

INTENTION : Il existe 8 Principes de conformité pour influencer et persuader un client de dire « oui! ». Déterminez les principes de conformité qui constitueront une stratégie efficace pour faire progresser le cycle d'achat du client.

Principe	Faits de la recherche	Stratégie/tactique	Votre stratégie/tactique
Autorité	<ul style="list-style-type: none"> Les gens suivront généralement l'avis de ceux qu'ils perçoivent comme ayant une expertise. L'expertise perçue suscite le respect. 	<ul style="list-style-type: none"> Incitez les clients à vous percevoir comme bien informé. Connaissez bien vos produits et services. Comprenez l'activité commerciale de vos clients. Habilitez-vous de manière à vous conformer aux attentes de votre client. Développez une attitude axée sur la résolution des problèmes. Soyez optimiste et centré sur les objectifs. Imprimez votre titre professionnel sur votre carte d'affaires. 	
Réciprocité	<ul style="list-style-type: none"> Les gens ont tendance à rendre des faveurs à cause de leur sentiment d'être redevables. 	<ul style="list-style-type: none"> Apportez une valeur ajoutée aux relations. Servez bien vos clients et agissez dans leur intérêt à long terme. Générez des « faveurs qui vous seront redevables » en rendant des faveurs et en faisant des contributions personnelles qui sont directement et indirectement liées à votre relation d'affaires. 	
Rapport	<ul style="list-style-type: none"> Les gens suivent les conseils de ceux qu'ils aiment. Nous aimons nous joindre à des groupes et y appartenir, et nous sommes enclins à préférer les membres de notre groupe ou les styles de personnalité semblables aux nôtres. 	<ul style="list-style-type: none"> Établissez des points communs. Parlez de choses et d'autres pour démontrer des intérêts communs. Déterminez leur style de personnalité et adaptez-vous-y. Utilisez leur style de langage. Reflétez leurs postures. Partagez le style de pensée du client. 	
Raison	<ul style="list-style-type: none"> Les gens ont naturellement tendance à répondre positivement aux demandes qui ont du sens. 	<ul style="list-style-type: none"> Communiquez clairement comment les caractéristiques de vos produits ou services répondent mieux aux besoins du client que celles des autres. Exprimez les avantages en dollars et en économies de temps et de tracas. Impliquez activement le client dans le processus de correspondance de ses besoins à vos produits ou services. 	

Principe	Faits de la recherche	Stratégie/tactique	Votre stratégie/tactique
Efficacité	<ul style="list-style-type: none"> Les gens ont tendance à faire les choses de la manière la plus facile. 	<ul style="list-style-type: none"> Démontrez aux clients l'efficacité de votre produit ou votre service. Anticipez les objections, les tâches liées à la mise en œuvre et les problèmes. Préparez des solutions appropriées à titre préventif. 	
Cohérence	<ul style="list-style-type: none"> Les gens se comportent de façon cohérente avec leur comportement antérieur ainsi qu'avec leurs concepts d'eux-mêmes. 	<ul style="list-style-type: none"> Apprenez à connaître les habitudes de vos clients et sur une base personnelle pour comprendre comment ils se perçoivent. Rappelez continuellement à vos clients dans quelle mesure vos produits et services répondent à leurs attentes en établissant un processus d'examen pour surveiller votre satisfaction mutuelle. 	
Preuves sociales	<ul style="list-style-type: none"> Les gens ont tendance à faire ce que font les autres (ceux pour qui ils ont du respect). 	<ul style="list-style-type: none"> Démontrez comment vous et votre entreprise avez rendu service à des organisations ou à des individus. Sollicitez et utilisez des témoignages et des références. Rejoignez des organisations professionnelles et participez-y activement. 	
Rareté	<ul style="list-style-type: none"> Les gens ont tendance à vouloir quelque chose davantage s'il y a une pénurie ou si la durée est limitée. 	<ul style="list-style-type: none"> Utilisez la pénurie ou le manque de temps pour créer l'urgence. Lorsque les offres sont vraiment limitées ou que les offres de produits ou de prix sont réellement à durée limitée, expliquez la situation de la façon la plus factuelle et la plus rapide possible. Offres spéciales de prix à durée limitée ou avec une date d'expiration. <i>N'utilisez pas cette tactique de façon malhonnête.</i> 	

Pour votre type de clientèle et votre secteur d'activité, quels Principes de conformité allez-vous appliquer stratégiquement?