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Annoncer le prix et conclure la vente

1. Annoncer le prix

- Le bon moment
- Les techniques d'annonce du prix

L'addition		
La soustraction		
La multiplication		
La division		

20



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Annoncer le prix et conclure la vente

2. Conclure la vente

- Les signaux d'achat : non verbaux et verbaux
- L'attitude à adopter : ne pas oublier de proposer une vente additionnelle qui peut être complémentaire.
- La prise de congé



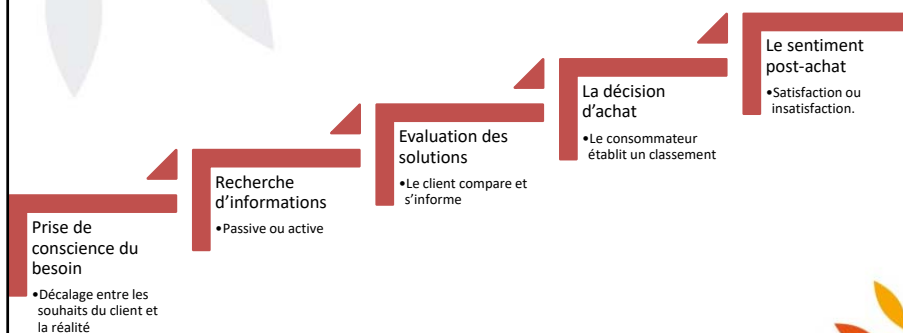
21



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Prendre en compte le processus de décision du client



22



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

La variété des processus d'achat

Selon le degré d'implication du consommateur

- Implication nulle
- Implication quasi inexistante
- Implication élevée

Selon le type d'achat

Type d'achat	Comportement du consommateur
Achat impulsif	
Achat routinier ou réflexe	
Achat complexe	
Achat semi-automatique	
Achat de diversité	

23



7 - BTS MUC1A – ACRC-GRC L'entretien de vente

II. Mener l'entretien de vente

Les rôles dans la situation d'achat

→ Différents acteurs peuvent inciter ou freiner à l'achat.

L'initiateur	
L'influenceur	
Le décideur	
L'acheteur	
L'utilisateur	

24