

Thématique : COMMERCE / VENTE

Auteur : Joëlle Vivier-Merle

PRÉSENTER DES PRODUITS /ARGUMENTER/CONVAINCRE

Public : Vendeur en magasin- Commercial pour les particuliers –Conseiller vendeur

Niveau CECR : A2/B1

Durée : 2-3 heures.

1. PRÉSENTATION DES PRODUITS/ARGUMENTATION

1. Situation de vente

a) Les phases de la vente (révision)

- **Voici une liste des différentes phases de la vente. Par 2, remettez cette liste dans le bon ordre puis associez les différents extraits de la vidéo à chaque phase :**

PHASES DE VENTE	EXTRAITS
n° ____ : Conclusion de la vente (obtenir l'accord du client) ●	<ul style="list-style-type: none"> ● Voilà madame, au revoir et n'hésitez pas à me faire part de vos remarques
n° ____ : Vente additionnelle ●	<ul style="list-style-type: none"> ● je vous propose de prendre une purée d'amande
n° ____ : Accueil du client ●	<ul style="list-style-type: none"> ● Qu'avez-vous l'habitude prendre le matin ?
n° ____ : Présentation du produit ●	<ul style="list-style-type: none"> ● Beaucoup moins qu'avec une confiture en tout cas
n° ____ : Encaissement et prise de congé ●	<ul style="list-style-type: none"> ● le miel est très énergétique
n° ____ : Recherche des besoins du client ●	<ul style="list-style-type: none"> ● vous me mettez un pain demi-complet, c'est ce que vous m'avez dit tout à l'heure ?
n° ____ : Réponses aux éventuelles objections ●	<ul style="list-style-type: none"> ● Vous recherchez donc un petit déjeuner suffisamment copieux pour avoir de l'énergie toute la journée mais équilibré c'est ça ? ● nous avons du miel de châtaignier, du miel de forêt, du miel de montagne ● Alors voilà ça vous fera 21,50 s'il vous plaît ● Qu'est-ce que je peux faire pour vous ? ● elle contient 56% de fruits, elle est sans colorants, sans conservateurs

- **Vérifiez votre proposition en visionnant la vidéo et faites des corrections si nécessaire**

- Observez si toutes les phases de vente sont représentées dans cette situation.

b) La présentation des produits par le vendeur :

Dans le tableau ci-dessous, cochez *VRAI* ou *FAUX* pour chacune des affirmations suivantes, et complétez la colonne "Extraits" en notant l'extrait de la vidéo qui valide votre réponse :

AFFIRMATIONS	VRAI /FAUX	EXTRAITS
Exemple : Le vendeur suggère à la cliente de prendre du pain.	<input checked="" type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	<i>Je vous propose peut être de prendre une purée d'amande à mettre sur du pain demi-complet</i>
Le vendeur recommande une confiture de fraises.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	
Le vendeur propose de consulter la composition des produits pour les comparer.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	
Le vendeur suggère de manger du miel sur du pain complet.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	
Le vendeur déconseille le miel d'acacias.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	
Le vendeur conseille des thés verts ou blancs car ils sont très forts.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	
Le vendeur propose d'ouvrir un paquet de thé pour la cliente.	<input type="checkbox"/> VRAI <input type="checkbox"/> FAUX	

2. La présentation des produits : caractéristiques et avantages.

Comme vu dans la première partie, la présentation du/des produits est la phase 2 de la vente, elle dépend des besoins exprimés par le client dans la phase 1.

En effet, les produits conseillés par le vendeur, ses caractéristiques ainsi que les avantages pour le client seront soigneusement choisis en fonction des demandes initiales.

En général, cette phase comporte plusieurs parties : La méthode **C.A.P.**

Caractéristique du produit → **A**vantage pour le client → **P**reuve.

 **Exemples de la vidéo : reprenez vos extraits notés dans l'activité précédente pour remplir le tableau ci-dessous**

Présentation produit	Preuve



Structures utiles pour introduire une preuve...

Tenez, comparez...

Vous pouvez toucher / goûter / voir / constater / entendre...

Voyez par exemple cette.../ce.../celle-ci.../celui-là...

Regardez cette brochure/cette vidéo de démonstration...

Je vais vous faire goûter / essayer / tester



b) Observez ci-dessous des structures de phrases fréquemment utilisées pour présenter d'une part une caractéristique et d'autre part un avantage pour le client.

