

Conseils & techniques de présentation des prix

Présentez un prix précis. Un prix rond peut-être synonyme pour le client d'une estimation à la louche (ce qui déclenche instinctivement des objections prix). Au contraire, un prix précis évoque un calcul détaillé du cout de revient et de la marge, et il sera psychologiquement mieux perçu par le client, qui sera moins enclin à le négocier. Privilégiez 247,90€ à 250€.

Pensez à imprimer votre grille de prix ou vos tarifs avant de les présenter. Un support comme une plaquette rassure le client car les prix sont imprimés (à utiliser quand cela est pertinent).

Technique 1/Fractionnez le prix pour faciliter l'acceptation du client.

2/ Relativisez le prix.

Mettez en avant tous les avantages : augmentation du C.A, économies réalisées, profits, etc.

« Pour un investissement de 1547 €, vous allez augmenter le trafic sur votre site internet de 30% et réaliser un chiffre d'affaires estimé à 9000 €... ».

3/ Chiffrez les bénéfices & avantages du produit par rapport à l'offre actuelle du prospect

“La capacité de stockage de ce disque est 2 fois supérieure à celle de votre disque actuel et sa vitesse d'enregistrement est bien plus rapide. Son prix, comme vous le constatez, n'est pas proportionnel à ces caractéristiques avantageuses ; vous faites une excellente affaire !”

4/ Étalez un prix selon la durée de vie estimée du produit/solution.

« La durée de vie de cet appareil est estimée à 6 ans... En supposant que vous l'utilisez seulement pendant 4 ans, votre investissement n'est que de... »

5/ Insistez sur les éléments de différenciation par rapport aux autres concurrents pour mieux valoriser votre produit.

“La différence de prix avec notre principal concurrent est de 300 €, mais vous bénéficiez d'avantages que vous ne trouverez pas chez le concurrent comme la livraison gratuite, la garantie à vie, le remboursement sous 60 jours, etc.”

6/ Faites accepter la supériorité du prix en mettant en avant les qualités intrinsèques du service ou produit.

« À ce prix, vous bénéficiez d'une technologie unique sur le marché : fiabilité des composants, vitesse du processeur, capacité de stockage, etc. Avez-vous déjà vu une offre identique chez les autres concurrents ? ».