

## LES FICHES CONSEILS

Dés que le prix apparaît dans une situation de négociation, le climat change! Vous êtes toujours trop cher et, en plus de ça, la concurrence fait mieux! Voici quelques tactiques pour vous aider à mieux présenter, défendre vos prestations financières!

Tactiques	Commentaires
<b>Addition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Additionner l'ensemble des avantages, plus le total est important plus l'acheteur sera sensible!</li> <li>Reformuler les deux ou trois avantages les plus importants</li> </ul>
<b>Gain</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>parler de gain avant la dépense à réaliser! c'est une façon de minimiser les aspects financiers!</li> </ul>
<b>Adéquation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adéquation aux besoins!</li> <li>démontrer que votre solution est parfaitement adaptée: donc que le prix n'a pas d'importance</li> </ul>
<b>Prise d'appui</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>vendez la supériorité de votre prix pour induire des qualités supérieures!</li> <li>A objection quantitative, réponse qualitative!</li> </ul>
<b>Amortissement Étalement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Étaler le prix en fonction de la durée de vie du produit!</li> <li>Étaler le prix en fonction de la durée d'utilisation</li> </ul>
<b>Balance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comparer les coûts réduits et les avantages de votre solution!</li> <li>Jouez sur la maîtrise des coûts pour votre acheteur!</li> </ul>
<b>Comparaison</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>mettez en évidence les gains possibles!</li> <li>Comparez le prix à un autre produit ou a une autre solution pour obtenir un effet de contraste!</li> </ul>
<b>Boule de neige</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annoncez le prix et exposez les avantages du moins important au plus important!</li> </ul>
<b>Détournement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Détournez l'attention par un point technique précis!</li> </ul>
<b>Division</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ramenez le prix à la plus petite unité possible, en durée et/ou en utilisation,...</li> <li>Utilisez la technique des acheteurs: le PURHT</li> </ul>
<b>Décomposition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Découpez votre prix en tranches!</li> <li>décomposez en fonction des différents paramètres intervenant dans la fixation du prix!</li> </ul>
<b>Minimisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jouez sur des facteurs réducteurs du prix: les conditions de paiements!</li> <li>En situation de concurrence, mettez en évidence le peu de différence par rapport à vos confrères!</li> </ul>
<b>Questionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'acheteur vous dit que vous êtes trop cher, essayez de savoir pourquoi?</li> </ul>
<b>Sandwich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faites précéder le prix d'un avantage technique et faites suivre d'un avantage concurrentiel!</li> <li>Intercaler le prix entre une caractéristique et un avantage!</li> </ul>
<b>Soustraction</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soustrayez les avantages perdus du fait d'un autre choix</li> </ul>
<b>Comparaison à un coût familial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comparer à des dépenses familières: cigarettes, cinéma, communications téléphoniques...!</li> </ul>
<b>Justification</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>démontrez et justifiez la qualité de l'élaboration du prix!</li> <li>Insistez sur les facteurs qui expliquent le prix</li> </ul>
<b>Chiffrer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chiffrez les avantages de votre solution en comparaison de son prix</li> </ul>
<b>Avalanche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partir d'un prix élevé et descendre</li> </ul>
<b>Multiplification</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Multiplier les sources de satisfaction par le nombre d'utilisation et/ou les sources de profit pour l'acheteur!</li> <li>Jouez sur la satisfaction du client!</li> </ul>
<b>Sortir du cadre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vendre la fonction et non pas le produit!</li> </ul>