

# 4 astuces de closing infaillibles pour conclure une vente



Écrit le : 17/12/2020

🕒 Temps de lecture : 11 min



4 astuces de closing infaillibles  
pour conclure une vente

d.

**Conclure une vente** est soit le moment le plus attendu, soit le plus redouté.

Grâce à cet article, vous saurez tout sur les **techniques de base**, mais aussi les **astuces de pro** pour conclure une vente comme il se doit, à tous les coups !

Êtes-vous prêt à voir **vos chiffre d'affaires flamber** ? 🔥

Même Jean-Claude Duss va conclure avec Dexter.



## 1. Méthode générale pour conclure une vente

---

Le **closing**, c'est l'aboutissement de tout votre **rendez-vous commercial**, le moment où vous serez fixé entre réussite et échec, c'est la concrétisation de tout votre travail en amont.

C'est ce petit **moment de la vente** qui va vous déclencher la fameuse montée d'adrénaline, qui vous rend accros à votre métier

Alors **comment conclure** me diriez-vous ? Puisque c'est pour cela que vous êtes sur cet article...

Au risque de vous décevoir, il n'y a pas une technique magique...

**Mais il y en a plusieurs !**

Je m'explique...

Chaque vente, chaque **rendez-vous commercial** est unique, vos prospects, même s'ils partagent des points communs, sont tous différents. La technique pour **conclure une vente** est donc à adapter à chaque contexte, chaque potentiel client.

En réalité, vous êtes la solution ultime !

C'est en usant des techniques "de base" que nous allons vous expliquer par la suite, en les cuisinant à votre sauce et grâce à votre **adaptabilité** que vous pourrez **conclure une vente avec panache et succès**.

Toutefois, il y a tout de même un ingrédient magique et celui-ci ne dépend que de vous :

☐ **Oser** (comme dirait Bashung).

## a) L'état d'esprit des acteurs du closing

---

### Le vendeur

---

Un vendeur, surtout au début de sa carrière, va hésiter, **s'interroger** : Ai-je tout bien déroulé ? Est-ce le bon moment ? Comment lui dire ? 🧠

Le vendeur a **peur du "non"**, vous avez sûrement déjà vécu cette situation et voyez très bien de quoi je parle ici. Cette peur est "dangereuse" car elle va pousser le vendeur à repousser le verdict de son prospect.

Cela va se traduire par un commercial qui tergiverse, **sur-argumente** et brasse de l'air.

Si vous voulez être au point sur **l'argumentaire de vente**, n'hésitez pas à faire un tour sur ce lien 😊.

Le problème majeur de cette situation, en plus de remettre toute la responsabilité de conclure la vente sur les épaules de votre acheteur, est que tout ceci va **embrouiller** votre prospect et lui mettre le doute quant à **l'intégrité de votre offre** ("ça cache quelque chose tout cela..."). 🙄

**63%** des **vendeurs** n'ont pas le courage de demander au client de **s'engager**. (source : [Michaël Aguilar](#))

## L'acheteur

---

Et de son côté votre acheteur se pose lui aussi des questions : Mon achat est-il bien fondé ? Est-ce **raisonnable/cohérent** ?

Il est partagé entre son désir d'achat et l'angoisse de l'erreur. Car un achat n'est pas anodin peu importe son prix. Celui-ci va **impacter** la vie professionnelle et parfois personnelle de votre client.

Votre rôle lors de la conclusion sera donc de le **guider et le rassurer** sur sa décision d'achat. Il doit vous faire **confiance** car vous êtes la solution à son problème. 🧡

## b) Adopter le bon comportement pour conclure une vente

---

Pour résumer, acheteur ou vendeur, tous deux se trouvent actuellement sur un fil **entre l'émotion et la raison...**

En effet, vous l'aurez compris, en fin de rendez-vous commercial, la peur du vendeur est en réalité la même que celle de l'acheteur : **la peur de conclure**.

Alors, qu'est-ce que vous devez faire ?

La **peur de conclure une vente** dans la tête du vendeur ça se passe comme ça :

- Je ne suis pas certain(e) du **désir d'acheter** de mon potentiel client
- Je n'ose pas, je ne sais plus **quoi dire** (= je n'ai pas assez confiance en moi et mon offre)

**La confiance appelle la confiance** et si la peur est contagieuse, **l'optimisme** aussi. C'est un fait, soyez sympathique avec les gens, ils le seront en retour autant qu'il faut sourire pour en recevoir un.

