

CHAUSSER magazine

L'ARGUMENTATION

Deux exemples d'arguments de vente d'une paire de chaussures homme.

PREMIER EXEMPLE

Le vendeur : « Ce modèle vous va à merveille.

Le client : Mon pied droit est un peu serré.

Le vendeur : Elles vont se faire avec le temps...

Trois jours après, le client : Je ne les supporte plus.

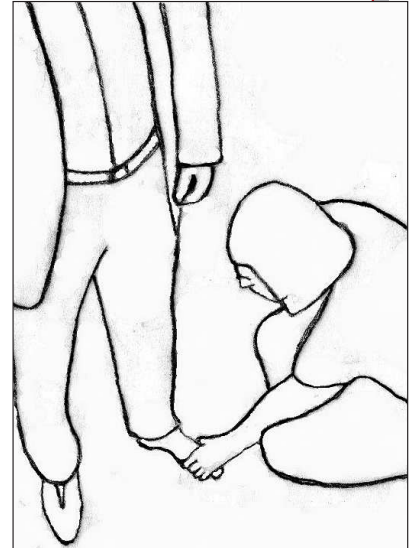
Le vendeur : Je vais les faire agrandir; revenez en fin de semaine.

Le client revient une semaine plus tard chercher ses chaussures.

Le vendeur : On a fait le nécessaire.

Le client revient quelques jours plus tard : Je ne suis toujours pas bien dans ces chaussures !!!

Le vendeur : Je vais faire le nécessaire, etc., etc. »



DEUXIÈME EXEMPLE

La vendeuse : « À vos pieds, comment trouvez-vous ce modèle ?

Le client : Il correspond à ce que je recherche, seulement le pied droit est un peu serré.

La vendeuse : Je vais assouplir légèrement la chaussure droite.

La vendeuse après réessayage : Et maintenant comment vous sentez-vous ?

Le client : C'est parfait.

La vendeuse : À l'usage, la chaussure va légèrement se détendre. Portez-les une à deux heures par jour les premiers temps. Si vous sentez une gêne, revenez me voir; j'ajusterai le chaussant.

Trois jours après, le client : La chaussure droite me fait encore un peu mal.

La vendeuse fait réessayer les chaussures pour repérer les points sensibles.

La vendeuse : Vous avez un quart d'heure à m'accorder ou peut être une course à faire dans le quartier ?

Le client : Je vais en profiter pour faire une course.

La vendeuse fait réessayer les chaussures au client après la course : Et maintenant, comment vous sentez-vous ?

Le client : Je me sens bien. Il ne manquait pas grand-chose. »

CONCLUSION

Dans le premier exemple, le vendeur n'est pas compétent et le service n'est pas adapté au produit. Le client n'obtient pas satisfaction à sa demande.

Les conséquences

- Le client aura le sentiment que le vendeur ne connaît pas son métier; il sera déçu. Dans certains cas, il peut se mettre en colère dans la boutique devant d'autres clients. Cela ne fait jamais bon effet. Le client ne reviendra plus et fera une mauvaise publicité de la maison.
- Le temps passé pour gérer les allers et retours du client peut, à plus ou moins long terme, avoir des conséquences non négligeables sur le chiffre d'affaires.
- Le vendeur, par manque de professionnalisme et d'arguments risque d'être démotivé et de faire son travail sans enthousiasme. Cela risque de se ressentir sur l'ambiance du magasin.

Dans le deuxième exemple, le service est de qualité, le client trouve une réponse à sa demande.

Les conséquences

- Le client s'apercevra que le vendeur connaît son produit et est à même de répondre à ses exigences.
- Le vendeur se sent apprécié et reconnu par la qualité de son service.

La reconnaissance est un bon stimulant pour la vente et pour la progression du chiffre d'affaires.

- Le client reviendra et recommandera l'adresse du chausseur à sa famille et ses amis.

Alain Madec

www.alainmadec.com

