

L'argumentation

L'argumentation consiste à **présenter un produit ou un service en montrant qu'il répond aux besoins du client**. Elle transforme les caractéristiques du produit en bénéfices pour le client.

Définition

Avant d'argumenter, il faut connaître son produit.

Caractéristiques techniques :

Décrivent le produit de manière objective.

Ex. : matière, dimensions, puissance, composition, capacité...

Caractéristiques commerciales :

Présentent les éléments liés à la vente.

Ex. : prix, garantie, SAV, promotion, fabrication française, marque...

👉 Elles servent de base à l'argumentation.

Les caractéristiques

✓ Sélectionner **au maximum 3 produits** à présenter au client.

✓ Adapter son discours aux besoins identifiés.

✓ Laisser le client manipuler ou observer le produit.

⚠️ Présenter trop de produits peut compliquer le choix du client et **augmenter le risque de vol**.



Conseils pour argumenter

C = Caractéristique

Décrire une caractéristique technique ou commerciale du produit.

A = Avantage

Expliquer ce que cette caractéristique apporte au client.

P = Preuve

Rendre l'argument crédible grâce à une preuve.

Exemples de preuves :

Faire essayer le produit, Faire goûter ou sentir, Réaliser une démonstration, Présenter un label ou une certification, Montrer un avis client ou un test, Mettre en avant une garantie ou le SAV.

👉 Un argument est convaincant lorsqu'il est prouvé.

La méthode CAP

L'argumentation

L'argumentation consiste à **présenter un produit ou un service en montrant qu'il répond aux besoins du client**. Elle transforme les caractéristiques du produit en bénéfices pour le client.

Définition

Avant d'argumenter, il faut connaître son produit.

Caractéristiques techniques :

Décrivent le produit de manière objective.

Ex. : matière, dimensions, puissance, composition, capacité...

Caractéristiques commerciales :

Présentent les éléments liés à la vente.

Ex. : prix, garantie, SAV, promotion, fabrication française, marque...

👉 Elles servent de base à l'argumentation.

Les caractéristiques

✓ Sélectionner **au maximum 3 produits** à présenter au client.

✓ Adapter son discours aux besoins identifiés.

✓ Laisser le client manipuler ou observer le produit.

⚠️ Présenter trop de produits peut compliquer le choix du client et **augmenter le risque de vol**.



Conseils pour argumenter

C = Caractéristique

Décrire une caractéristique technique ou commerciale du produit.

A = Avantage

Expliquer ce que cette caractéristique apporte au client.

P = Preuve

Rendre l'argument crédible grâce à une preuve.

Exemples de preuves :

Faire essayer le produit, Faire goûter ou sentir, Réaliser une démonstration, Présenter un label ou une certification, Montrer un avis client ou un test, Mettre en avant une garantie ou le SAV.

👉 Un argument est convaincant lorsqu'il est prouvé.

La méthode CAP