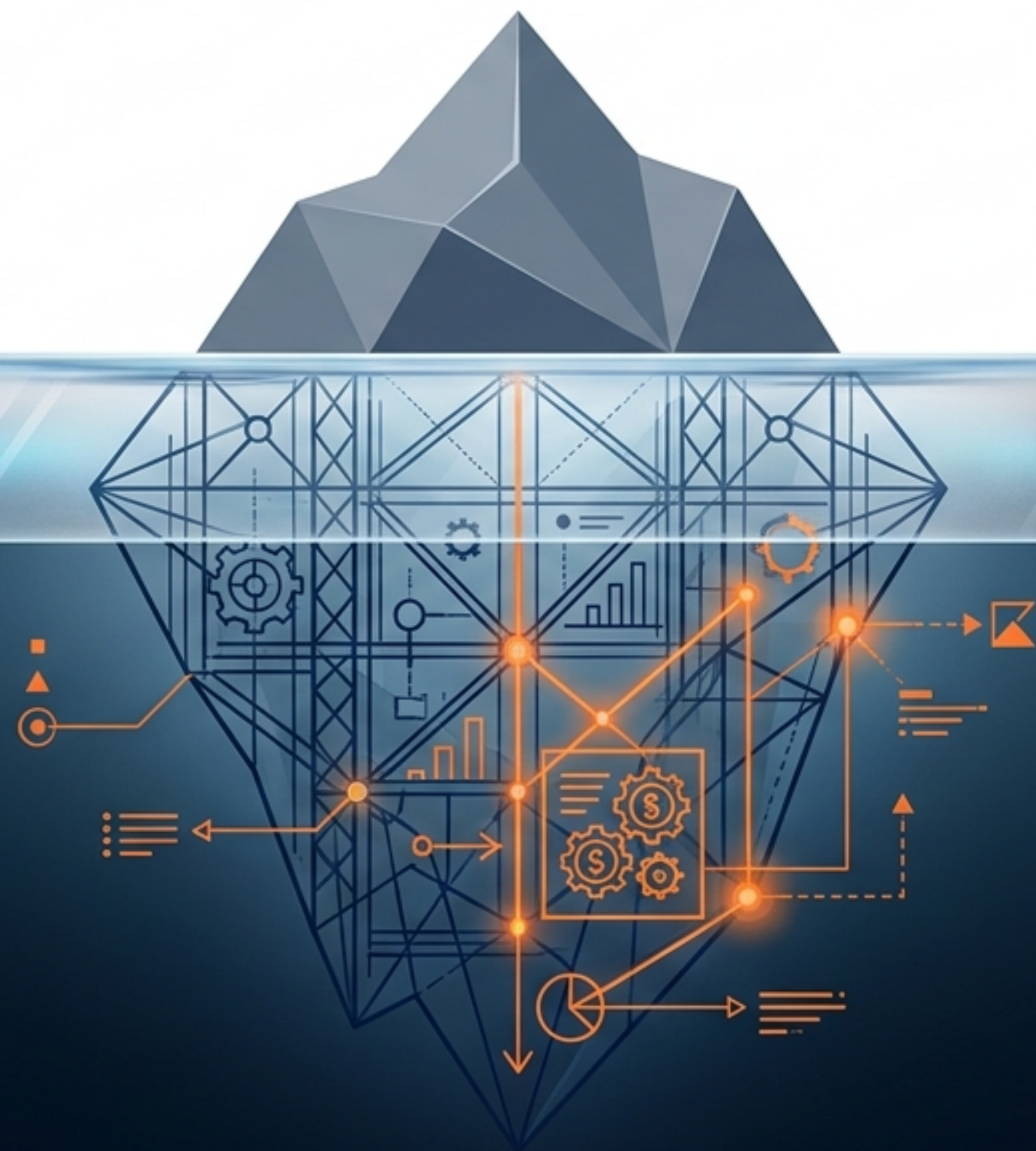
