



Comment donner envie aux clients d'acheter pour réussir ses ventes ?

■ par
■ Frédéric Chartier

LE LIVRE SUR LA VENTE

« *Comment donner envie aux clients d'acheter pour réussir vos ventes ?* »

Ce livre est dédié à tous les Vendeurs, Agents commerciaux, Représentants, Technico-commerciaux, Chefs des ventes, Directeurs des ventes, Directeurs commerciaux, ..., Chefs d'entreprise, ..., A tous ceux qui aiment, de près ou de loin, les fabuleux métiers de la Vente !

Frédéric Chartier

Pour télécharger GRATUITEMENT le Livre sur la Vente :

<http://boutique.frederic-chartier.com>

Ce livre consultable GRATUITEMENT sur votre écran n'est **pas imprimable** pour des raisons de copyright... Comme dans une librairie, vous avez peut-être besoin de feuilleter un livre avant de l'acheter pour être sûr qu'il correspond bien à ce que vous recherchez.

Pour commander [le livre sur la Vente dans sa version papier](#)

©SFAP Edition, Décembre 2003, N° ISBN 2-9521199-0-2, 3^{ème} édition revue et corrigée en 2010

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (Art L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. • Seules sont autorisées (Art L 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

INTRODUCTION

Ce dossier (livre) comprend un ensemble d'informations résumant mes propos tenus lors de mes stages de formation sur la Vente. Ces informations sont issues d'une observation minutieuse, sur le terrain, des comportements spécifiques de bons vendeurs. Un bon vendeur étant, à mes yeux, une personne qui a d'excellents résultats, sans se fatiguer et qui construit son portefeuille client en laissant derrière elle une image positive. Nous savons tous, en effet, qu'un vendeur peut être bon un jour et mauvais le lendemain. N'ayant pas le recul nécessaire par rapport à son propre comportement dans ces moments-là, il est dans l'incapacité de définir lequel de ses comportements a pu l'amener à une réussite. Or, j'ai constaté que chacun de ces bons vendeurs ont en commun une connaissance parfaite de leurs produits et surtout, un comportement naturel, transparent, honnête, franc et direct qui séduit et donne envie aux clients potentiels d'acheter. Ainsi, cette observation a mis en exergue une série de manières d'être (environ une dizaine de constantes comportementales : de véritables outils d'expression et d'écoute), et c'est cette série-là que je vous propose de faire revivre aux participants, lors de mes séminaires, dans le concret de leurs différentes situations professionnelles.

Ces constantes permettent à ceux qui les achètent, d'augmenter leur pouvoir d'influence en sachant donner envie et mettre en confiance plutôt que manipuler et tenter de convaincre, d'être plus rapides, plus efficaces, plus aptes à négocier, plus forts et plus motivés :

► **Plus rapide :**

Savoir aller droit au but tout en étant bien perçu, oser être clair !

Savoir dès le début de l'entretien, dans les 5 premières minutes, ce que nous pouvons gagner et obtenir du client, et de quelle manière nous devons nous y prendre...!

► **Plus efficace :**

Dès lors que nous connaissons, avec certitude, les résultats possibles, nous sommes patron de l'entretien, c'est à nous de décider si nous restons ... ou pas! Nous gérons ainsi notre temps (nombre de visite, durée), notre moral (être dans la réussite), notre énergie (pas de stress, pas de gâchette), notre image (nous laissons une image de vendeur sérieux).

► **Plus apte à négocier :**

Savoir dire NON sans perdre le client ...!

Savoir dire OUI sans perdre de l'argent...!

Plus nous faisons travailler notre client, plus il transpire à grosses gouttes..., plus il aura envie de payer le prix que nous avons décidé.

► **Plus fort :**

Etre plus à l'aise, avoir plus d'assurance, un sentiment de sécurité, de confort et de liberté, ... en osant tout dire et en sachant ce que pense véritablement le client.

► **Plus motivé :**

Avoir plus de plaisir à vendre, avoir envie de recommencer. Remplacer la peur d'échouer par l'envie de réussir.

