



Argumentaire lors de la vente.

1. Définition.

Lors d'une vente de l'un de vos produits, il est nécessaire d'utiliser un argumentaire structuré présentant les différentes caractéristiques du produit ou du service. Ces arguments sont utilisés pour mettre en avant les avantages du produit mais aussi des preuves. L'argumentaire est une des étapes de la vente ou de l'achat. Argumenter, c'est convaincre en montrant le produit à travers ses avantages, mais également de parvenir à un accord avec l'acheteur.

2. Elaboration de l'argumentaire.

Pour élaborer l'argumentaire de vente, on utilise généralement la méthode CAP c'est-à-dire caractéristiques, avantages et preuves. Les caractéristiques peuvent être techniques, commerciales ou psychologiques. Dans un argumentaire, les caractéristiques doivent se traduire en avantages dans la mesure où le vendeur apporte des preuves pour convaincre le client. Le bon argumentaire est un argumentaire adapté à votre client, qui permet donc de répondre à ses attentes et ses motivations d'achats. Pour se faire nous pouvons appliquer un argumentaire SONCAS (chaque lettre traduisant une motivation : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent et sympathie.). Cette méthode consiste à adapter ses arguments en fonction du profil SONCAS de la personne en face de vous. (Par exemple si la motivation dominante du client est la sécurité, il faut chercher à le rassurer)

Caractéristique	Avantage	Preuves
Orgueil : un véhicule élégant au design incomparable.	Une voiture révolutionnaire qui se démarque des concurrents, elle est unique dans sa catégorie à proposer un poste de conduite de ce type.	Chiffre : plusieurs millions de cette voiture déjà vendues dans le monde.