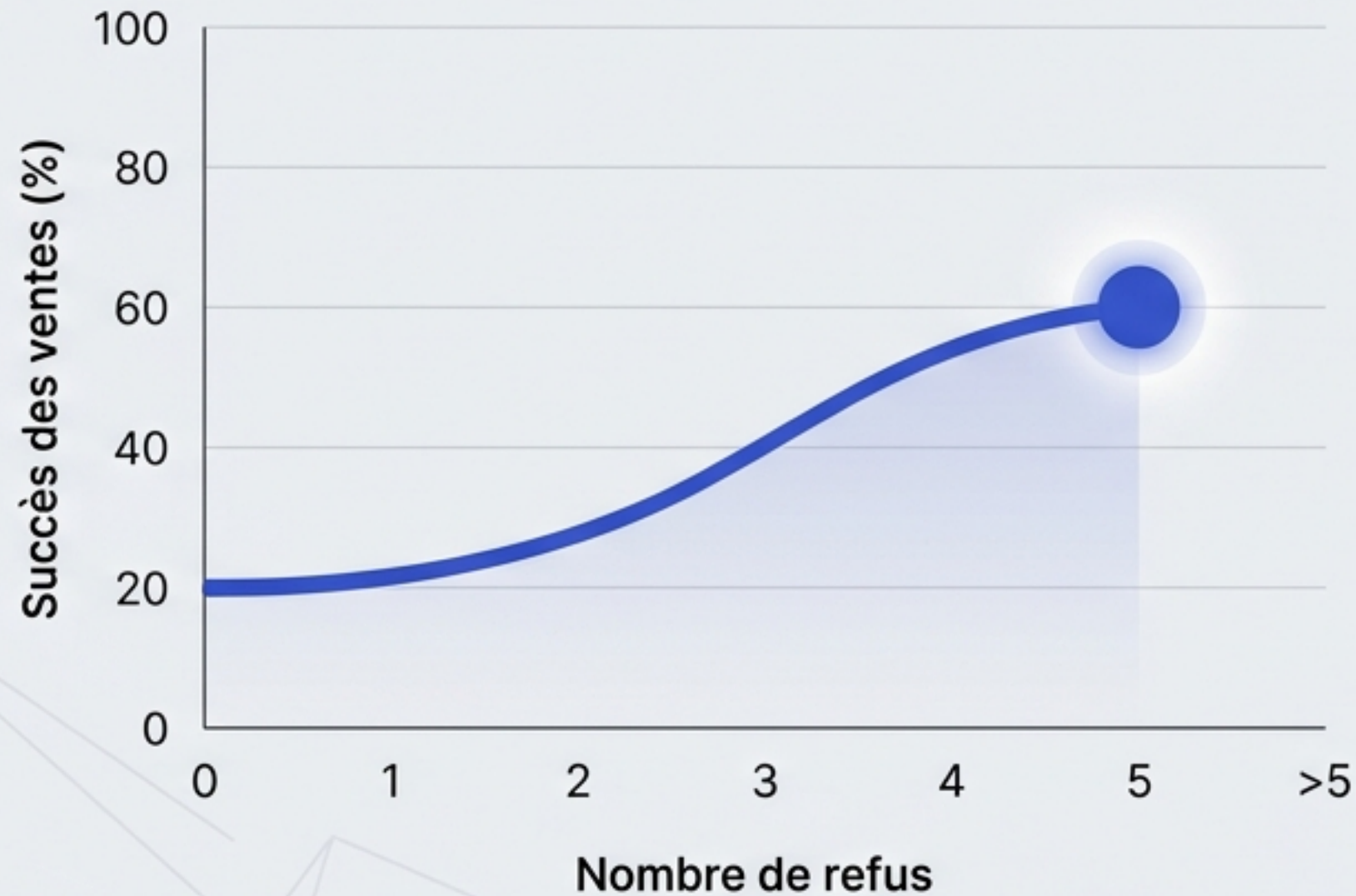


