

LES OBJECTIONS: LE NERF DE VOTRE ARGUMENTATION

A chaque étape de la relation client les objections apparaissent. C'est à vous de découvrir si elles représentent une véritable résistance au changement ou si elles sont tout simplement le reflet d'un enjeu de premier plan pour votre acheteur/client! L'apparition de l'objection n'est pas un signe de mauvaise augure, c'est même, en général, un signe de bonne santé d'une négociation: l'acheteur qui n'émet aucune objection est rarement intéressé! Quand les objections apparaissent, elles doivent surtout vous permettre de mieux découvrir les besoins et les motivations de vos acheteurs! Toutes les objections n'ont pas la même signification, la même valeur, la même importance. Dans tout les cas ce sont des réactions naturelles qu'il va falloir apprendre à positiver, à exploiter: pour en faire le nerf de votre argumentation!

CONSEIL N°1: Mais pourquoi, Pourquoi donc!

Savoir pourquoi un acheteur est susceptible de faire des objections, permet bien souvent d'en connaître la typologie et d'adopter une stratégie de réponse adéquate! Les raisons sont multiples:

- Il n'a pas compris! Il est persuadé du contraire! Il a des préjugés, des a priori! Il y a un malentendu, il n'a pas à sa disposition toutes les informations nécessaires!
- Il résiste à votre influence! Il veut se donner de l'importance, montrer sa compétence, apparaître pour un négociateur averti!
- Votre proposition n'est pas forcément "la meilleure du monde"! Votre solution ne présente pas toutes les qualités souhaitées! Votre produit à un inconvénient réel, qu'il soit technique commercial ou financier! Il manifeste son désaccord, montre son indifférence!
- Il souhaite obtenir des précisions! Il a besoin d'être rassuré avant de prendre sa décision!
- Il souhaite vous mettre dans l'embarras, affirmer sa personnalité! Par esprit de contradiction! Il joue "au chat et à la souris"!

CONSEIL N° 2: Identifier, toujours identifier!

Trois critères doivent vous permettre d'identifier la typologie de l'objection émise par votre interlocuteur: **le moment** où celle ci intervient dans votre cycle de négociation, **le degré de précision** de l'objection, **la forme**, c'est à dire le ton sur lequel votre interlocuteur s'exprime, ses attitudes! Résultats? Vous allez rencontrer trois sortes d'objections auxquelles vous allez devoir faire face!

- **Les objections prétextes:** Objections non sincères et non fondées! Elles représentent bien souvent des "fausses barbes" qui, dans la majorité des situations, sont émises pour éviter de rentrer en communication avec vous, ou encore, pour ne pas prendre une décision immédiatement! Elles apparaissent en début ou en fin d'entretien, sont peu précises et votre acheteur les exprime avec peu de conviction! Exemple typique, lorsque votre acheteur est à bout d'objection, il dira bien souvent: "**Je vais réfléchir**", "**il faut que j'en parle à...**"! Pour y répondre sachez "minimiser", "isoler", "informer"!
- **Les objections quiproquos:** Sincères, mais non fondées! Elles sont émises suite à un malentendu, à une mauvaise compréhension, à des préjugés....! Elles apparaissent en milieu d'entretien, lors de la phase de présentation, d'argumentation. Elles peuvent être assez précises et l'attitude de votre interlocuteur est bien souvent "réfléchie": il se pose des questions, il a besoin d'avoir plus d'informations, d'être rassuré! Pour y répondre la stratégie la plus simple est celle de "l'information"!
- **Les objections réelles:** Sincères et fondées! Dans la majorité des situations, elles concernent les critères de décisions (**Prix, Délais, Qualité, Services**). Elles apparaissent généralement en milieu et/ou en fin d'entretien, sont très précises (l'acheteur est capable de les légitimer: il utilise son "argumentaire achat"! Les "attitudes clients" sont réfléchies, le ton utilisé est ferme, elles sont émises avec conviction! Pour y répondre de façon efficace, les stratégies utilisées peuvent être: "la minimisation", "la compensation",.....!
-

CONSEIL N°3: Adoptez la bonne méthode! Utilisez une stratégie adaptée!

Répondre à une objection ne s'improvise pas! Il est fortement conseillé de lister au préalable et ceci avant toute négociation, les objections que vous êtes susceptibles de rencontrer et de réfléchir aux réponses que vous allez pouvoir formuler! Voici quelques conseils et stratégies qui vous seront certainement très utiles!

