

La méthode de vente « one shot »

Attention ! Des commerciaux prospectent les entreprises de la région en utilisant une méthode de vente expéditive et redoutablement efficace : la « one shot ». (Littéralement : « d'un seul coup », « en une seule fois ».)

Cette méthode permet de réaliser une vente en un seul et unique RDV entre le commercial et le prospect. De nombreux types de produits sont vendus pas cette méthode : site Web, alarme, système de sauvegarde ou de surveillance...

À quoi ressemble une telle vente ?

- 1/ Téléprospection (*phoning*) pour obtenir un RDV de vente (parfois avec insistance),
- 2/ déroulement de l'argumentaire le jour du RDV, pendant plusieurs heures (pour conditionner le prospect),
- 3/ exigence d'une signature immédiate pour bénéficier de l'offre (pour limiter le « risque » de lecture du contrat),
- 4/ départ rapide du commercial, souvent sans que le prospect ait eu le temps de lire le contrat en détail.

Pourquoi faut-il se méfier ?

Cette méthode est souvent associée à la revente rapide du contrat à une société de crédit-bail (« *leasing* » ou Location avec Option d'Achat).

Le client découvre en lisant son contrat qu'il n'a pas signé pour une vente, mais pour une location ou une licence d'exploitation, irrévocable et indivisible, sur 48 mois ! Des clients s'estiment ainsi « arnaqués ».

Ne pas jeter sur la voie publique. Document libre, pour tout usage.

La méthode de vente « one shot »

Des commerciaux prospectent les entreprises de la région en utilisant une méthode de vente expéditive et redoutablement efficace : la « one shot ». (Littéralement : « d'un seul coup ».)

Cette méthode permet de réaliser une vente en un seul et unique RDV entre le commercial et le prospect. De nombreux types de produits sont vendus pas cette méthode : site Web, alarme, système de sauvegarde ou de surveillance...

À quoi ressemble une vente via cette méthode ?

- 1/ Pré-démarchage téléphonique (*phoning*) pour obtenir un RDV de vente (parfois avec insistance),
- 2/ déroulement de l'argumentaire le jour du RDV,
- 3/ exigence d'une signature immédiate pour bénéficier de l'offre,
- 4/ départ rapide du commercial, souvent sans que le prospect ait eu le temps de lire le contrat en détail.

Des techniques de séduction sont souvent utilisées durant ce démarchage, via des phrases telles :

- « On vous a choisi » (vous êtes un « Élu ») ;
- « Vous représenterez notre entreprise » (on vous fait miroiter le rôle d'ambassadeur de l'entreprise).

Conseil : Exigez de pouvoir lire le contrat à tête reposée, hors de la présence du commercial, avant de le signer.

Ne pas jeter sur la voie publique.

Document libre de toute licence, pour tout usage (reproduction, modification...).