# L'Illusion du Prix

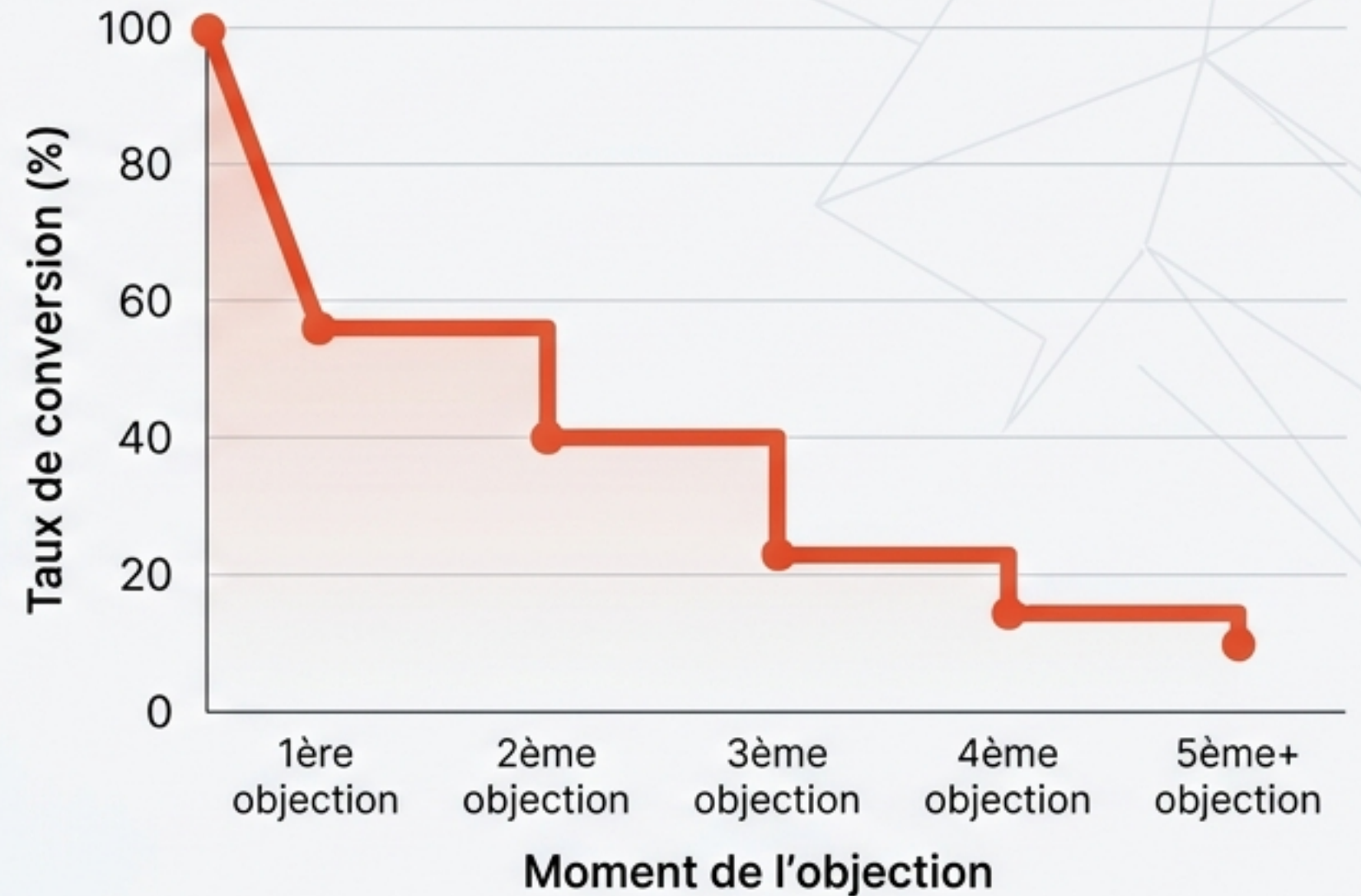
Décoder et Maîtriser les Objections Budgétaires



# Le paradoxe de l'objection : Un signal d'achat déguisé



**60%** des ventes exigent au moins **5 refus** avant d'aboutir.



**44%** des commerciaux abandonnent à la **toute première objection**.

Une objection n'est pas un refus. C'est une **demande d'information supplémentaire** et une preuve d'engagement.

