1. Définir les notions suivantes

a) Écoute active :

L'écoute active est une technique de communication qui consiste à écouter attentivement son interlocuteur, à comprendre ses besoins et ses préoccupations, puis à reformuler ses propos pour vérifier leur bonne compréhension.

b) Argumentation :

L'argumentation est une technique de vente qui consiste à présenter des arguments pertinents pour démontrer les avantages d'un produit et convaincre le client de l'intérêt de l'acheter.

2. Identifier les motivations d'achat selon la méthode SONCAS (2 points)

La méthode SONCAS permet d'identifier les principales motivations d'achat d'un client : Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent et Sympathie.

Situation	Motivation SONCAS	Justification
a) Une cliente avec un budget serré recherche un produit cosmétique bio abordable.	Argent	Elle souhaite acheter un produit à un prix adapté à son budget.
b) Une cliente enceinte est	Sécurité	Elle recherche des produits sûrs, adaptés à

préoccupée par la sécurité de son bébé.		sa situation et présentant le moins de risques possible.
c) Une jeune cliente recherche des produits tendance et innovants.	Nouveauté	Elle est attirée par les nouvelles tendances et les innovations.
d) Une cliente sensible recherche un produit apaisant et non irritant.	Confort	Elle souhaite un produit qui lui procure du bien-être et respecte la sensibilité de sa peau.

3. Analyse d'un appel téléphonique commercial

a) Détecter trois erreurs commises par le vendeur

Erreur	Explication
1. Ne pas respecter suffisamment la disponibilité du client.	Le client précise qu'il est occupé, mais le vendeur poursuit son discours sans chercher à convenir d'un moment plus approprié.
2. Ne pas découvrir les besoins du client.	Le vendeur présente directement ses produits sans poser de questions sur les habitudes, les attentes ou les préoccupations du client.
3. Exercer une pression excessive sur le client.	Le vendeur insiste pour obtenir une commande

	immédiate et utilise la peur du regret au lieu de respecter le temps de réflexion du client.

b) Proposer une correction pour chaque erreur détectée

Erreur détectée	Correction proposée
1. Ne pas respecter la disponibilité du client.	Demander : « Je comprends que vous soyez occupé. Quel serait le meilleur moment pour vous rappeler ? »
2. Ne pas découvrir les besoins du client.	Poser des questions ouvertes : « Quels types de produits cosmétiques utilisez-vous actuellement ? » ou « Quels sont vos principaux critères de choix ? »
3. Exercer une pression excessive.	Respecter la décision du client et proposer de lui envoyer une documentation : « Bien sûr, je vous envoie les informations nécessaires afin que vous puissiez les consulter tranquillement. Je pourrai vous rappeler au moment qui vous convient. »

Conclusion

Pour réussir un appel téléphonique commercial, le vendeur doit respecter la disponibilité du client, pratiquer l'écoute active, identifier ses besoins et présenter des arguments adaptés. Il doit également répondre aux objections avec professionnalisme et respecter la liberté de décision du client, sans exercer de pression excessive.