**S. Rodriguès, *Métiers du commerce et de la vente*, Paris, Hachette.**

**Cap. 4 – Comment réaliser une vente et développer la relation client ?**

**Approfondimento: Les mobiles SONCAS.**

Domande:

* Cosa sono?
* Come potrei dirlo in italiano?

Da <https://www.actionco.fr/Thematique/methodologie-1246/fiche-outils-10181/Les-motivations-d-achat-SOnCAS-326258.htm>

**SONCAS** est un acronyme qui décrit les six principales motivations d'achat du client :

* **S**écurité : besoin de fiabilité, de garanties.
* **O**rgueil : cherche à se distinguer au travers de l'achat, qui doit contribuer à son image.
* **N**ouveauté : recherche l'innovation, le changement, aime la mode, les tendances.
* **C**onfort : apprécie le côté pratique, simple, qui lui fait gagner du temps, et le confort physique.
* **A**rgent : payer moins cher, faire l'affaire du siècle, ou avoir un bon retour sur investissement.
* **S**ympathie : sensible à la relation, ainsi qu'à l'esthétique, l'harmonie. Décident beaucoup par coup de cœur.

**Pourquoi l'utiliser ?**

**Objectif**

Connaître les motivations d'achat de votre client vous permet d'adapter votre offre et votre argumentaire de vente de façon ciblée et pertinente, pour mieux convaincre votre client.

**Contexte**

Les motivations d'achat s'utilisent tout au long de la relation avec le client :

* principalement lors des entretiens de vente, durant les étapes de découverte et d'argumentation ;
* pour rédiger la proposition écrite ;
* lors de la négociation, pour défendre le prix ;
* et même en prospection, de façon non ciblée.

**Comment l'utiliser ?**

**Étapes**

* Posez des questions au client pour identifier ses motivations d'achat : " qu'est-ce qui est le plus important pour vous ? " ; " Qu'en attendez-vous ? " ; " Quels sont vos critères de décision ? " ; " Qu'appréciez-vous particulièrement... ? "
* Ecoutez les mots du client pour valider ou affiner votre analyse.
* Sélectionnez dans votre offre, les produits ou services qui correspondent aux motivations d'achat identifiées.
* Présentez les bénéfices de votre offre en mettant explicitement en valeur les motivations du client.

**Méthodologie et conseils**

* Un même client peut être sensible à deux voire trois motivations d'achat, selon des degrés divers.
* Les motivations les plus rationnelles sont Sécurité, Confort, Argent : soyez rationnel, démonstratif, apportez des preuves, des chiffres.
* Les motivations Orgueil, Nouveauté, Sympathie sont plus irrationnelles : au-delà des bénéfices de votre offre, jouez sur la relation, le coup de coeur, mettez en valeur votre client en tant que personne.
* SONCAS peut servir en prospection à bâtir une accroche, en reprenant plusieurs motivations pour atteindre la cible la plus large possible. Exemple : vous souhaitez un véhicule confortable (*Confort*) et fiable à tout moment (*Sécurité*), pour un prix raisonnable et sans à-coups (*Argent* et *Sécurité*) ; vous voulez pouvoir changer de véhicule régulièrement (*Nouveauté*), vous faire plaisir (*Orgueil*) sans payer le prix fort (*Argent*) ? La location longue durée vous offre tout cela, et plus encore : une équipe de professionnels à votre service pour vous conseiller et vous aider en toutes circonstances (*Sympathie*).