# L'anatomie d'une objection financière

**“C’est trop cher.”**

**“On n’a pas le budget.”**



**Peur du risque :** Si je me trompe, je perds mon capital politique.

**Manque de priorité :** Je ne vois pas pourquoi je dois régler ce problème maintenant.

**Le test du vendeur :** Avez-vous suffisamment confiance en votre produit pour défendre ce prix ?

# Matrice de Diagnostic : Identifier la vraie pathologie



**C'est trop cher**

**Diagnostic :** Déficit de Valeur Perçue.

**Le vrai problème :** Le ROI n'est pas clair.



**On n'a pas le budget**

**Diagnostic :** Déficit de Priorité / Timing.

**Le vrai problème :** La douleur actuelle est tolérable.



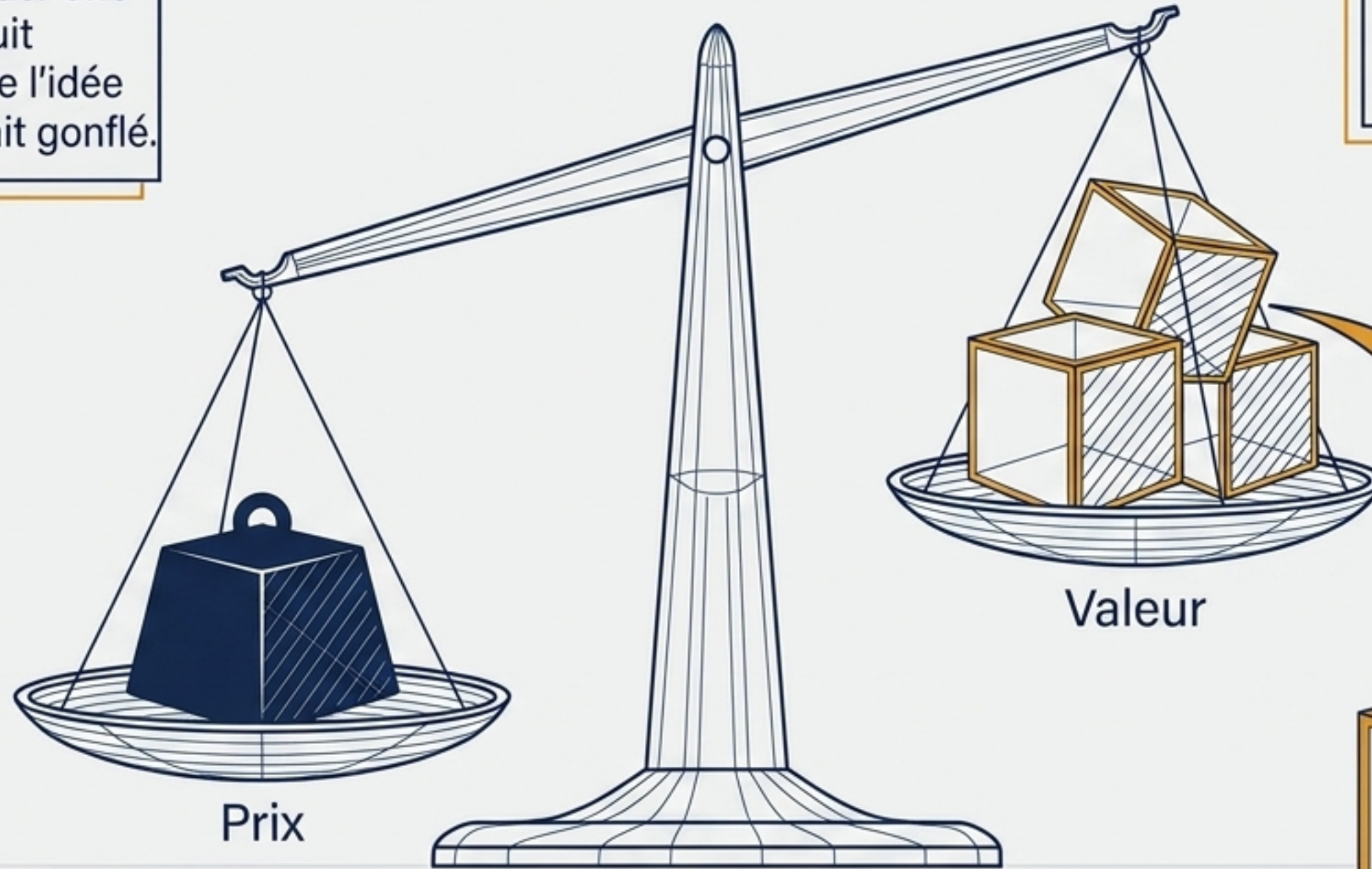
