



FICHE SAVOIR COMMUNICATION/NÉGOCIATION

Le traitement des objections

► Préparer et anticiper les objections

Un client qui ne fait pas d'objection ou ne pose pas de questions est désimpliqué ou n'a pas envie d'acheter. Au moins 90 % des objections sont prévisibles ; d'où l'importance de la préparation de l'entretien.

Le vendeur doit bien connaître son offre, son marché, ainsi que la concurrence pour pouvoir préparer et lister toutes les objections et réponses possibles. Une connaissance du profil SONCAS du client aide également à préparer des réponses aux objections des clients.

► Distinguer les objections

Type d'objection	Définition	Stratégie possible
Obj. non sincère et fondée : obj. prétexte	Le client oppose une objection fausse pour se débarrasser du vendeur.	Des questions de contrôle afin de vérifier la sincérité du client et si non sincère alors ignorer l'objection afin d'éviter le piège ; si elle revient, la minimiser.
Obj. sincère non fondée : obj. non justifiée	Le client est de bonne foi, mais l'objection ne se justifie pas.	Situation facile pour le vendeur qui doit juste fournir des éclaircissements supplémentaires.
Objection sincère fondée : obj. justifiée	Le client est de bonne foi et a identifié un point faible du produit ou du service.	L'objection est admise mais éventuellement atténuée.
Objection test	Objection utilisée pour tester les connaissances techniques du vendeur.	Bien connaître son produit, son marché et ses concurrents.
Objection cachée	Objection non verbale : des gestes, signes et attitudes face à l'argumentation du vendeur.	Tenter de découvrir les objections grâce à l'écoute active.
Obj. non sincère et non fondée	Objection fausse barbe.	Ignorer, silence pour que le client s'exprime davantage.

► Le traitement d'une objection

- Écouter et identifier l'objection : écouter le client avec intérêt et le laisser s'exprimer complètement.
- Comprendre et valoriser l'objection : donner de l'importance à l'objection et poser des questions d'éclaircissement.
- Répondre et traiter l'objection : répondre en gardant un ton conciliant et un comportement constructif.
- Vérifier que l'objection est bien levée : poser des questions de contrôle ou en observant le comportement du client tout en étant bref.

► L'objection prix : éviter l'objection « C'est Trop Cher »

Différentes techniques pour anticiper et traiter les objections prix :

- Fractionner le prix.
- Souligner et valoriser la supériorité et l'image de marque du produit.
- Souligner et valoriser le potentiel d'économie (produit énergivore).
- Mettre en avant une liste d'avantages pour valoriser l'offre.
- Mettre en avant les solutions de paiement.
- Souligner et valoriser le rapport qualité/prix ou par rapport à la concurrence.