

Message électronique du professeur de négociation-vente à ses collègues de langue

“Quelques mots suite à mon dernier cours de négo”.

Technique de l'argumentaire

Au cours de ma dernière séance, jeudi, j'ai travaillé sur l'argumentaire à partir du cas Arvel (proposition de voyages en fonction de profils d'acheteurs identifiés).

Après avoir écouté deux simulations, j'ai noté les points suivants

- L'argumentaire se limitait à préciser l'offre et à énumérer toutes les caractéristiques proposées par la brochure.
- Lorsque je demandais de revenir sur un argument précis, c'est-à-dire de préciser la caractéristique, l'avantage et la preuve, la reformulation montrait que l'avantage et la preuve étaient rarement énoncés.
- Lorsque je demandais si le profil avait été considéré dans l'énoncé de l'argument, prise de conscience que cet aspect avait été négligé.
- Enfin, le passage d'un argument à un autre se faisait sans avoir l'acquiescement sur le premier argument.

BILAN : l'argumentation est une phase technique qui nécessite de la préparation ; ce n'est pas la quantité d'arguments qui compte ; un argument doit être “fouillé”, compris par le client, et il est inutile de passer à un autre argument si le premier n'est pas bien perçu.

Nous avons donc retravaillé sur tous ces points

- la présentation précise et adaptée des arguments,
- les enchaînements d'un argument à l'autre,
- la recherche de l'adhésion du client pour le faire parler de manière à éviter que cette phase de l'argumentation ne soit pas un monologue.

Voici la réponse de la collègue d'anglais :

“J'ai tenu compte de ta dernière remarque sur les difficultés des étudiants à comprendre la “logique” CAP, donc j'ai travaillé un exercice pour essayer “d'enfoncer le clou”. Ci-joint mon travail.”