Comment répondre aux objections des clients ?

Non-certifiante | Formation continue

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

Organisme responsable : **EVOLUTIS**

Présentation de la formation

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	Niveau de sortie
Aucun prérequis	**Sans niveau spécifique**

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2165764S	À distance	—	01/01/2026	31/12/2026
2165765S	Présentiel	Plouër-sur-Rance	01/01/2026	31/12/2026

Source : GREF Bretagne #2101856F