## Croyez en vous et votre offre

---

Il existe des **postures** à adopter pour vous aider : les "power poses" (je vous vois venir les sceptiques du fond de la salle, c'est prouvé scientifiquement !).

Par exemple, vous retrouvez la pose de super héros à tenir pendant 2 minutes avant un rendez-vous pour **booster vos hormones**. 💪

*Pour les curieux : Amy Cuddy.*

On ne va pas vous apprendre à avoir confiance en vous à 100%, faites une thérapie, mais on peut vous dire une chose : **croyez en votre offre**.



Si vous n'êtes pas persuadé qu'elle est la meilleure, votre prospect ne le sera non plus.

Soyez sûr(e) de vous quoi que vous disiez, cela suffit pour convaincre.

Enfin, apprenez à reconnaître les **signaux d'achats** de votre prospect et maîtrisez à la perfection nos **3 techniques de closing**, pour prendre confiance et bien **conclure vos ventes**.

## c) Quand conclure une vente ?

---

Le timing est très important en **closing**.

1. Vous devez avoir traité toutes (et nous disons bien toutes) les **objections fondamentales** de votre prospect.
2. Vous devez avoir identifié au moins un **signal d'achat** de la part de votre potentiel client pour **conclure une vente**.

Concernant les **objections**, vous retrouverez toutes les informations nécessaires dans notre article : [La réponse aux objections](#).

Pour ce qui relève des **signaux d'achat**, on vous explique. 🗨️

- Premièrement, le client **manipule** votre démonstration, lis la notice de votre service ou hoche la tête.

= **Signal d'achat** ! Votre client est convaincu.

- Ensuite, il vous pose des **questions** sur l'après achat : "*Quels sont les délais ? Comment se passe le SAV ? Comment cela se passe-t-il pour la mise en place ?...*"

= **Signal d'achat** !

- Ou, il appelle un **collègue** pour assister à la présentation.

= **Signal d'achat** ! Il a juste besoin d'être rassuré, car il a encore peur de l'engagement.

- Autre cas, votre prospect joue au roi du **silence**, il réfléchit. Deux possibilités : objection à venir ou simple réflexion sur votre offre.
- Enfin, il vous demande un **petit plus**. En fait, il essaye juste de négocier un avantage mais il est déjà convaincu. C'est son "oui, mais" à lui. Par exemple "*si vous me l'installez gratuitement je signe tout de suite*".

= **Signal d'achat** ! Si la réclamation est raisonnable, accordez-lui avec **contrepartie** (tout le monde est gagnant). Si c'est trop, **négociez** avec professionnalisme et humilité. 😊

## 2. Les 3 techniques infaillibles pour conclure une vente

---



### a) La proposition directe

---

Cette méthode intervient comme **aboutissement naturel** de votre entretien de vente.

- Vous avez **argumenté**,
- Obtenu la **validation** de votre prospect vis-à-vis de votre offre,
- Et traité ses **objections** fondamentales.

Votre rendez-vous était bien préparé, bien déroulé, la **conclusion** se fait donc sans effort : vous demandez un **engagement** à votre client.

En outre, tout le monde n'est pas à l'aise avec cette technique, mais c'est une **des plus efficaces** car elle est directe et franche. 🤝

Vous assumez votre présentation et votre offre, votre assurance convainc votre prospect (nous vous l'avons expliqué plus haut, la confiance appelle la confiance).

Cependant, attention : **la délicatesse est de rigueur**. N' imaginez pas une seule seconde dire "signez ici". La langue française est riche, vous n'êtes pas Molière, mais c'est certain que vous pouvez faire mieux que cela !

De plus, évitez les mots anxiogènes comme "signer", "contrat", "acheter", "payer". Vous pouvez utiliser "commencer" "**collaboration**", "**projet**", "livraison".

**Exemple** : Résumons ensemble, vous désirez un logiciel accessible vous permettant de classer et archiver automatiquement les remontées hebdomadaires de vos commerciaux. La licence Classify répond à votre demande, nous sommes d'accord, c'est ok, on vous l'installe ?

## b) La fausse alternative

---

Celle-ci est une ancienne méthode mais aussi un **grand classique**. Vous la retrouvez probablement dans votre quotidien sans même vous en rendre compte !

