

**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"> <li>Les gens suivront généralement l'avis de ceux qu'ils perçoivent comme ayant une expertise. L'expertise perçue suscite le respect.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Incitez les clients à vous percevoir comme bien informé.</li> <li>Connaissez bien vos produits et services.</li> <li>Comprenez l'activité commerciale de vos clients.</li> <li>Habilitez-vous de manière à vous conformer aux attentes de votre client.</li> <li>Développez une attitude axée sur la résolution des problèmes. Soyez optimiste et centré sur les objectifs.</li> <li>Imprimez votre titre professionnel sur votre carte d'affaires.</li> </ul> |                          |
| Réciprocité | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les gens ont tendance à rendre des faveurs à cause de leur sentiment d'être redevables.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Apportez une valeur ajoutée aux relations.</li> <li>Servez bien vos clients et agissez dans leur intérêt à long terme.</li> <li>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.</li> </ul>   |                          |
| Rapport     | <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Établissez des points communs.</li> <li>Parlez de choses et d'autres pour démontrer des intérêts communs.</li> <li>Déterminez leur style de personnalité et adaptez-vous-y.</li> <li>Utilisez leur style de langage.</li> <li>Reflétez leurs postures.</li> <li>Partagez le style de pensée du client.</li> </ul>  |                          |
| Raison      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les gens ont naturellement tendance à répondre positivement aux demandes qui ont du sens.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquez clairement comment les caractéristiques de vos produits ou services répondent mieux aux besoins du client que celles des autres.</li> <li>Exprimez les avantages en dollars et en économies de temps et de tracas.</li> <li>Impliquez activement le client dans le processus de correspondance de ses besoins à vos produits ou services.</li> </ul>   |                          |

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

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