



Les techniques de négociation

publié le 26/01/2019

Descriptif :

Deux infographies pour réviser les notions principales pour l'épreuve de négociation

Les techniques de négociation

[Infographie numéro 1 : Questionnement Argumentation Mobiles Motivation](#)

[Infographie numéro 2 : Réfutation des objections Techniques de présentation du prix Techniques de conclusion](#)

Négociation : Réfutation des objections, Présentation du prix, Techniques de conclusion

Réfutation des objections

Technique utilisée	Principe
Oui mais	Éviter de dire "non" au client permet de rétablir la situation à votre avantage par le "mais" placé dans votre phrase.
Appui	Montrer au client que ce qu'il prend pour un point faible est en fait un avantage.
Ecran	Montrer au client que vous prenez en compte sa remarque et que vous y répondrez plus tard.
Compensation	Apporter des points positifs significatifs suite à un inconvénient détecté par le client.
Boomerang	Relancer l'objection sous forme de question pour en apprendre plus sur les attentes du client.
Témoignage	Prendre pour référence une tierce personne connue du client, ou montrer une situation comparable, preuve à l'appui.
Questionnement	Permettre de faire préciser l'objection de façon à bien la comprendre pour la désamorcer.
Affaiblissement	Atténuer la portée de l'objection.
Reformulation interrogative	Reprendre l'objection sous forme de question façon positive.
Silence	Éviter la confrontation, parfois le client a besoin de s'exprimer et n'attend pas de réponse.

Présentation du prix

Technique	Principe
Addition	Présenter le prix en additionnant l'ensemble des avantages qu'il offre au client.
Division	Ra baisser le prix à l'unité la plus petite possible (par jour, par utilisation, par produit, par contact...).
Soustraction	Dramatiser la situation en montrant au client ce qu'il perd en n'achetant pas le produit mentionné au prix proposé.
Multiplication	Ré-influer l'impact des avantages en les multipliant dans le temps ou par le nombre d'utilisation.
Minimisation	Affaisser le prix en présentant les délais de paiement, en exprimant la différence en pourcentage, en montrant la marge potentielle que le client peut dégager.
Comparaison	Comparer le prix à une dépense de la vie courante.
Relative ou balance	Acquiescer sans contrepartie pour affaiblir le prix : les gains qui découlent de l'investissement, les "plus" par rapport à l'offre concurrente.

Techniques de conclusion

Technique utilisée	Principe
L'invitation directe	Le vendeur fait une proposition de commande précise au client pour l'amener à prendre la décision d'achat.
La peau de Four	Le vendeur se comporte comme si le client avait déjà donné son accord.
L'alternative	Le vendeur donne le choix entre deux propositions.
Le regret	Le vendeur rend la décision urgente en lui montrant qu'il perd un avantage s'il ne se décide pas tout de suite.
Le bilan	Le vendeur pèse le pour et le contre de la proposition et fait pencher la balance du côté des avantages reconnus par le client.
La dernière objection	Le vendeur répond à une objection, montre qu'il pense avoir fait le tour de la question et demande au client s'il a une dernière question. Il y répond et conclut dans la foulée.
La méthode Colombo	Le vendeur a gardé sa dernière argument en réserve pour suspendre la décision lorsqu'il voit que son client hésite encore.

Les techniques de négociation