Pour dégager ces constantes, je mets en place des sketches à partir de cas concrets (établis au préalable), amenant les participants à intégrer mes outils. Ces sketches sont magnétoscopés afin d'offrir au participant le recul nécessaire sur lui-même. Chaque outil lui permet ensuite d'améliorer son écoute et sa manière de s'exprimer ; la puissance de ces outils de comportement réside bien évidemment dans leurs mises en pratique.

Il ne s'agit ici ni d'une méthode de vente, ni d'un discours structuré intellectuellement ou bien construit selon une approche psychologique des individus dont nous avons maintenant l'habitude et dont quelques unes peuvent être performantes. Je n'apporte pas un nouveau bagage culturel à nos participants, je développe leur capacité à utiliser leur propre potentiel. N'ayant rien inventé, je ne suis que le révélateur des

bons comportements que les Hommes ont en eux, mais qu'ils n'utilisent qu'au gré de leurs humeurs ou qu'ils ont tout simplement oubliés.

En effet, l'originalité de ce concept réside dans sa capacité à permettre à nos participants de retrouver des attitudes naturelles qu'ils ont pour la plupart perdues, l'éducation, la vie professionnelle et les contraintes qu'ils se sont imposées, les ayant occultées.

Je développe, en eux, l'art et la manière d'utiliser leur propre potentiel, grâce à mes outils, d'une manière constante et naturelle, dans leur spécialité.

Ce concept est intégré de façon systématique dans tous mes séminaires de formation.

Les idées énoncées dans ce livre relèvent toujours du bon sens. Mais leur application réelle exige pourtant de réfléchir, de relire certains chapitres et de s'entraîner pour réussir ses ventes.

Mon objectif, en écrivant ce guide sur la vente, est de vous donner envie de participer à l'une de mes prochaines formations ou de vous laisser une trace, un support écrit du moment passé ensemble...

Qu'en pensez-vous ?

Pour donner votre avis sur ce livre :

avislecteur@frederic-chartier.com

Frédéric Chartier

Pour télécharger GRATUITEMENT le Livre sur la Vente :

<http://boutique.frederic-chartier.com>

SOMMAIRE

INTRODUCTION..... 5

1/ SE PREPARER..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

A - MATERIELLEMENT..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

La planification des tournées..... Erreur ! Signet non défini.

Classification des clients..... Erreur ! Signet non défini.

Fréquence des visites..... Erreur ! Signet non défini.

Sectorisation..... Erreur ! Signet non défini.

Suivi Clientèle..... Erreur ! Signet non défini.

La préparation des visites..... Erreur ! Signet non défini.

Trois étapes..... Erreur ! Signet non défini.

Les outils du commercial..... Erreur ! Signet non défini.

L'intendance..... Erreur ! Signet non défini.

Les outils professionnels..... Erreur ! Signet non défini.

Et enfin, la voiture..... Erreur ! Signet non défini.

B - PHYSIQUEMENT..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Ai-je l'attitude physique du gagnant ?..... Erreur ! Signet non défini.

Le choix des vêtements, des couleurs et des accessoires . Erreur ! Signet non défini.

C – PSYCHOLOGIQUEMENT..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Ai-je une attitude positive ?..... Erreur ! Signet non défini.

Je suis prêt à sourire..... Erreur ! Signet non défini.

L'importance du regard..... Erreur ! Signet non défini.

La poignée de main..... Erreur ! Signet non défini.

Une image superbe de préparation mentale..... Erreur ! Signet non défini.

L'auto-ancrage en PNL..... Erreur ! Signet non défini.

Un exemple de mode d'emploi en 7 points :..... Erreur ! Signet non défini.

2/ LA PRISE DE CONTACT..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

A - LA PRESENTATION DU REPRESENTANT..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

B - LES INTRODUCTIONS INTERDITES..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Le temps..... Erreur ! Signet non défini.

Le « comment allez-vous ? »..... Erreur ! Signet non défini.