Caractéristiques d'un produit/ d'un service	Avantages pour le client	
C'est une carte rechargeable/ qui peut être rechargée.	Vous pouvez recharger cette carte .	C'est une carte que vous pouvez recharger.
Ce sont des chaussures confortables/ qui ne font pas mal aux pieds.	Vous pourrez danser avec ces chaussures sans problème.	Ce sont des chaussures avec lesquelles vous pourrez danser sans problème.

 Entraînez-vous maintenant en complétant le tableau suivant, sur le même modèle:

C'est un canapé convertible / qui se transforme en lit.	Vous _____.	C'est un canapé dans lequel vous pouvez dormir.
Ce sont des jumelles _____/	Vous pourrez voir très loin grâce à ces jumelles.	Ce sont des jumelles _____.
C'est un ordinateur léger/ qui peut être transporté.	Vous pouvez voyager avec cet ordinateur.	C'est un ordinateur _____
C'est un four programmable/ qui peut être programmé.	Vous _____	C'est un four _____
C'est un aspirateur _____/	Vous _____	C'est un aspirateur grâce auquel vous pourrez gagner du temps.
C'est un téléphone indispensable/ qui est très utile.	Vous ne pourrez bientôt plus vous passer de ce téléphone.	C'est un téléphone _____
C'est une société _____/	Vous pouvez vous fier à cette société.	C'est une société _____



CARACTÉRISTIQUES/AVANTAGES : Les verbes à retenir :

POUVOIR faire qqch	PERMETTRE À qq'un DE faire qqch
vous pouvez + verbe à l'infinif	il/elle permet + nom...
vous pourrez + verbe à l'infinif	il/elle permet de + verbe à l'infinif
	il/elle vous/lui permettra de +verbe à l'infinif



3. Présenter une entreprise et ses produits

Entraînez-vous à l'utilisation des pronoms relatifs.

Faites une petite présentation de la société Senior Bains et des points forts mis en avant sur la page d'accueil de son site internet (document page suivante).

Il s'agit donc de faire une description de caractéristiques mais aussi des avantages retirés par le client.

Pour cela, vous devez utiliser les débuts de phrases proposés. Vous pouvez faire plusieurs propositions quand c'est possible.

Exemple : Senior Bains est une entreprise qui... fabrique des douches sécurisées et baignoires seniors.



LE PLAISIR DU BAIN EN TOUTE SÉCURITÉ
Douches et Baignoires à porte sur mesure – Seniors et PMR

N° Vert 0 800 836 028
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE



DOUCHE SENIOR ▾
BAIGNOIRE À PORTE ▾
INSTALLATION ▾
GUIDE ▾
CRÉDIT D'IMPÔT
TÉMOIGNAGES
FAQ
CONTACT

Remplacez facilement votre baignoire par une douche senior ou une baignoire à porte

Senior Bains fabrique votre douche sécurisée sur mesure et l'installe en 24h, partout en France!



PROMOTION : La Bainéo à 1€ ! jusqu'au 15/05/2015

BAIGNOIRE À PORTE VALLON
Exclusivité senior bains : une large porte à ouverture extérieure

DOUCHE CONFORT SB
La douche facile s'installe en 1 journée !

DOUCHE ACCESS SB
Le choix de la sécurité s'installe en 1 journée !

DOUCHE HADAPT SB
Idéalement conçue en remplacement d'une douche existante.



Installation rapide
24H CHRONO



Bénéficiez d'un
CRÉDIT D'IMPÔT 25%



Fabriqué en France
GARANTIE DÉCENNALE



Présence Commerciale
SAV PARTOUT EN FRANCE

Toutes nos douches sécurisées ainsi que nos baignoires seniors sont de fabrication française et réalisées **sur mesure**. Les installations sont effectuées par des professionnels expérimentés, et en une seule journée votre salle de bain sera transformée !

Pas de carrelage ni de faïence à prévoir !

Pour l'aménagement de votre **salle de bain senior**, Senior Bains met à votre disposition une gamme complète de **douches accessibles de plain-pied**, toutes équipées d'éléments de sûreté et de confort :

- Seuil extra-plat
- Barres main courante / Barres de maintien
- Siège de douche au choix
- Large choix de receveurs et de pare douche








Faites-vous rappeler gratuitement

Nom : Code postal : Téléphone :

Demandez votre **devis gratuit personnalisé**
RÉPONSE EXPRESS 24H!

