



## FICHE MÉTHODE

### Annoncer le prix

Annoncer le prix est un moment crucial de la négociation, car ce dernier est souvent déterminant dans l'acte d'achat du client.

#### Quand ?

- Lorsque le client le demande
- Au moment de la conclusion
- Le plus tard possible

#### Comment ?

- Sans hésiter, le prix est une caractéristique du produit
- En argumentant pour le justifier
- Sans lui donner trop d'importance

Techniques de présentation du prix	Principes
<b>Positionnement</b>	Justifier le prix élevé par un positionnement haut de gamme et de bonne qualité.
<b>Addition</b>	Dérouler tous les avantages qui justifient le prix.
<b>Multipliation</b>	Grossir les avantages en les multipliant par la durée d'utilisation.
<b>Soustraction</b>	Montrer au client le(s) avantage(s) perdu(s) s'il n'achète pas.
<b>Division</b>	Fractionner le prix : diviser le prix par la durée d'utilisation.
<b>Vendre la fonction</b>	Vendre la solution et/ou la fonction et non le produit (ex. le lien importe plus que le bien pour l'achat d'un Harley Davidson).
<b>Comparaison</b>	Comparer le produit avec celui de la concurrence en mettant en avance un avantage prix ou qualité.
<b>Sandwich</b>	Citer une caractéristique du produit puis le prix et ensuite un avantage pour le client.
<b>Boule de neige</b>	Annoncer le prix puis réexposer les avantages du moins important au plus important.
<b>Chiffon rouge</b>	Insister sur d'autres éléments que le prix (ex. sécurité, SAV fiable, livraison...).