**C'est plus cher que le concurrent**

**Diagnostic :** Déficit de Différenciation.

**Le vrai problème :** Ils comparent des pommes et des oranges.

# La Règle d'Or : Ne jamais répondre au prix par le prix

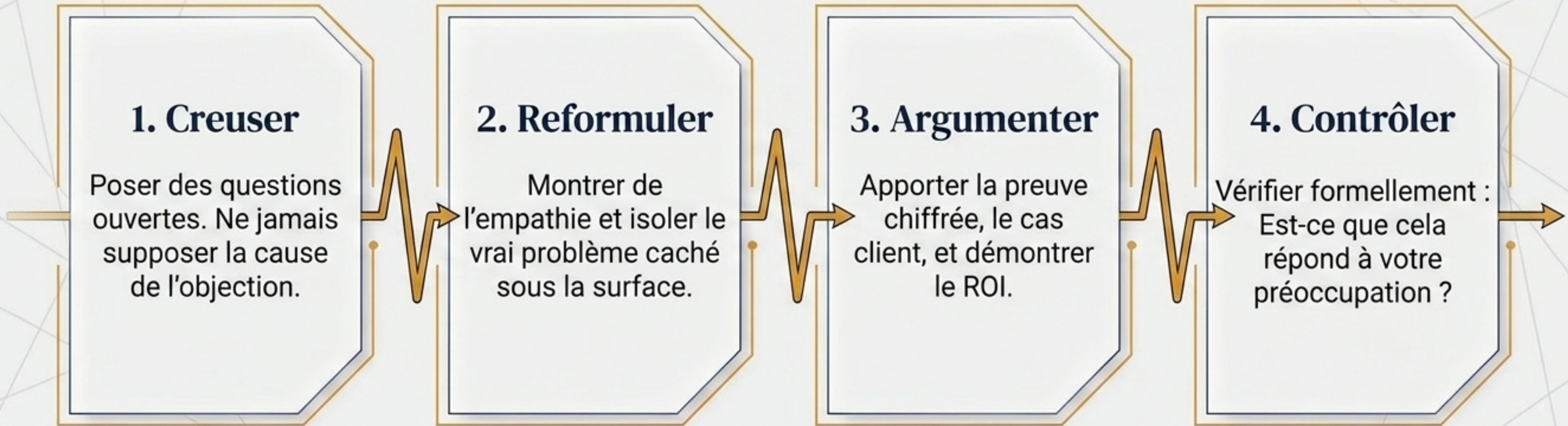
**L'Erreur Fatale :** Accorder une remise immédiate détruit votre crédibilité et ancre l'idée que votre prix initial était gonflé.



**Le Principe :** Le prix est ce que l'on paie, la valeur est ce que l'on obtient.

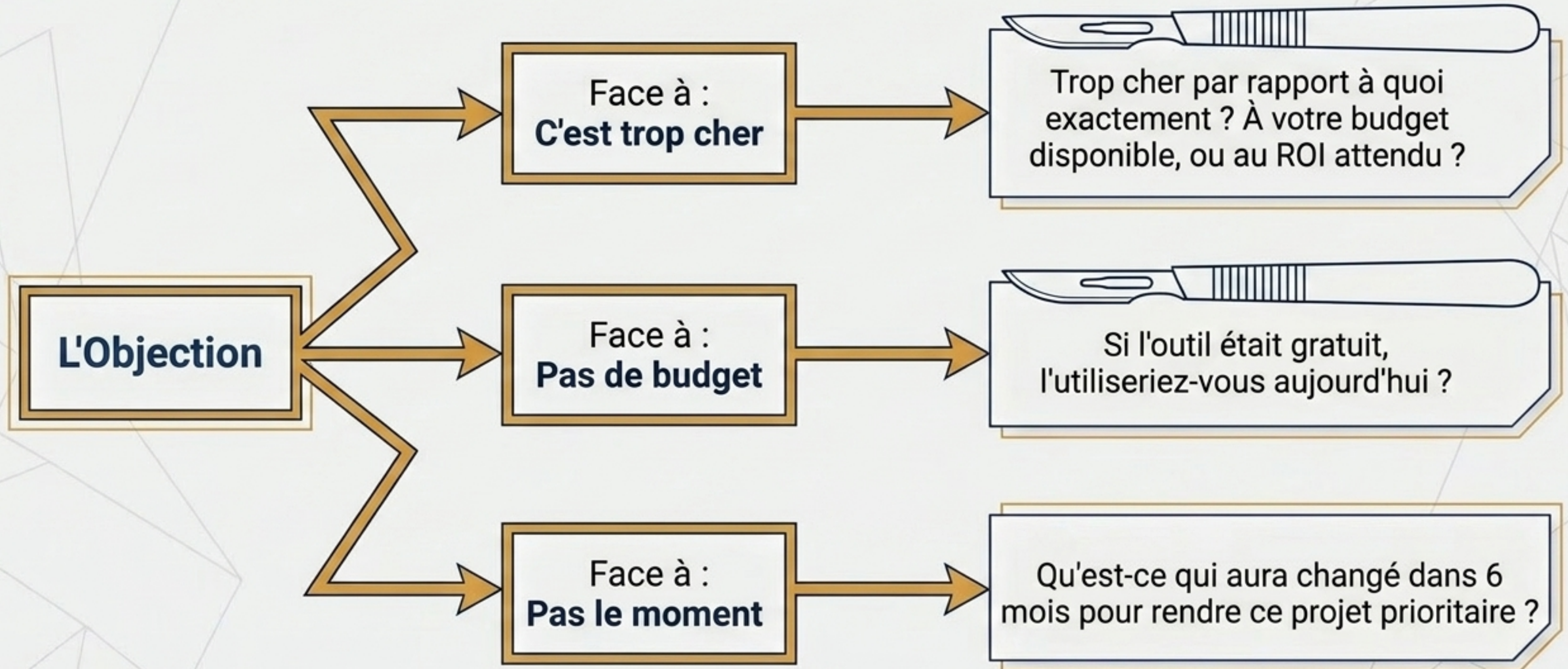
**La Solution :** Il faut alourdir le plateau de la Valeur, pas alléger celui du Prix.