Le foot, le rugby,..... Erreur ! Signet non défini.

La flatterie..... Erreur ! Signet non défini.

Le « Je passais par là... »..... Erreur ! Signet non défini.

Le « J'étais chez untel... »..... Erreur ! Signet non défini.

Le « J'avais un trou entre deux clients... »..... Erreur ! Signet non défini.
Le « Comment vont les affaires ? »..... Erreur ! Signet non défini.
Le « Pas encore en vacances ! »..... Erreur ! Signet non défini.
Le « Quoi de neuf ? »..... Erreur ! Signet non défini.
Le « Avez-vous bien reçu votre dernière commande ? ». Erreur ! Signet non défini.

La présentation de la société Erreur ! Signet non défini.
Pourquoi toutes ces ouvertures hors sujet ? Erreur ! Signet non défini.

C - NOTRE RAISON NATURELLE : L'ORDRE LOGIQUE DU VENDEUR

..... **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

Comment personnaliser son introduction ? Erreur ! Signet non défini.
Quelques exemples de raison naturelle Erreur ! Signet non défini.
Les réponses possibles du client..... Erreur ! Signet non défini.
La règle de base en communication Erreur ! Signet non défini.
Comment exploiter les réponses du client ? Erreur ! Signet non défini.

E - LE BUTIN..... **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

La question à poser : Erreur ! Signet non défini.

Les réponses possibles :..... Erreur ! Signet non défini.

Un accord sans condition Erreur ! Signet non défini.

Un accord avec condition..... Erreur ! Signet non défini.

Une réponse insuffisante Erreur ! Signet non défini.

Qualifier notre interlocuteur..... Erreur ! Signet non défini.

Etre sûr d'avoir tous les éléments pour réussir sa vente. Erreur ! Signet non défini.

3/ DECOUVRIR SES BESOINS..... **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

A - EXEMPLES **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

Le premier point du cahier des charges est « de bons prix ».. Erreur ! Signet non défini.

*Le premier point du cahier des charges est « la qualité de vos produits »
..... Erreur ! Signet non défini.*

De façon plus générale..... Erreur ! Signet non défini.

B - LA FORCE DES QUESTIONS **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

Savoir utiliser les bonnes questions Erreur ! Signet non défini.

Redevenir un enfant Erreur ! Signet non défini.

C - L'ECOUTE ACTIVE **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

La soirée amicale Erreur ! Signet non défini.

La gamberge Erreur ! Signet non défini.

La prise de notes Erreur ! Signet non défini.

Pourquoi prendre des notes ? Erreur ! Signet non défini.

La bonne technique pour prendre des notes Erreur ! Signet non défini.

4/ PROPOSER..... **ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.**

A - UNE OU DES SOLUTIONS PERSONNALISEESERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

L'importance de la proposition Erreur ! Signet non défini.

Quel est le budget du client ? Erreur ! Signet non défini.

La présentation du prix Erreur ! Signet non défini.

Il existe cinq faits cruels dans le marché actuel... Erreur ! Signet non défini.

B - SAVOIR NEGOCIERERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Les 6 explications de notre complexe du prix..... Erreur ! Signet non défini.

Savoir dire « NON » sans perdre le client ...!..... Erreur ! Signet non défini.

Savoir dire « OUI » sans perdre de l'argent...! Erreur ! Signet non défini.

Cela me donne envie de vous raconter une anecdote..... Erreur ! Signet non défini.

Quel doit être le montant d'une remise ? Erreur ! Signet non défini.

5/ ARGUMENTERERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

A - LES NOTIONS DE CARACTERISTIQUE ET D'AVANTAGEERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

La notion de caractéristique..... Erreur ! Signet non défini.

La notion d'avantage..... Erreur ! Signet non défini.

B - L' ARGUMENT DOIT ETRE ADAPTEERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

L'arbre à cames en tête Erreur ! Signet non défini.

C - LA FORCE DE CONVICTON.....ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

D - LES REGLES DE L' ARGUMENTATION ...ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

6/ CONCLURE.....ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

A- QUAND ET COMMENT ?.....ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Quand conclure ? Erreur ! Signet non défini.