- **Ne pas réagir négativement** lorsque l'objection survient! Restez calme, souriant et détendu!
- **Ne vivez pas l'objection** comme étant une agression vis à vis de votre produit, de votre structure ou encore vis à vis de vous même!
- **Ne confondez pas objection et réclamation!** Ce n'est pas la même chose! Les réclamations doivent être traitées en priorités!
- **Identifiez le type d'objection!** Ne pas contrarier mais sachez écouter avec respect: développez des qualités d'écoute active!
- **Prenez l'objection** comme une simple question! Répondez du "tac au tac", notamment sur les objections quiproquos! Continuez d'informer en utilisant les bonnes cartes!
- **Observez un temps de silence!** Lorsque votre acheteur a fini de parler, il n'a pas pour autant fini de s'exprimer! Le fait d'observer un temps de silence, montre que vous éprouvez de l'intérêt aux propos de votre interlocuteur, cela incitera l'acheteur à apporter des précisions supplémentaires et vous laissera le temps de la réflexion!
- **Laissez s'exprimer l'objection, "raffinez",** posez une question pour en savoir plus!
- **Ne dites jamais que le client a tort!** Utilisez une "phrase d'attitude" du type "**Oui, Mais...**", ou encore, "**Je comprends votre point de vue, mais....**"! Évitez le "non, car": le oui est positif, le non est négatif!
- **Utilisez la technique de l'écran,** si vous jugez que l'objection intervient trop tôt par rapport à la négociation! "**C'est un point que nous allons aborder! Je vous propose que dans un premier temps, nous voyons.....**"! cela vous permettra de gérer votre entretien et de répondre plus tard à une objection qui aurait pu être gênante!
- **Vous êtes coincé!** Vous souhaitez vous sortir d'une situation embarrassante? Utilisez la "phrase Dunlopillo" qui consiste à envisager la situation sous un autre angle, de transformer une situation de "face à face" en "côte à côte"! "**Je vous propose que nous voyons les éléments sur lesquels nous sommes d'accord, nous verrons ensuite les aspects sur lesquels nos points de vue divergent! Nous nous efforcerons de trouver ensemble une solution!**"
- **Sur les objections "réelles",** posez une question de contrôle pour vérifier l'acceptation de votre réponse! "**Ai je totalement répondu à votre remarque**"!
- **Soyez des adeptes du T.O.Q:** Transformez une Objection en Question en faisant diversion ou encore en interprétant! "**Ce que vous souhaitez savoir, c'est cela....?**"!
- **Prenez appui!** Servez vous de l'objection comme appui à votre argumentation. pour ceci vous pouvez utiliser des formulations du type "**c'est justement pour cette raison....**"!
- **La méthode préventive!** A utiliser lorsque vous êtes sûr que votre acheteur va émettre l'objection, vous l'avez à chaque négociation! Cela consiste à introduire l'objection à la place de votre interlocuteur!
- **Minimisez l'objection,** donnez lui moins d'importance qu'elle n'en a! Si l'acheteur vous dit: "**Cela ne m'intéresse pas**", plutôt que de renforcer son objection, répondez "**Je comprends votre hésitation**", !
- **Surveillez votre langage!** Pas de mots destructeurs, dévalorisants!
- **Soyez interrogatif!** Posez des questions, cela vous permettra de détruire des préjugés sur votre société ou encore sur votre produit!
- **Faites appel à des "témoins"!** Ayez à votre disposition une liste de références, cela peut vous être utile!
- **Construisez votre système de preuves!** Apportez des faits tangibles qui permettent de justifier vos propos! Les preuves peuvent être multiples: analogies, vécu, articles de presse, essais, démonstrations, échantillons, plans, devis, supports de communication.....
- **Compensez un point faible par un point fort!** A objection quantitative, réponse qualitative!
- **Et bien d'autres méthodes encore.....**

CONSEIL N°4: Ayez une méthodologie!

Pour répondre pertinemment, adoptez la méthodologie des 5 "R"!

- **Repérer l'objection:** identifier la typologie de l'objection pour mieux y répondre!
- **Respecter l'objection:** plutôt que de contredire, respectez l'objection en la minimisant bien évidemment!
- **Raffiner l'objection:** posez une question pour en "savoir plus"! C'est à vous de déterminer si vous juger cela nécessaire!
- **Répondre brièvement:** Ne vous éternisez pas sur une objection que vous souhaitez minimiser! N'oubliez pas de vérifier, de valider!
- **Revenir à l'entretien:** Respectez votre plan de vente, revenez à votre "chemin de négociation"!

CONSEIL N° 5: Surveillez les attitudes de vos acheteurs/clients!

Vos acheteurs peuvent adopter différentes attitudes vis à vis de votre proposition, de votre solution, de votre service ou encore de votre société! Certaines de ces attitudes peuvent être assimilable à des objections! Adoptez la bonne méthode: "vente ajustée" ou "vente persuasive"? Pour ceci, sachez reconnaître les principales attitudes!

- **La surenchère:** Votre acheteur est intéressé, mais souhaite faire une affaire! Il menace, fait du chantage, introduit une proposition concurrente, achète à la "Chinoise", saucissonne votre proposition, dans le but d'obtenir de votre part un effort supplémentaire! Vérifiez la "véracité des ses propos", sortez de ce piège, demandez lui: "**vous vous engagez réellement sur quelle quantité?**"! Faites une contre proposition, verrouillez! C'est une "vente ajustée"!
- **Hésitation, scepticisme:** Votre acheteur a besoin de réfléchir, il exprime un doute, une crainte, il a besoin d'être conforté! Conseillez le, rassurez le! En cas "d'hésitation accentuée", proposez une option, une réservation qu'il confirmera sous "X" temps! En cas de scepticisme, justifiez vos propos, apportez la preuve que, "ce que vous dites est vrai"! C'est une "vente ajustée"!
- **L'esquive:** Votre acheteur fuit ou diffère la décision! Soyez persuasif, utilisez des formulations du type: "**Qu'est ce qui vous arrête?**"! Cernez la période de décision! C'est une "vente persuasive"!
- **L'indifférence:** Votre acheteur ne trouve pas d'intérêt pour les avantages de votre solution! Faites le réagir, soyez directif, posez des questions fermées! Trouvez ses motifs d'insatisfactions! C'est une "vente persuasive"!
- **Le refus:** Votre acheteur exprime une opposition, un désaccord! Essayez de comprendre la véritable raison du refus de votre interlocuteur! Une fois la raison du refus trouvée, isolez cette dernière objection en utilisant des formulations du type: "**A par ce point nous sommes d'accord?**"! Amenez des avantages supplémentaires pour "faire pencher la balance" en votre faveur! C'est une vente persuasive"!