

SUGGÉRER ET CONCLURE

SUGGÉRER

Lors de la conclusion de l'affaire, le client aime souvent être guidé, conseillé et sécurisé. Au vendeur de comprendre à qui il a à faire et de conduire la vente en conséquence.

CONCLURE

Dès que le client a fait son choix, il faut conclure en lui faisant signer la commande ou le devis. Trouvez pour cela le moment opportun où le client est conquis techniquement et psychologiquement.

Enfin, pensez à le rassurer une fois la vente conclue en lui prouvant qu'il a fait le bon choix et en le félicitant de sa décision.

Vos antennes CMA

Koné

BP 641 - 98860
Tél. 47 30 14
kone@cma.nc

Poindimié

BP 155 - 98822
Tél. 42 74 82
poindimie@cma.nc

Koumac

Tél. 47 68 56
koumac@cma.nc

La Foa

BP 56 - 98880
Tél. 46 52 86
lafoa@cma.nc

Panda

BP 4709 - 98839
Tél. 24 32 62
panda@cma.nc

Case de l'entreprise à Lifou

BP 545 - 98820 We
Tél. 45 19 90
accueil@case.nc



Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NOUVELLE-CALÉDONIE

10 Avenue James Cook - BP 4186
98846 Nouméa Cedex
Tél. 28 23 37

cma@cma.nc - www.cma.nc



DÉVELOPPER



MIEUX VENDRE

L'aspect commercial de votre métier d'artisan est essentiel pour bien développer votre activité.

Comment attirer les clients, argumenter sur ses produits ou services ?

Que signifie écouter un client ?

Comment négocier et conclure une vente ?



Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

NOUVELLE-CALÉDONIE

ATTIRER ET ÉCOUTER LE CLIENT

ATTIRER LE CLIENT

La première démarche pour mieux vendre est de se faire connaître de vos futurs clients.

- Démarquez-vous de la concurrence en vous créant une identité propre
- Soyez cohérent en affichant la même identité visuelle : même nom, même logo, même message partout
- Soyez simple et direct : ne cherchez pas à tout dire de votre activité, identifiez le meilleur de votre entreprise
- Adressez-vous aux bonnes personnes : quelle est votre clientèle cible, qui sont ceux qui ont besoin de vos produits, de vos services ?

Dans l'instauration d'une relation commerciale, le premier contact avec votre potentiel client est essentiel. Votre objectif est d'être à la fois bien perçu et écouté. Votre comportement doit donc être adapté au client qui aura tendance à vous juger sur les apparences.

- Soyez simple, calme, clair et précis
- Sachez persuader le client que ce que vous proposez lui rendra un grand service.

ÉCOUTER LE CLIENT

Le contact est établi avec votre client ?

Pour être entendu, écoutez-le !

Questionnez-le, comprenez-le et cernez bien son besoin.

Écouter, c'est :

- Concentrer votre attention sur le sujet traité et sur votre client pendant l'entretien
- Observer les gestes et mimiques de votre client pour comprendre son état d'esprit
- Intervenir au bon moment..

Ayant écouté votre client et compris son message, vous pourrez ensuite le convaincre et dire :

**« Voilà ce qui vous intéresse,
voilà ce qui vous manque,
voilà ce que je vous propose ».**

Ceci dans un langage techniquement rigoureux, calme et chaleureux.

CONVAINCRE LE CLIENT

Un client convaincu est celui qui s'est senti écouté, compris et à qui vous prouvez que vous allez répondre à son besoin.

POUR PARVENIR À LE CONVAINCRE IL FAUT :

Inspirer confiance :

être avenant, ouvert, optimiste, crédible.

Être sûr de gagner :

personne n'achète à celui qui montre son découragement, son indifférence ou sa peur de l'échec.

Connaître à fond le produit que vous proposez, ainsi que la concurrence.

Démontrer sa qualification professionnelle, tout en évitant un discours trop technique.

Prouver que ce sont vos propositions qui répondent le mieux au désir de votre client.

L'essentiel est de vendre au client un service ou un produit dans lequel vous croyez..



ARGUMENTER

Argumentez, communiquez, dialoguez. Et surtout, considérez l'échange avec le client comme un temps productif. Voici quelques suggestions pratiques :

UNE IMAGE VAUT 1000 MOTS

Utilisez des images (catalogues, prospectus) ou développez une argumentation imagée. La force suggestive des images convainc mieux et évite des efforts inutiles de compréhension.

UNE DÉMONSTRATION VAUT DIX AFFIRMATIONS

Les gens croient ce qu'ils voient : palper un article, c'est connaître le premier désir de possession.

SACHEZ DIRE «NON»

Convaincre un client ne veut pas dire tout accepter de lui. Vous refusez de négocier votre prix ? Expliquez pourquoi ! Vous devez connaître parfaitement la composition de votre prix et savoir le défendre. Rester ferme sur cette question, c'est aussi prouver que le devis a été élaboré avec méthode et que votre travail vaut le prix auquel vous l'avez évalué. Dire « non », mais en argumentant ou en donnant une solution de rechange peut aussi être rassurant pour le client.

REMETTEZ DES DOCUMENTS IMPRIMÉS

Ils ont de la valeur aux yeux de beaucoup, mais mesurez bien ce que vous y inscrivez, cela vous engage.

FAITES PARTICIPER LE CLIENT À VOTRE DÉMONSTRATION

Faites-lui préciser sa pensée, ses besoins. Faites-le parler tout en le mettant à la place d'honneur. Rendez hommage à sa compétence, au bien-fondé de sa recherche d'achat ou de service (pas d'excès de flatterie). Bannissez les trop nombreux « je » ou « moi » dans la conversion.

Le client doit rester persuadé que la décision d'achat vient de lui seul.