Habituellement, pour conclure une vente, il y a deux issues : oui ou non.

Dans notre cas vous allez toujours laissez le choix entre plusieurs **possibilités** à votre prospect, mais vous "oubliez" le refus de l'offre. 😊

De fait, votre prospect a le choix entre deux **déclinaisons** de votre offre et il ne pensera donc pas à refuser. Ceci nécessite tout de même un petit **signal d'achat** pour fonctionner.

Avec **quelques exemples**, ce sera plus clair pour vous :

- Alors, vous préférez le chalet à la montagne ou la maison en bord de mer ?
- Laquelle prenez-vous, le SUV ou la berline ?
- Plutôt noir ou blanc ?
- La formule basique ou la solution complète à -20% (mais c'est bien parce que c'est vous).
- Je vous livre ceci pour demain ou hier ? (blague)



## c) La vente présumée

---

Cette méthode est à réserver pour les vendeurs les plus téméraires et **affûtés**.

Premièrement, nous avons vu la proposition directe qui offre deux issues : acceptation ou refus. Puis la fausse alternative qui, comme son nom l'indique, propose le choix en l'alternative A ou B de votre offre.

Enfin, vous avez la vente présumée qui considère la **vente acquise**.

Dans cette méthode, contentez-vous d'échanger avec votre prospect sur le déroulement des événements **après signature** du contrat, pendant que vous remplissez le **bon de commande** l'air de rien.

ATTENTION : ne vous lancez surtout pas, au grand jamais, dans un **closing** de type vente présumée sans avoir nettement identifié **un signal d'achat préalable** !

Sinon vous risquez de tout faire capoter en moins de temps qu'il ne faut pour le dire et de braquer ou faire **paniquer** votre client, qui n'est pas prêt à passer le pas.

Comme dans une proposition directe, soyez **délicat**.



**Exemples** (si signal d'achat préalable) :

- Je vous livre quand ? / où ?
- On commence quand ?
- Je mets le bon pour lundi prochain ?

## 3. Les astuces de pros de votre closing

---

Nous avons aussi 2, 3 petites astuces sous le coude pour évincer la possibilité d'échec et la transformer en **opportunités** et **conclure une vente**. ✨

### a) Surfer sur une objection pour conclure une vente

---

Parfois, à la fin d'un rendez-vous commercial, votre prospect vous sort une **objection** de son chapeau.

De fait, cette objection de dernière minute est souvent due à la peur de **l'engagement final**, l'impossibilité de retour arrière... C'est humain et ça arrive même aux meilleurs.

Dans ce cas, sautez sur l'occasion de **conclure la vente** habilement :

1. Premièrement, **validez l'objection intégralement** en montrant votre intérêt, puis reformulez comme vous le feriez traditionnellement.
2. Puis, **isolez l'objection** : à part cela il y a-t-il autre chose ?
3. Ensuite **verrouillez** : "si ce point n'existait pas, nous pourrions travailler ensemble ?"
4. **Répondez** à l'objection avec **preuve**, **validez** votre réponse avec votre interlocuteur.
5. Enfin, tentez une **conclusion** par proposition directe ou fausse alternative. ✓

### b) Ne pas céder au chantage en closing

---

Trop souvent les commerciaux bradent leur offre à la fin de l'entretien pour déclencher l'achat. Ne restez pas bloqué sur vos **objectifs**.

Vous devez protéger vos marges et ainsi **protéger votre offre**.

En effet, si vous abaissez trop le prix, votre **prospect** va finir par croire :

1. Qu'il est un chef en négo (et ça il va s'en vanter). ✗

2. Que votre offre est surcotée. ❌

C'est **vous qui fixez le prix** et pas votre client. Vous, comme lui, devez croire en la valeur de votre offre, sinon il va vouloir tout grappiller un peu partout, et ce, durant toute votre collaboration. 💰

Nous vous l'avons expliqué plus tôt, vous pouvez faire des **concessions** pour favoriser la signature, mais en aucun cas accorder une condition trop importante. Ayez toujours en tête votre prix minimum.

**Attention : vous devez toujours demander une contrepartie** (témoignages, délais de livraison, recommandation ou parrainage).

Enfin, vous avez tant de **manières de négocier** autre qu'autour du prix ! Vous devez convaincre votre prospect de la qualité de votre offre et vous n'aurez pas à justifier son prix.