« La Drague » de Guy Bedos et Sophie Daumier. Erreur ! Signet non défini.

Comment conclure ? Erreur ! Signet non défini.

Les 3 mots magiques pour conclure Erreur ! Signet non défini.

Aux 3 mots magiques, 3 réponses possibles Erreur ! Signet non défini.

B - SAVOIR PARTIRERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Qui doit prendre l'initiative de partir ? Erreur ! Signet non défini.

Quand prendre cette initiative ?..... Erreur ! Signet non défini.

Comment procéder ? Erreur ! Signet non défini.

Pourquoi réussir sa sortie ? Erreur ! Signet non défini.

C - PRENDRE DES REFERENCES ACTIVES ..ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

Qu'est-ce qu'une référence active ?..... Erreur ! Signet non défini.

Pourquoi les gens aiment donner des adresses ? .Erreur ! Signet non défini.

Quelles sont les raisons qui doivent motiver notre envie de créer des références actives ?..... Erreur ! Signet non défini.

Quelles sont les difficultés ?..... Erreur ! Signet non défini.

Comment y parvenir ? Erreur ! Signet non défini.

Quelques exemples de formulation..... Erreur ! Signet non défini.
Le voyage de Monsieur Périchon..... Erreur ! Signet non défini.
D - L'ANALYSE DE LA VISITE ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
L'exemple de l'enfant..... Erreur ! Signet non défini.
L'exemple de la séparation conjugale Erreur ! Signet non défini.
Le pessimisme Erreur ! Signet non défini.
L'absence de questions dans les moments de réussite Erreur ! Signet non défini.
Le mauvais réflexe du « POURQUOI » lorsque cela ne va pas Erreur ! Signet non défini.
La question « Columbo » Erreur ! Signet non défini.
En résumé :..... Erreur ! Signet non défini.
E - RENDRE SERVICE ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
Quelques exemples vécus qui ont porté leurs fruits Erreur ! Signet non défini.

MEMO ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

QUELQUES LIENS..... 14

Pour en savoir plus sur... 14
Pour recommander ce livre à un ami 14
Pour donner votre avis sur ce livre 14
Pour s'inscrire au stage inter entreprise « Comment doper votre efficacité commerciale ? »..... 14
Pour trouver des infos pratiques et gratuites sur les techniques de vente et de prospection commerciale (livres sur la vente, aides à la vente, conseils commerciaux, astuces vendeurs, fiches pratiques commerciales, humour sur les métiers de la vente, tests commerciaux, offres d'emplois, ...) 14
Pour acquérir ce livre dans sa VERSION PAPIER..... 14

Pour télécharger GRATUITEMENT le Livre sur la Vente :

<http://boutique.frederic-chartier.com>

QUELQUES LIENS

Pour en savoir plus sur...

Frédéric Chartier, son concept, ses programmes de formation, ses clients

www.frederic-chartier.com

Pour recommander ce livre à un ami

www.frederic-chartier.com

Pour donner votre avis sur ce livre

avislecteur@frederic-chartier.com

Pour s'inscrire au stage inter entreprise « Comment doper votre efficacité commerciale ? »

<http://www.frederic-chartier.com/formation.htm>

Pour trouver des infos pratiques et gratuites sur les techniques de vente et de prospection commerciale (livres sur la vente, aides à la vente, conseils commerciaux, astuces vendeurs, fiches pratiques commerciales, humour sur les métiers de la vente, tests commerciaux, offres d'emplois, ...)

