

Établissez un rapport émotionnel positif avec votre client

Par Jean-Pierre Lauzier – JPL Communications

www.jeanpierrelauzier.com



Dans toutes les situations de vente, on retrouve deux (2) niveaux de communication qui influent entre le client et le vendeur.

Le premier est celui que l'on appelle : « niveau logique de vente ». Celui-ci est toujours très rationnel, fort technique et surtout axé sur les caractéristiques du produit ou du service. Les apparences nous laissent souvent croire que le client prendra une décision d'achat basée sur un ou plus de ces critères, mais il n'en est rien.

Les décisions d'achats sont prises, la plupart du temps, au deuxième échelon de la communication que l'on identifie sous le nom de : « niveau émotionnel de vente ». Celui-là est tout à fait différent du premier.

Lorsque vous êtes en discussion avec un client et que vous oeuvrez au « niveau logique de vente », rappelez-vous que, durant ce temps, son niveau émotionnel, inconsciemment et en sourdine s'amorce et il se pose les questions suivantes :

- Est-ce que je peux lui faire confiance?
- Est-il (elle) honnête et intègre?
- Sa firme est-elle fiable et responsable?
- La chimie passe-t-elle bien entre lui (elle) et moi?
- Est-ce que je me sens bien en sa présence?
- Dans l'éventualité d'un problème, va-t-il (elle) bien me servir?
- A-t-il (elle) bien saisi mes besoins, mes préoccupations et mes défis?

Si votre client perçoit que vous rencontrez favorablement ces critères, vous établissez un **rapport émotionnel positif** avec lui. Sans un tel contact affectif, il vous sera très difficile de le persuader de la valeur de votre produit ou de votre service et conséquemment, de faire progresser la transaction.

Maintenant, parlons de définition.

Un rapport émotionnel positif : C'est un état de bien-être agréable, de compréhension mutuelle, de confiance, de complicité et de chimie entre deux ou plusieurs personnes.

Pour ne citer qu'un exemple, souvenez-vous que, lors de l'achat de votre dernière voiture, il est peut-être arrivé que certains vendeurs n'aient pu vous inspirer confiance et dans ce cas, la vente n'a certainement pas eu lieu et il serait surprenant que vous soyez retourné chez ce concessionnaire. Il est plus près de la vérité de dire que vous avez acheté de la personne qui vous a paru la plus sympathique et avec qui vous vous sentiez à l'aise et confortable. On négocie avec des gens que l'on apprécie, qui nous sont agréables et avec qui on se sent bien. Bref, on transige avec ceux qui sont sur la même longueur d'onde que nous.

Comment établit-on un **lien émotionnel positif** avec un client? Comme réponse, je vous offre cinq (5) éléments qui favorisent un tel rapprochement.

1. En tant que vendeur, vous devez être bien dans votre peau. Il est important, pour vous, d'être heureux et de travailler dans un métier qui vous passionne au plus haut point et que, même si vous n'étiez pas payé, vous le feriez de toute façon! Vous devez croire en vous, en votre entreprise et en votre produit, sinon déguerpissez, car vous serez toujours insatisfait, vous aurez constamment de la difficulté à conclure une vente et vous rendrez les gens malheureux autour de vous.

2. Ayez une volonté sincère d'aider votre client à obtenir ce qu'il désire. Quand vous discutez avec un client, que voit-il dans vos yeux? Est-ce un signe de dollar ou bien a-t-il l'impression que vous voulez vraiment l'aider à résoudre son problème? En posant des questions sur ce qui le préoccupe, c'est-à-dire sur ses défis ou sur ses besoins et en écoutant attentivement chacune de ses réponses, vous établirez un lien émotionnel fort.

3. Soyez une source d'expertise. Les gens aiment faire des affaires avec un expert. Vous devez toujours acquérir des connaissances reliées à votre fonction. Lorsqu'un client se présente pour acheter votre produit ou pour obtenir votre service, il doit sentir que vous êtes compétent. Un vendeur qui n'apporte pas de valeur ajoutée aura TOUJOURS de la difficulté à vendre.

4. Ayez une attitude responsable et positive. Lorsqu'un problème survient, consacrez moins de temps au problème lui-même et accordez-en plus à trouver des solutions possibles. Cette attitude responsable empêche de vous mettre dans une position de victime et vous amène plutôt à être dans une position de contrôle. Vous ne pouvez changer la direction du vent, mais vous pouvez ajuster vos voiles.

5. Soyez honnête et intègre. Les clients veulent négocier avec des gens honnêtes et droits. Personne n'aime se faire mentir. Quand vous prenez un engagement, respectez-le. Si vous dites à quelqu'un : « vos produits seront livrés dans 2 jours » et qu'un imprévu vous empêche de remplir votre obligation, dépêchez-vous d'appeler votre client pour lui expliquer ce contretemps.

Pour terminer, prenez comme résolution de vous demander, après chacune de vos rencontres « Est-ce que le client se sent mieux, est-il en confiance ou plus heureux et y a-t-il une chimie entre nous? » Si oui, alors vous avez établi un contact émotionnel positif et vos chances de vendre et de rendre un client heureux sont excellentes.