Si toutefois votre prospect ne peut pas se payer votre offre, c'est alors un tout autre problème : vous avez mal défini votre **persona ou client idéal**...

## 4. Et après le closing ?

---

Après votre demande **d'engagement** : silence monastique. Peu importe si un ou deux anges passent, c'est votre prospect qui doit rompre ce silence et assumer sa décision.

### a) Conclure une vente = fixer un engagement

---

À la fin d'un entretien de vente, vous ne devez jamais laisser repartir votre prospect sans donner **une suite à votre échange**.

Débusquez chaque opportunité d'avoir un **engagement** de la part de votre prospect. Ainsi, vous devez figer sa **réflexion d'achat**.

Si votre prospect décline votre offre, essayez de comprendre pourquoi, décalez votre offre dans le temps si possible, cherchez une **opportunité** de le recontacter par la suite.

Ensuite, si votre interlocuteur n'est pas **décideur** dans la démarche, prenez les devants et obtenez directement les coordonnées de la personne adéquate pour **fixer un rendez-vous** le plus rapidement possible.

Ne laissez pas votre interlocuteur le faire pour vous, il va oublier ou le faire dans 1 semaine...

De plus, s'il veut se donner du temps pour réfléchir, c'est probablement qu'il a une **objection cachée** non résolue

Échangez de nouveau, ne partez pas en laissant votre prospect dans le doute, parlez de l'urgence de la situation, évitez à tout prix les "je vous recontacterai".

Enfin, s'il a signé, passez à la suite pour **savoir prendre congé** ! 🎉

## **b) Prendre congé correctement après le closing**

---

Peu importe le déroulement de votre rendez-vous commercial, votre travail ne s'arrête pas au **closing**. Vous comme votre client devez prendre connaissance de la suite.

Conclure une vente, c'est bien, connaître les prochaines étapes, c'est mieux !

Comme toujours, dans la **relation client** vous devez être leader et proactif. Le suivi permet d'entretenir votre relation avec votre prospect et le garder impliqué dans la **collaboration**.

Une bonne relation est essentielle, elle vous facilitera la vie et rendra heureux votre prospect. Par la suite vous pourrez même bénéficier de bouche-à-oreille et de **recommandations**.

Vous devez être professionnel de A à Z, c'est votre job et votre **crédibilité** qui sont en jeu. **L'expérience client** doit être la meilleure possible. Chaque promesse doit absolument être tenue.

À la suite de votre entretien de vente, vous pouvez faire parvenir à votre client une note, un devis ou encore un mail venant **récapituler** tout votre échange et les engagements pris à sa fin : les siens mais aussi les vôtres.

Ajoutez-y les documents annexes à votre présentation, vos **supports commerciaux** ou une quelconque notice pour qu'il puisse continuer d'explorer votre offre avant le jour J.

Dans le cas où vous n'auriez pas conclu d'engagement, des **remerciements** seront toujours les bienvenus. 🍷

Quoi qu'il en soit, attendez le lendemain du rendez-vous pour lui transmettre vos informations pour ne pas le surcharger. Mais n'attendez pas trop longtemps non plus pour lui montrer votre **réactivité**.

Enfin, jouez la carte des **réseaux**, aujourd'hui c'est important, envoyez lui une demande de contact.

Un mot d'ordre : prenez soin de vos clients, c'est grâce à eux que vous existez.

## c) L'essentiel pour conclure une vente

---

- **Osez**, leadez, ne soyez pas spectateur et n'attendez pas que votre client se décide tout seul
- **Signal d'achat** = conclusion, pas de détours, pas de sur-argumentation, pas de chichis !
- **3 techniques** à adapter selon les situations : directe, fausse alternative, vente présumée.
- Après une tentative pour conclure une vente : **silence**, ça pousse.

Faisons un petit aparté concernant la **vente à distance**. Aujourd'hui la visio se démocratise à juste titre, mais cela va chambouler quelques pratiques et habitudes...

La technique de vente présumée devient donc difficile, voire impossible à appliquer. Ces circonstances impliquent une certaine **démagogie** vis-à-vis de votre prospect, pensez-y !

## DÉCOUVREZ NOS LIVRES BLANCS ET GUIDES, Pensés pour VOUS, écrits par NOUS !