# Le Framework C.R.A.C. : L'architecture d'une réponse



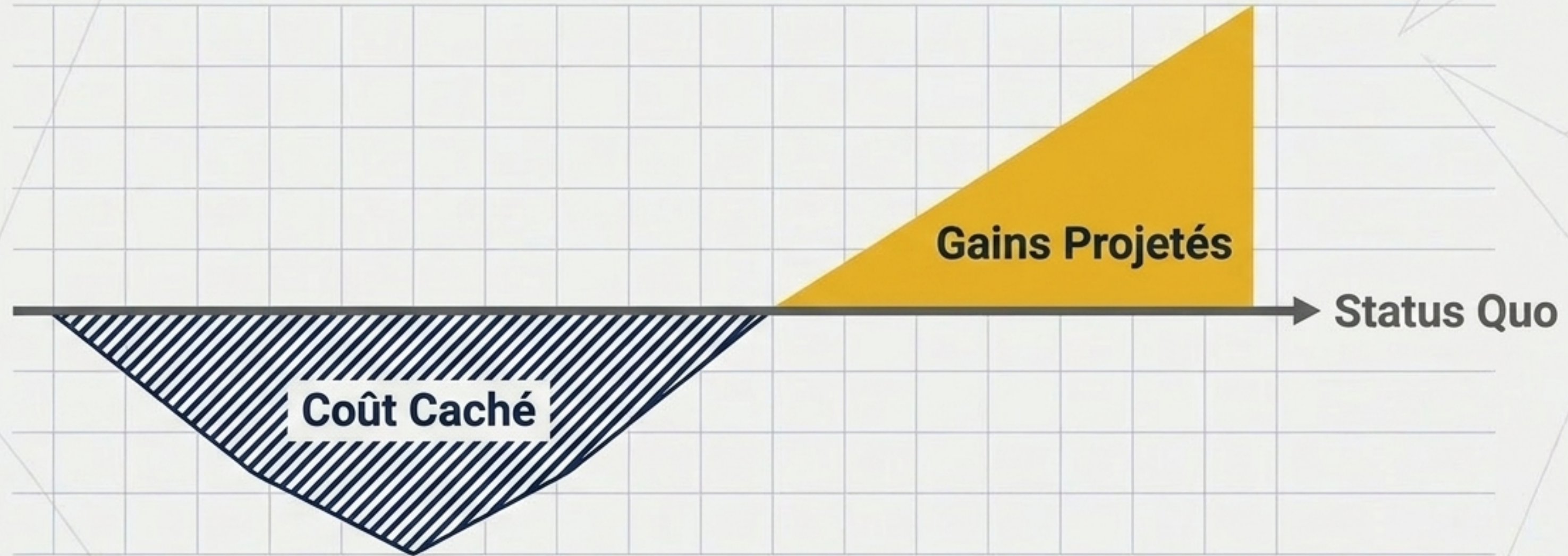
# Phase 1 : L'art de Creuser (L'Isolation)

Ne sortez jamais vos arguments avant d'avoir isolé la vraie douleur.



# Technique 1 : Le Coût de l'Inaction (COI)

Inverser le risque : Ne montrez pas ce que ça coûte, montrez ce qu'ils perdent à ne rien faire.



*"Je comprends que l'investissement vous fasse hésiter. Mais concrètement, que vous coûte l'inaction à ce jour ? Si la situation actuelle vous coûte X€ par mois en productivité perdue, c'est bien plus que l'investissement dont nous parlons aujourd'hui."*

# Technique 2 : Le Fractionnement & Le ROI

Relativiser la dépense en la ramenant à une unité de temps ou aux gains générés.

Nos clients constatent un **ROI moyen de 340%** la première année.

Quel impact aurait une hausse de **25%** de votre conversion sur votre chiffre d'affaires ?



**Coût Journalier**

Votre investissement se résume à **X€ par mois**.

Ramené à la taille de votre équipe, c'est **Y€ par jour**.

Soit le prix d'un café pour sécuriser l'ensemble de vos données.

# Technique 3 : L'Effet Boomerang

Utiliser l'objection financière comme la raison exacte pour laquelle ils doivent acheter.

## Le Prospect

Notre budget est extrêmement serré en ce moment, on doit réduire nos dépenses.



