



FICHE MÉTHODE

Faire un argumentaire de vente

► Préparer son argumentaire

La méthode CAP

1. Faire la liste des caractéristiques du produit.
2. Transformer ces caractéristiques en avantages (quel intérêt pour le client ?).
3. Apporter la preuve de ces avantages.
4. Mettre sous forme de tableau.

Exemple : Peinture d'intérieur (extrait du CAP)

Caractéristiques	Avantages	Preuves
Inodore	Pas de désagrément de type maux de tête	Ouvrir un échantillon pour faire sentir
15 coloris	Large choix	Montrer le nuancier

La méthode CABP ou CABA

Il s'agit de faire la distinction entre avantage et bénéfice. L'avantage est centré sur le produit, le bénéfice met le client en situation.

Exemple : Peinture d'intérieur (extrait du CABP)

Caractéristiques	Avantages	Bénéfices	Preuves
Inodore	Pas de désagrément de type maux de tête	Vous ne serez pas incommodé par l'odeur	Ouvrir un échantillon pour faire sentir
15 coloris	Large choix	Vous trouverez la couleur qui vous plaira	Montrer le nuancier

► Personnaliser l'argumentation

Les méthodes CAP SONCASE et CABP SONCASE

1. Faire un CAP ou un CABP.
2. Associer à chaque avantage, la typologie SONCASE correspondante.

Exemple : Peinture d'intérieur (extrait du CAP SONCASE).

Soncase	Caractéristiques	Avantages	Preuves
Confort	Inodore	Pas de désagrément de type maux de tête	Ouvrir un échantillon pour faire sentir
Sympathie	15 coloris	Large choix	Montrer le nuancier

(Extrait du CABP SONCASE)

Soncase	Caractéristiques	Avantages	Bénéfices	Preuves
Confort	Inodore	Pas de désagrément de type maux de tête	Vous ne serez pas incommodé par l'odeur	Ouvrir un échantillon pour faire sentir
Sympathie	15 coloris	Large choix	Vous trouverez la couleur qui vous plaira	Montrer le nuancier