<http://www.frederic-chartier.com/ressources-en-ligne/index.php?2005/10/22/15-techniques-de-vente-et-de-prospection-commerciale>

Pour acquérir ce livre dans sa VERSION PAPIER

<http://boutique.frederic-chartier.com>

Pour télécharger GRATUITEMENT le Livre sur la Vente :

<http://boutique.frederic-chartier.com>

Du même auteur :



LE LIVRE SUR LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

« Comment réussir par téléphone nos prises de rendez-vous ? »

Pourquoi de nombreux commerciaux qui ont tant besoin de rendez-vous délaissent ou sous-traitent leurs prospections téléphoniques ? Pourquoi la plupart des téléprospecteurs récitent des scripts téléphoniques dits « en entonnoir » et en oublient leur véritable objectif d'appel ? Pourquoi vouloir franchir le « barrage secrétaire » par la force ou chercher à le contourner par la ruse ?

Le marketing téléphonique, et plus précisément les méthodes et techniques de téléprospection, doivent s'enrichir en incitant les télévendeurs à adopter des attitudes et un comportement plus motivés, plus directs, plus naturels et plus spontanés.

Vous trouverez dans ce livre les clefs pour prospecter par téléphone avec succès, obtenir de nombreux rendez-vous et renforcer votre envie de gagner de nouveaux clients, grâce à une méthodologie pertinente et efficace. Par ce guide d'autoformation vivant et non professoral sur la prospection par téléphone, vous allez acquérir les bons réflexes et automatismes, et surtout une aisance naturelle pour obtenir des rendez-vous qualifiés. Au travers de nombreux exemples et situations réelles, l'auteur vous livre avec pragmatisme des solutions concrètes et détaillées sous la forme de phrases, répliques et expressions pratiques pour réussir vos prises de rendez-vous par téléphone. Occasionnel débutant ou professionnel expérimenté en téléprospection, ce manuel sur la prospection téléphonique a été conçu et doit être utilisé comme un mode d'emploi, véritable sésame, pour multiplier vos rendez-vous auprès des professionnels et des particuliers.

A commander exclusivement sur www.frederic-chartier.com

Du même auteur :



LE LIVRE SUR L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

« Comment mieux accueillir nos clients au téléphone ? »

Ce livre s'adresse à tous ceux qui répondent au téléphone de façon occasionnelle ou répétitive, de la standardiste aux dirigeants en passant par les secrétariats et tout le personnel de l'entreprise. De la TPE (Très Petite Entreprise) à la multinationale, nous sommes aujourd'hui tous concernés pour améliorer la qualité de notre accueil téléphonique. Nous ne pouvons plus nous permettre de perdre en moyenne 23% de nos appels entrants pour des temps d'attente trop longs, de mauvais aiguillages, des postes occupés ou un standard saturé.

Ce guide se présente comme un outil très pratique pour mieux maîtriser notre vocabulaire d'accueil, les bonnes expressions et formulations spécifiques à utiliser au téléphone. De nombreux conseils et astuces pour perfectionner notre voix au téléphone : intonation, rythme et débit, nous sont donnés. Etape par étape, Frédéric Chartier, nous entraîne à mieux écouter et à poser les bonnes questions à partir d'exemples précis et nous donne les techniques pour réussir notre accueil téléphonique. Au travers de tests et de nombreuses mises en situation, nous apprenons à préparer la réception optimale de tous nos appels, à décrocher au bon moment, à nous présenter, à identifier et comprendre tous nos interlocuteurs, à transférer un appel avec professionnalisme, à prendre un message clair et concis, à gérer efficacement des appels difficiles, et à conclure positivement. Double appel, interception d'appels, poste occupé, message de pré-décroché ou d'attente, ..., chaque cas particulier est traité pour nous permettre d'acquérir les bons réflexes au téléphone. Tout un chapitre est consacré au répondeur téléphonique, son utilisation, la structure d'une annonce d'accueil, les différents messages vocaux et la gestion des messages. Nous y trouverons également un mode d'emploi pour rédiger et pérenniser notre charte d'accueil téléphonique. Véritable guide pratique d'autoformation, ce mode d'emploi pour bien répondre au téléphone est, également, une ressource pour les animateurs de formation professionnelle continue, les professeurs d'écoles de commerce (HEC, ESSEC, Sup de Co, ...) et leurs étudiants, futurs chefs d'entreprise.

A commander exclusivement sur www.frederic-chartier.com