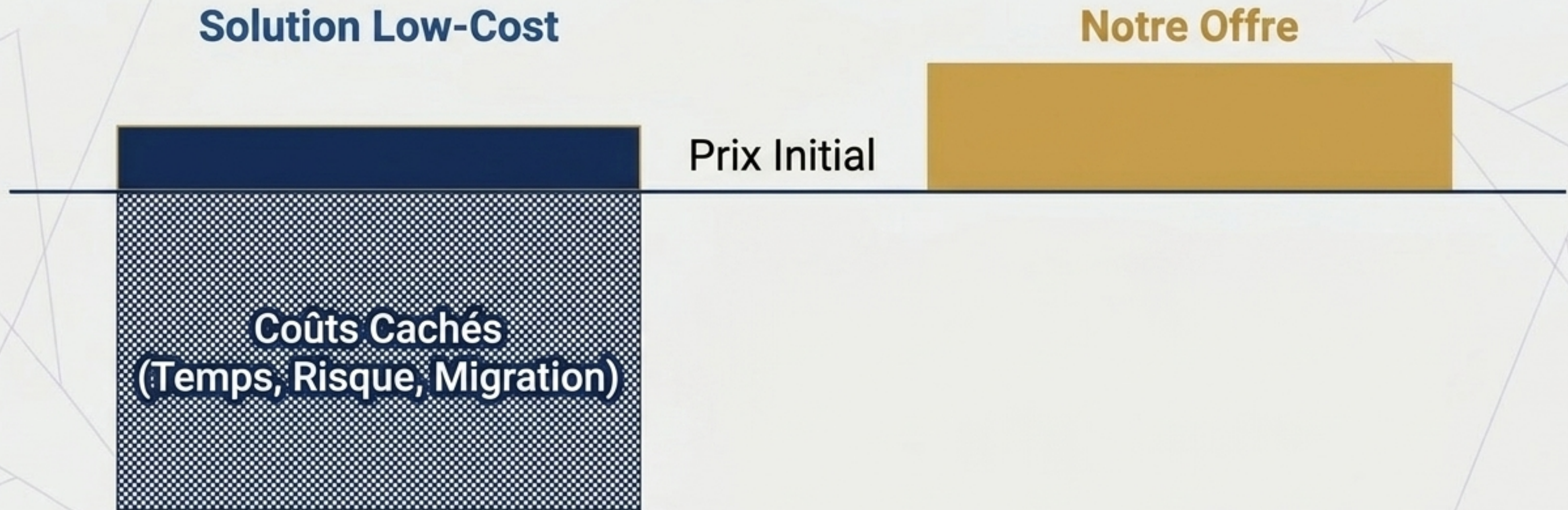
## Le Commercial

C'est exactement pour cette raison que nous devons travailler ensem. Notre solution est conçue pour réduire vos coûts opérationnels de 20%. C'est cerretant justement parce que le budget est qu'il faut colmater cette fuite immédiatement.



# Technique 4 : Gérer le piège du concurrent Moins Cher

Recadrer sur le coût total de possession (TCO) sans dénigrer la concurrence.



C'est une excellente solution. Mais comparez-vous la même chose ?  
Si on retire de notre offre l'accompagnement, la sécurité avancée et l'intégration, on arrive parfois à un prix inférieur. Mais si on ajoute la sécurité avancée et l'intégration, on arrive au même prix. Est-ce que l'économie à court terme vaut le risque à long terme ?

