

FICHE RESSOURCE N° 9

Réaliser un argumentaire de vente



Mobile d'achat	Caractéristique	Avantage	Preuve
Sécurité			
Orgueil			
Nouveauté			
Confort			
Argent			
Sympathie			

Afin de pouvoir mettre en œuvre la méthode CAP, vous devez identifier les caractéristiques de votre produit/service, les avantages de votre produit/service, et pouvoir présenter les preuves de ces éléments.

- **Caractéristiques** : il s'agit des éléments descriptifs de votre produit, essentiellement d'un point de vue technique et factuel. Ici, vous présentez votre solution, de façon sobre et descriptive, mais ces éléments ne suffisent pas encore à séduire votre interlocuteur.
- **Avantages** : il s'agit des résultats liés aux caractéristiques, traduits en éléments bénéfiques. Il s'agit des véritables « plus » qu'apporte votre solution, et qui va « changer la vie » de votre prospect. Ici, votre client trouve quelque chose qui le séduit ; votre solution répond à ses besoins et ses enjeux les plus importants.
- **Preuves** : il s'agit de prouver ce que vous venez d'annoncer ci-dessus, de montrer que les caractéristiques et les avantages sont réels et concrets. Cela peut passer par une démonstration, une innovation déposée avec un brevet, des témoignages de références, un baromètre consommateurs, etc. Ces derniers arguments viennent définitivement convaincre votre prospect, qui est alors prêt à passer à l'acte d'achat.

SONCAS est le résumé en un seul mot des préoccupations d'un client potentiel face à une démarche commerciale.

Sécurité : C'est le besoin du client d'être rassuré dans son choix par la qualité du produit ou de l'entreprise qui lui vend, de sa conformité aux normes légales ou que ce produit correspond à ses besoins.

Orgueil : C'est l'image de lui-même que le client va avoir en faisant l'acquisition de votre produit. S'il est valorisant, populaire, fait des envieux, etc.

Nouveauté : C'est le besoin d'innovation, de trouver des solutions nouvelles, d'avoir un produit moderne.

Confort : C'est la facilité d'utilisation du produit, le fait qu'il puisse couvrir des contraintes plus grandes que prévues au départ.

Argent : C'est le prix payé pour le produit, le moins cher ou le meilleur rapport qualité/prix.

Sympathie : C'est le rapport affectif du client par rapport au produit ou à son vendeur.