M. Mme.

- 1) Le crédit d'impôt **dont...**
- 2) Ce sont des installations **qui...**
- 3) C'est une société **dont...**
- 4) Ce sont des douches **qui...**
- 5) C'est une entreprise **que...**
- 6) Le SAV est un service **auquel...**
- 7) Ce sont des douches **pour lesquelles...**
- 8) Ce sont des installations **grâce auxquelles...**



4. EN SITUATION

Entraînez-vous par petits groupes à la préparation de l'argumentaire d'un produit.

Vous travaillez dans un grand magasin de bricolage, au rayon jardinerie.

Votre responsable vous donne la fiche d'un nouveau produit : **la tondeuse robot.**

Votre tâche est de préparer un argumentaire :

- **présentez les caractéristiques techniques et commerciales du produit**
- **transformez celles-ci en avantages pour le client.**
- **Imaginez des preuves possibles à apporter à vos arguments.**

Commencez vos phrases par : « C'est une tondeuse... »

Exemple : « C'est une tondeuse qui a beaucoup de succès »

TONDEUSE ROBOT AMW 350	2099€
Caractéristiques techniques	Arguments commerciaux
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pour des surfaces jusqu'à 2000m² ✓ Capteurs d'inclinaison+ Capteurs obstacles à ultrasons (totalement autonome) ✓ Alarme antivol ✓ Aucune émission polluante ✓ Consommation électrique minimale (coût électrique annuel à peu près équivalent à celui d'un réfrigérateur) ✓ Niveau sonore mesuré: 56 dB (très silencieux) ✓ Réglage facile et simple de la hauteur de coupe ✓ Résiste à tous les climats ✓ Gère les terrains déformés ✓ Vitesse d'avancement : 42cm/s ✓ Système de rechargement automatique (aucune surveillance nécessaire) ✓ Système de programmation (liberté) ✓ Dim. du produit, Lxlxh 71x56x31 cm ✓ Poids 6.7 kg (légère) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La plus vendue cette année ✓ Promotion : 15% remise jusqu'au 30 mai ✓ Règlement en 3x sans frais possible

2. CONVAINCRE/RÉPONDRE AUX OBJECTIONS



1. Les mobiles d'achat : le S.O.N.C.A.S

Quand on argumente, on fait souvent face à des objections, il ne faut surtout pas les ignorer. En effet, celles-ci sont intéressantes car elles peuvent renseigner le vendeur sur les mobiles d'achats de chaque client. Cela permet de mieux choisir le type d'arguments que l'on va formuler pour le convaincre. On classifie ces mobiles notamment avec la méthode dite « **SONCAS** » :

Par petits groupes, selon l'exemple, donnez les aspects les plus importants pour chaque mobile d'achat :

MOBILE	Le client recherche :
Sécurité	des produits de qualité, garanties, SAV, robustesse, réputation de la marque, etc.
Orgueil	
Nouveauté	
Confort	
Argent	
Sympathie	

Notons qu'on peut aussi rajouter un « E » à la fin (SONCASE) pour « **Environnement** » pour tout ce qui concerne les aspects écologiques.



2. Situation de vente

a) Écoutez le dialogue et complétez le tableau suivant :

PRODUIT(S) RECHERCHÉ (S) par le client	
Dans QUEL BUT ?	
Budget Maximum	
Types de Produits proposés par le vendeur	
PRODUIT(S) ACHETÉ (S) par le client (type, couleur, prix)	

b) Concernant la première montre proposée par le vendeur, cochez ci-dessous :

- **toutes ses caractéristiques :**

Elle est :

en promotion

assez large

garantie à vie

Elle

se situe dans le budget du client

a peu de fonctions sportives

existe en différentes couleurs

vient de sortir

- **tous les types d'objections formulées par le client à son sujet :**

Elle est

triste

trop grosse

un peu trop chère

Elle n'est pas

assez récente

intéressante

jolie



Conseils Pratiques / Recommandations :

Lorsqu'un client émet une objection :

- Ne pas l'interrompre.
- L'écouter avec intérêt pour répondre à son inquiétude.
- Ne pas hésiter à lui faire préciser sa question si celle-ci est ambiguë.
- Ne pas le contredire, mais lui répondre en argumentant.
- Maintenir un climat de confiance en évitant les termes négatifs.

3. L'expression de l'opposition et de la concession.

Comme indiqué dans le tableau précédent, il n'est pas bon de contredire directement lorsqu'on argumente, il vaut mieux d'abord aller dans le sens de son interlocuteur pour ensuite apporter son argument.

