

Comment répondre aux objections des clients ?

Non-certifiante

Formation continue.

Réf. : 2101856F — Mise à jour : 6 janvier 2026

Organisme responsable : **EVOLUTIS**

Contenu

Objectifs

S'approprier les techniques pour identifier et traiter les objections
Comprendre les points d'intérêt de l'autre pour compenser l'objection
Maîtriser les techniques de démonstration du prix pour répondre à l'objection tarifaire
Valoriser son offre par rapport aux concurrents ou au budget

Programme

Qu'est-ce qu'une objection ?

Définition des objections
Intérêt des objections pour le vendeur

Comment limiter les objections dans le processus de vente ?

L'identification du circuit de décision

Identifier les différents types objections les différents types d'objection

Alibi
Fondée

Techniques de traitements des objections

La méthode ACRE ; L'argumentation et le traitement des objections
La nécessité de comprendre une objection ; L'objection qui en cache une autre ; La méthode du Quintilien

Que dire et comment vaincre les objections clients les plus courantes

« Ce n'est pas notre priorité
On verra quand la crise sera passée
Je n'ai pas la tête à cela en ce moment
On en reparle plus tard
Je n'ai pas/plus le budget
C'est trop cher ... »

Le cas particulier de l'objection tarifaire

Comment être sûr que le prix est le véritable frein à l'acte d'achat
La pré-close
Comment sortir du prix ? ; L'alternative 3 branches
La reformulation de ses critères prioritaires de décision
La présentation et la valorisation de son offre : les techniques de cloisonnement des points chronologiques à traiter
L'argumentaire (produits/services), au-delà du prix, adapté à "l'histoire" du client et à ses motivations et préoccupations.
La maîtrise des techniques de défense du prix et d'argumentation comparative : Comment semer le doute sur la proposition concurrente et maximiser le risque encouru ? ; Comment "professionnaliser" le relationnel avec le client en mettant en exergue "les plus" de sa proposition ? ; Comment minimiser l'écart tarifaire avec le concurrent ? ; Comment compenser un écart de prix et

engager le client sur les points positifs de son offre ?
La mise en avant des gains pour le client : La démonstration chiffrée du prix et le tableau des gains ; La méthode « papier-crayon »

Comment et quand conclure une vente après le traitement d’une objection forte

- La détection des feux verts
- Techniques et comportements
- Choix des mots et du langage
- Les pièges à éviter
- La sur-argumentation

L'irrationnel dans la vente

- La compréhension des besoins de l'autre : l'empathie
- La gestion de son attitude : dominer son stress et développer sa fluidité verbale.
- Le comportement général à adopter pendant l'entretien

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée Aucun prérequis	Niveau de sortie Sans niveau spécifique
---	---

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2165764	À distance	—	31/12/2025	30/12/2026
2165765	Présentiel	Plouër-sur-Rance	31/12/2025	30/12/2026

Source : GREF Bretagne #2101856F