# L'Escalade de l'Engagement : Armer votre Champion

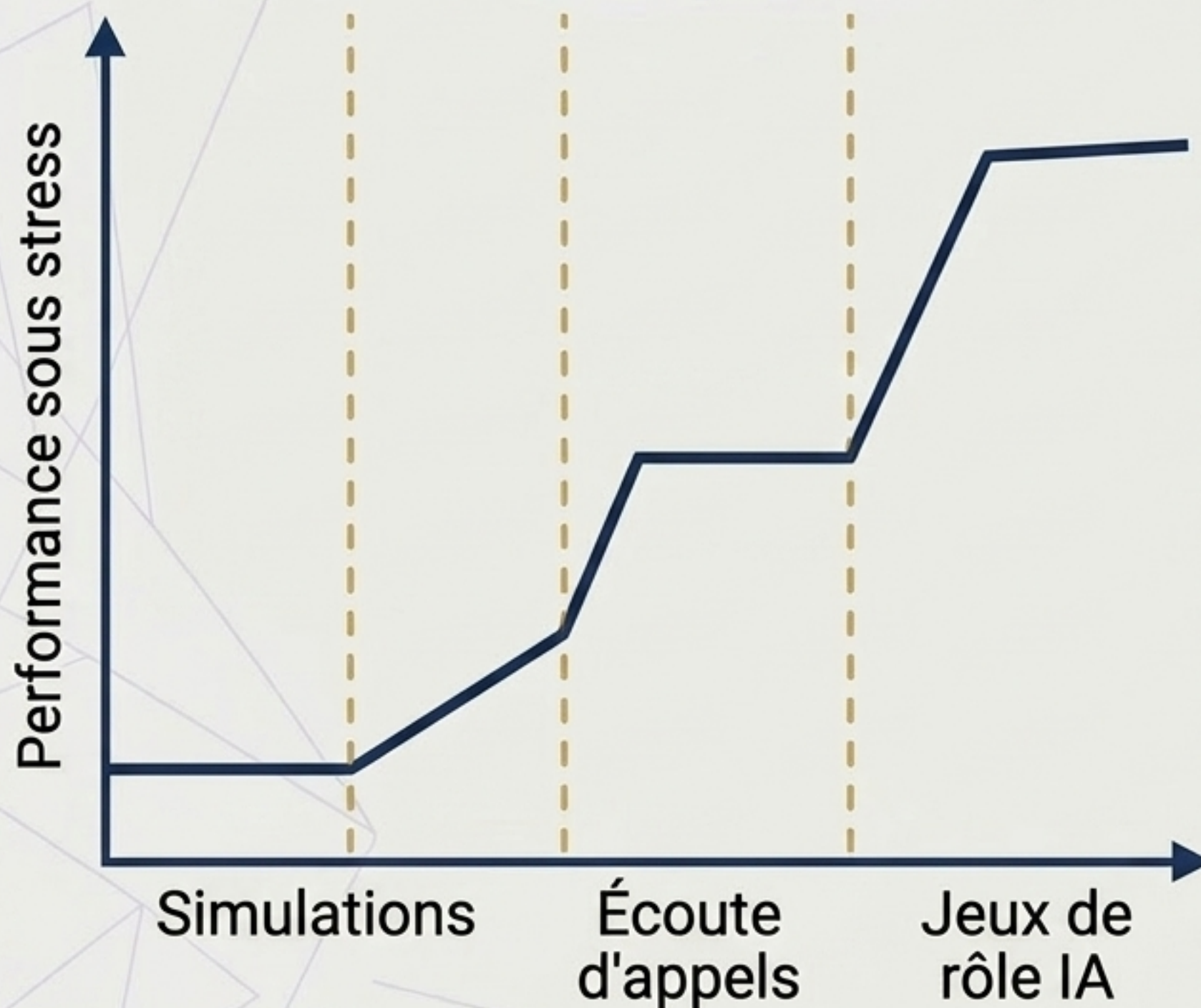


**42%** des décisions d'achat B2B impliquent la Direction Financière.

C'est tout à fait normal pour une décision de cette nature. Pour vous aider à défendre ce projet en interne : quels sont les 2 ou 3 critères sur lesquels la direction va vous challenger ? Ne les laissez pas partir seuls. Fournissez un dossier clé en main ou proposez de co-présenter.

# Préparation vs Improvisation

Face à un acheteur qui exige une remise, seul l'entraînement crée le bon réflexe.



## La Réalité :

La connaissance théorique des scripts s'effondre sous la pression de la négociation.

## La Solution :

Créer des réflexes neuronaux par la répétition en environnement simulé.

## Impact :

Un entraînement régulier améliore la gestion des objections complexes de **35% à 40%**.

# L'Anti-sèche Stratégique

Quatre réflexes immédiats pour pivoter sans négocier.

## 1. C'est trop cher

Pivot : Par rapport à quoi exactement ? À votre budget disponible, ou à la valeur attendue du projet ?

## 2. Pas de budget

Pivot : Si l'outil était 100% gratuit, l'utiliseriez-vous dès aujourd'hui ?

## 3. Pas le moment

Pivot : Que se passera-t-il exactement dans 6 mois pour que ce sujet devienne enfin prioritaire ?

## 4. Concurrent moins cher

Pivot : Comparez-vous la même chose ? Prenons le temps d'analyser les coûts cachés.

# Révélez la Valeur.

L'objection n'est pas la fin  
de la vente. C'est le moment  
exact où la vente commence.

Le prix est ce que l'on paie.  
La valeur est ce que l'on obtient.

Arrêtez de négocier le prix.  
Commencez à diagnostiquer  
le vrai problème.