- a) À l'aide de la transcription du dialogue que vous venez d'entendre, complétez le tableau suivant en y inscrivant tous les exemples (répliques du vendeur et du client) sur le même modèle que ceux donnés ci-dessous :

ACCORD	OPPOSITION /CONCESSION	SONCAS
ça peut sembler hors de prix	mais en réalité c'est très raisonnable	Argent
Vous avez raison	néanmoins c'est la dernière nouveauté	Nouveauté

- b) Entraînez-vous par 2 en imaginant sur le même modèle, les moitiés de phrases manquantes :

1. Cet aspirateur peut effectivement paraître un peu lourd, ...
2. Il est vrai que ce téléphone peut sembler un peu cher, ...
3. Oui c'est vrai que cette voiture hybride est un peu au-dessus de votre budget, ...
4. Vous avez raison, cette machine à laver est assez petite, ...
5. Oui, la garantie de cet appareil photo n'est que de 12 mois, ...



4. EN SITUATION

Vous travaillez dans une des agences de location de gyropodes Segway (voir la photo sur le document ci-après), un moyen de locomotion original, utilisé notamment dans le secteur du tourisme.

1- Voici quelques objections possibles de clients. Avec votre voisin et grâce aux informations disponibles dans le document , imaginez les réponses/arguments possibles : choisissez ceux qui sont le mieux adaptés en fonction de la motivation/crainte exprimée.

2- Sur le même modèle, imaginez à 2 d'autres objections/questions auxquelles un vendeur pourrait s'attendre, ainsi que les réponses possibles.

Réutilisez les expressions de l'opposition et de la concession et notez vos propositions.

1. Je ne suis pas très rassuré, ça a l'air un peu dangereux.

Je comprends votre inquiétude, néanmoins...

2. C'est lent, non?

.....

3. Ça me semble bien compliqué à utiliser.

.....

4. Je ne vois pas bien l'intérêt, autant marcher.

....

5. Un véhicule de plus pour polluer encore plus non merci!

....

6.

....

7.

DÉCOUVREZ UNE ACTIVITÉ GREEN ET MODERNE POUR DES ÉMOTIONS INCOMPARABLES !

> CIRCUITS TOURISTIQUES

Le moyen idéal pour voir plus en moins de temps

Dans chaque ville, Mobilboard vous propose de découvrir le patrimoine culturel vu sous un angle différent. Au cœur des centres historiques, là où d'autres moyens de locomotion sont impossibles, vous glissez et cette sensation multiplie le plaisir de découverte... Vous en voyez tellement plus !

Votre accompagnateur est là pour vous dévoiler les trésors cachés des plus belles villes sur des thématiques aussi variées que l'art, les traditions, la gastronomie, l'écologie... etc Vivez une expérience ludique et culturelle qui fera de votre sortie un moment de liberté inoubliable.

[TROUVER UNE AGENCE](#)

> URBAN TOURS

La ville devient un véritable terrain de jeu

À la portée de tous, la conduite intuitive du gyropode Segway vous permet de ressentir un plaisir unique. En quelques minutes seulement, vous découvrez des sensations « entre le ski et le tapis volant » !

Moments de fun et de détente, nos itinéraires sélectionnés permettent de vivre cette expérience à pleine puissance et en toute sécurité.

En famille, entre collègues, en couple ou entre amis, une balade en gyropode Segway est un moyen de se retrouver pour partager des moments riches en émotions.

[TROUVER UNE AGENCE](#)

> RANDOS NATURE / AVENTURE

Profitez de la nature autrement

Initiation, balade détente, parcours commenté ou rando-aventure, laissez-vous transporter ! Profitez de la nature autrement, observez la faune et la flore et respirez l'air pur. Le tout sans aucune nuisance sonore et dans un total respect de l'environnement avec zéro émission de CO₂ : tel est le programme d'une randonnée à gyropode Segway.

Peu importe la nature du terrain, sable, neige, pierres, devers : rien n'arrête votre Segway x2 !

Les activités nature s'envisagent en conformité avec les dispositions du Code de l'environnement.



L'EXPIÉRIENCE MOBILBOARD
EN VIDÉO !

