**Exos entretien de vente**

**I • Les phrases d’accroche proposées vous paraissent-elles satisfaisantes ? Proposez une reformulation le cas échéant.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Phrases d’accroche** | **Sont-elles satisfaisantes ?** |
| **Oui** | **Non** |
| 1. « Je peux faire quelque chose pour vous ? » |  |  |
|  |
| 2. « Vous cherchez quoi ? » |  |  |
|  |
| 3. « Puis-je vous aider ? » |  |  |
|  |
| 4. « Si vous avez besoin d’un renseignement, je suis à votre service. » |  |  |
| 5. « Vous cherchez quelque chose en particulier ? » |  |  |
| 6. (*À un client qui demande un renseignement.*) « Un moment, s’il vous plaît ! » |  |  |
|  |
| 7. (*À un client qui touche un produit.*) « Elle est jolie cette robe, elle plaît beaucoup ! » |  |  |

**II** Vous travaillez chez Leroy Merlin. Un couple vous demande des conseils pour refaire les murs de son salon. Il hésite entre peinture, papier peint et un autre revêtement mural.

**• Quelles questions allez-vous poser afin de cerner ses besoins ?**

I

**2. • Identifiez les mobiles d’achat qui correspondent aux expressions suivantes.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **S** | **O** | **N** | **C** | **A** | **S** |
| 1. « J’ai peur de ne pas en être content. » |  |  |  |  |  |  |
| 2. « C’est nouveau ? » |  |  |  |  |  |  |
| 3. « Vous me faites une réduction de combien ? » |  |  |  |  |  |  |
| 4. « Vous ne croyez quand même pas que je vais accepter ça ? » |  |  |  |  |  |  |
| 5. « Ça risque d’être bruyant… » |  |  |  |  |  |  |
| 6. « Je tiens à faire plaisir à mon fils. » |  |  |  |  |  |  |
| 7. « Je ne veux pas me vanter mais… » |  |  |  |  |  |  |
| 8. « Cette voiture est vraiment une affaire. » |  |  |  |  |  |  |
| 9. « Je fais toujours très attention. » |  |  |  |  |  |  |
| 10. « C’est bien pratique en tout cas. » |  |  |  |  |  |  |

**• Repérez le type d’objection dans chacune de ces phrases.**

**1.** « Je reviendrai tout à l’heure. »

**2.** « Je vais réfléchir. »

**3.** « Je dois en parler avec ma femme. »

**4.** « Je n’aime pas cette marque. »

**5.** « Blanc, c’est salissant ! »

**6.** « Pour moi, cette marque vend des produits de mauvaise qualité. »

**7.** « J’ai déjà eu un appareil de cette marque et je n’en ai pas été content. »

**8.** « C’est trop cher pour moi ! »

**9.** « Ce fauteuil est beaucoup plus cher que le modèle précédent ! »

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
|  |

 |

**• Réfutez les objections en utilisant la technique proposée.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Objections** | **Techniques** |
| 1. « Je n’aime pas la couleur de cette voiture. » | « Oui, mais » : Reformulation :  |
| 2. « J’ai peur que l’écran de cette tablette soit fragile. » | Témoignage : Écran :  |
| 3. « Le fonctionnement de ce PC me semble compliqué. » | Affaiblissement : « Oui, mais » :  |

**• Annoncez le prix au client en tenant compte de la technique proposée.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Situations** | **Techniques** |
| Un lot de trois assouplissants est au tarif de 12 € durant toute la durée du tract (10 jours). Prix habituel à l’unité : 6 €. | La soustraction :  |
| L’abonnement au magazine *Télé 7 jours* est à 46 € par an pour 52 semaines. | La division :  |
| En prenant maintenant un abonnement à Canal Satellite, une remise de 10 € par mois est offerte durant un an. | La multiplication :  |

**• Précisez la technique utilisée pour chaque conclusion.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Conclusions** | **Techniques** |
| 1. « Vous prenez la bleue ou la verte ? » |  |
| 2. « Quand voulez-vous être livré ? » |  |
| 3. « J’ai oublié de vous dire que c’est le dernier exemplaire de ce modèle. » |  |

**1. Quelle vente complémentaire proposer avec un ordinateur ? des lunettes ?**

|  |
| --- |
| *Masqué* |
|    |

**2. Quelle vente supplémentaire proposer avec un jean ? un vélo ?**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

 |
|  |

**1. Quelles sont les étapes du processus de décision ?**

|  |
| --- |
| *Masqué* |
|    |

**2. Qui influence Bruno ? Quels facteurs peuvent influencer son achat ?**

|  |
| --- |
|  |



**3. Quelles motivations poussent les parents de Benjamin à lui acheter ce type de chambre ?**

Benjamin Rassau a 7 ans. Il a vu dans des magazines des modèles de chambres d’enfants qui ressemblent à des salles de jeux. Il aimerait que le papier peint de sa chambre soit refait et aussi avoir un lit en hauteur avec un toboggan et une tente sous le lit. Ses parents, Pascale et Bruno, se renseignent pour savoir où trouver une chambre de ce type. Ils trouvent finalement leur bonheur chez Apache à Paris. La commande de la chambre est passée en novembre, la livraison aura lieu en décembre. Benjamin aura sa nouvelle chambre pour son anniversaire. Le mobilier ayant été commandé, il s’agit de changer le papier peint avant la livraison des meubles.

Bruno, 46 ans, chef d’entreprise, est plus préoccupé des problèmes liés à son activité que de l’aménagement intérieur de leur maison. Un week-end où il est inoccupé, il commence à enlever le papier peint. Plusieurs couches sont présentes et il doit se procurer une décolleuse. Il découvre alors que le mur est en mauvais état : des trous apparaissent çà et là, l’isolation du mur extérieur est à refaire. Pour réaliser ces travaux, Bruno a besoin d’une perceuse. Il pourrait la louer, mais il se dit qu’elle pourra servir pour d’autres pièces et que l’achat s’impose.

Première étape : Auchan, magasin habituel des courses du samedi de la famille Rassau. Le magasin propose de nombreuses marques de perceuses et Bruno, qui ne connaît rien en matériel de bricolage, cherche un vendeur. Le nombre important de clients le samedi rend difficile l’accès à un vendeur. Bruno décide de se renseigner sur Internet.

De retour chez lui, il se connecte et cherche « perceuse » sur un moteur de recherche. Après une recherche laborieuse, il découvre plusieurs marques, avec de nombreuses caractéristiques techniques, mais pas de prix. Il décide alors de s’adresser à son frère Olivier, réputé bricoleur. Celui-ci est formel : il faut une perceuse de marque Hilti. Il s’agit d’une marque de grande qualité, utilisée par ailleurs par les professionnels.

Voici Bruno en route vers Castorama. Là, il a la chance de trouver un vendeur disponible. « Une perceuse ? », lui dit le vendeur, « n’hésitez pas, achetez Black & Decker. » Bruno, venu avec l’intention d’acheter Hilti, repart sans achat, mais perturbé. Est-ce si compliqué d’acheter une perceuse ?

Après une discussion en famille, sa femme finit par le convaincre qu’il est difficile d’être à la fois chef d’entreprise et bricoleur ! Pourquoi ne pas faire appel à un artisan ? Trois semaines plus tard, Benjamin emménage dans une jolie chambre aux murs recouverts de lions issus du Livre de la jungle refaite par un entrepreneur individuel et dort dans un lit en mezzanine avec toboggan.

|  |
| --- |
|  |