

communicateurs EFFICACES

5 moyens pour répondre à l'objection : "C'EST TROP CHER"

1. Fractionnez votre prix

Un vendeur de pelleteuses : "Ce modèle ne vous coûtera que 32 centimes par mètre cube de terre enlevée".

Le vendeur de la présente newsletter : "Moins d'un euro par idée".

Un représentant de photocopieuses : "Chaque copie vous coûtera moins de 5 centimes..."

2. Jouez sur les conditions de paiement

Paiement en 3 fois, crédit sur X mois, essai initial gratuit, location qui peut se transformer en location-vente...

3. Prouvez que cela coûte plus cher de ne pas acheter

Montrez les économies possibles et le fait que le prix est inférieur aux économies réalisées.

4. Comparez avec un produit plus cher

"Si vous deviez réunir vous-même toute cette information, cela vous coûterait des millions..."

"Un séminaire sur le même sujet coûte plus de 1.500 euros"...

5. Relativisez le prix

"60 euros, c'est le prix d'un plein d'essence, et regardez tout ce que vous aurez pour cela :..."

"Avec ce crédit, cela vous coûtera 2 euros par jour, moins cher qu'un paquet de cigarettes..."

"Pour le prix d'un timbre par jour, vous aurez..."

Une des conclusions de vente les plus faciles à utiliser

Connaissez-vous la "conclusion de supposition" ? L'idée est de ne pas attendre la commande, mais de **poser une question dont la réponse sous-entend que l'accord est donné.**

En d'autres termes, vous ne demandez pas au prospect s'il achète, mais quel modèle il choisit, comment il veut sa livraison, quels moyens de paiement, etc.

Comme c'est facile à faire, vous avez plus d'assurance, et la vente s'en porte mieux.

Attendez pour conclure un "signal d'achat" tel qu'une question sur le fonctionnement, le prix, etc. Il est préférable d'assortir la conclusion de supposition d'une remarque positive ou d'un compliment et d'ajouter un bénéfice.

Par exemple :

"Oui, on peut en faire un métier, votre remarque est judicieuse, et le revenu moyen d'un copywriter dépasse les 30.000 euros par an".

"Quelle formule de paiement préférez-vous ?"

"Vous avez raison de poser cette question, Monsieur Duval, la garantie est à la fois une preuve de sérieux et une économie importante. Nos télécopieurs sont garantis 2 ans, pièces et main-d'œuvre. Vous n'aurez donc aucun souci à vous faire, et aucune facture de réparation.

Quelle date de livraison vous convient le mieux ?"

Utilisez chaque prise de parole pour améliorer votre image

Voici 4 conseils pour tirer parti de vos prises de paroles et soigner votre image et, en même temps, celle de votre entreprise.

1. Si vous êtes invité à prendre la parole lors d'une conférence, d'un séminaire, ou invité simplement à la table des orateurs pour répondre à des questions, **assurez-vous que le nom de votre société et le vôtre soient bien en vue.**

Imaginez que vous soyez filmé par une caméra de télévision, que vous soyez photographié. Quelle formidable occasion de perdre pour vos relations publiques si votre nom ne figure nulle part ! En revanche, si votre nom et celui de votre société, ou son logo, figurent en toutes lettres, cela vous offre une bonne occasion de publicité gratuite.

2. Les hôtels ou lieux de réunions cherchent toujours à se faire de la publicité gratuite. **À la place du prospectus de l'hôtel, mettez le vôtre;** à la place de la photo de

l'établissement ou du sigle de la chaîne, mettez une affiche de votre entreprise. Vous êtes là pour faire votre publicité, pas celle d'un autre.

3. Vous organisez un séminaire, une réunion, pendant lesquels les organisateurs remettent aux participants des dossiers avec des feuilles blanches et des stylos. Les hôtels les distribuent souvent généreusement à chaque place. Leur nom est écrit en long et en large. **Remplacez ces dossiers et ces stylos par les vôtres.** C'est le nom de votre organisation qui doit rester gravé dans la mémoire des participants.

4. Agissez toujours avec tact, en respectant les règles de la politesse. **Si vous êtes invité, mettez-vous d'accord avec votre hôte.** Ne le prenez pas au dépourvu, ne le mettez pas devant le fait accompli, cela pourrait alors se retourner contre vous et donner une bien mauvaise image de vous-même et de votre entreprise.

Dans le prochain numéro, vous découvrirez :

- Comment rentrer en meilleure forme de vos voyages d'affaires
- Comment faire face au décalage horaire
- Comment formuler vos réponses positivement