CHARTRE DE QUALITÉ MOBILBOARD

- Gyropodes et accessoires homogènes dernière génération
- Encadrement de toutes les balades et circuits réalisés
- Itinéraires sécurisés et conçus pour tous
- Formation par des accompagnateurs selon le protocole Segway
- Casques de protection à disposition
- Langues étrangères sur demande

Tâche finale

Entraînez-vous à présenter vos produits et à convaincre vos clients !

Vous allez simuler par un jeu de rôle en partie préparé en groupes, une situation d'argumentation.

La situation : magasin articles de sport / vélos.

Les produits vendus : vélos.

- ➔ **En fonction des profils de clients suivants, vous préparez par groupes, un argumentaire pour chaque produit décrit sur la fiche que vous a remis votre employeur, avec :**
 - caractéristiques du produit
 - avantages pour le client
 - anticiper des objections/craintes possibles et imaginer leurs réponses possibles.

- ➔ **Vous jouez le rôle du vendeur :**
 - Démarrez le dialogue par la reformulation, le résumé des besoins de votre client.
 - Présentez-lui le produit adapté en choisissant les caractéristiques les plus pertinentes.
 - Pensez aux preuves/démonstrations possibles
 - Répondez à ses objections en argumentant.

- ➔ **Vous jouez aussi le rôle d'un client face à une personne qui n'est pas dans votre groupe de préparation des argumentaires du vendeur. Vous jouez en fonction de votre fiche client et des objections qui y figurent.**

- ➔ **Quand vous ne jouez pas, vous faites partie des groupes d'observateurs, c'est-à-dire que vous devez observer attentivement le jeu du vendeur et cocher sur la fiche de validation, tous les critères remplis avec succès.**

FICHES TECHNIQUES VÉLOS

 <p style="text-align: center;">VTT</p>	 <p style="text-align: center;">VÉLO ENFANT 14 POUCES</p>	 <p style="text-align: center;">VÉLO VILLE</p>
299€95	84€95	169€95
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Meilleure vente cette année ➔ Cadre aluminium : plus de légèreté ➔ Poids : 14,07 kg ➔ Freins à disque puissants dans toutes les conditions météo. ➔ Vitesses à manette. ➔ Garantie à vie ➔ Idéal pour la pratique de la randonnée sportive. ➔ Pas de suspension arrière ➔ Selle ergonomique ➔ Fourche réglable en dureté très facilement en fonction du poids de l'utilisateur. ➔ Livraison à domicile gratuite, monté, prêt à rouler. ➔ Accessoires : porte-bagage arrière. 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Pour les enfants de 3-5 ans (90 à 105cm). ➔ Solidité : cadre acier. Jantes en aluminium. ➔ Cadre abaissé facilitant l'enjambement. ➔ Freins adaptés aux mains des enfants. ➔ Stabilisateurs démontables à la main. ➔ Sonnette, éclairage et design enfant sur carter : existe en bleu, rose ou orange. ➔ Casque recommandé mais non fourni. ➔ Garantie 5 ans. ➔ Poids : 8,59 Kg 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Premier prix /entrée de gamme ➔ pour les déplacements occasionnels sur courtes distances ➔ Poids : 14,6 kg ➔ Accessoires / Equipements : Gardeboue, carter de chaîne partiel, béquille. ➔ cadre abaissé pour faciliter l'enjambement réglage en hauteur de 1m55 à 1m85. ➔ 6 vitesses avec poignée tournante. ➔ Eclairage avant et arrière roues et pédales ➔ Règlement possible en 3x ou 4x sans frais ➔ Modèle fin de série -10%

PROFILS CLIENTS

CLIENT 3
Profil : Homme âge moyen, accompagné d'un enfant 3 ans
Besoins :
Vélo pour apprendre à un enfant. Doit être solide. Doit pouvoir durer.
Budget : 50€ max

CLIENT B
Profil : Etudiante
Besoins :
Vélo pour faire ses trajets école-maison et pour sortir ou faire des courses.
Veut le moins cher.

CLIENT C
Profil : Homme – 40-50 ans
Besoins :
Vélo de loisirs pour faire des balades dans la campagne avec ses enfants et pour aller en ville.
Pas trop lourd, pratique
Budget max 250 €

FICHE DE VALIDATION

Nom du vendeur : _____

-a présenté le produit :

de manière adéquate vis à vis des besoins et des motivations du client.

de manière correcte grammaticalement.

-a répondu aux objections du client :

avec la bonne attitude.

avec l'utilisation des structures adéquates.

a eu une argumentation convaincante.