



La psychologie de la vente

Pourquoi ce webinaire est essentiel pour (re)trouver le plaisir de vendre ?

Si vous associez encore la vente à une démarche agressive, manipulatrice ou stressante... il est temps de changer de regard. C'est exactement ce que propose Natalia Douliez, coach certifiée en stratégie commerciale et fondatrice de CEO Coach, dans le webinaire intitulé « Psychologie de la vente ». À travers une approche vivante et accessible, elle décortique **ce qui se joue réellement dans l'échange commercial, côté acheteur comme côté vendeur.**

Objectif

Vous aider à (re)devenir un vendeur heureux, plus efficace, plus à l'aise, capable de **vendre** sans forcer. Car vendre, ce n'est pas pousser un produit : c'est **comprendre** une personne, l'**aider** à prendre une bonne décision, et **créer** un lien de confiance qui mène à l'achat.

Son approche repose sur des mécanismes psychologiques concrets :

- les deux systèmes de décision qui s'activent dans le cerveau du client (intuition vs. logique),
- les émotions qui déclenchent (ou bloquent) l'achat,
- les croyances internes du vendeur qui sabotent (ou boostent) ses résultats.

Dans cette fiche de synthèse, **vous n'apprendrez pas seulement à vendre, vous apprendrez à aimer vendre.**



(re)Voir le replay du webinaire :
<https://www.youtube.com/watch?v=d6eZxO3er1k>

1. LES DEUX SYSTÈMES DE DÉCISION DE L'ACHETEUR

« *Le client achète rarement avec sa logique. Il achète avec son envie, sa peur, ou son besoin.* »

L'acheteur utilise deux systèmes pour décider :

- **Système 1 (intuitif)** : rapide, automatique, émotionnel (ex. : coup de cœur)
- **Système 2 (rationnel)** : lent, logique, conscient... mais énergivore (ex. : comparaison des prix)

En situation de vente, le **Système 1 est souvent dominant** : l'acheteur décide d'abord avec ses émotions, puis justifie avec des raisons (Système 2).

💡 Conseil

Structurez votre discours pour créer de l'envie, rassurer, et rendre la décision facile. La logique seule ne suffit pas à déclencher l'achat.

Les 3 "voix intérieures" du client :

- Le Lâche (peur) → "Et si je me trompe ?"
- Le Bêta (désir) → "Je le veux !"
- Le Chef (décision) → "Allez, je me lance !"

L'acheteur est donc un être émotionnel en tension entre envie, peur et raisonnement.

💡 Conseil

Votre rôle est d'apaiser la peur, nourrir le désir, et renforcer la confiance au bon moment.

2. DÉBLOQUER LES FREINS MENTAUX DU VENDEUR : POSTURE, CROYANCES ET MOTIVATION

« *Un vendeur malheureux souffre. Un vendeur heureux vend.* »

Un vendeur mal à l'aise n'est pas incompetent : il est souvent freiné par ses croyances :

- "Je dérange..."
- "Je ne suis pas assez expert..."
- "Je vends cher..."

Ces pensées sabotent l'énergie commerciale, même avec une bonne technique.

Devenez un vendeur équilibré, capable de passer du conteur à l'expert, du psychologue au problem-solver.

💡 Conseil

Identifiez vos croyances négatives et transformez-les en affirmations utiles.

Ex. : « Je ne dérange pas, j'apporte de la valeur. »

3. LA PSYCHOLOGIE DU PRODUIT

« *On ne vend pas un produit, on vend une émotion.* »

Un produit n'est pas qu'une marchandise :

- Il porte une **valeur émotionnelle** (fierté, confort, sécurité...)
- Il satisfait un **besoin immédiat** (soulagement, gain...)
- Il peut aussi activer une **peur, un frein, un doute**

L'acheteur n'achète donc pas une solution, mais une promesse de résultat. Le produit devient vecteur de valeur perçue, bien au-delà de ses caractéristiques.

💡 Conseil

Reliez votre produit à des bénéfices vécus. Ne dites pas « logiciel de gestion », dites « sérénité au quotidien ».

💡 Conseil

Posez-vous 3 questions-clés :

1. Quelle **émotion** mon produit déclenche-t-il ?
2. Quelle **douleur** il soulage ?
3. Quelle **valeur** il incarne ?

04

4. COMMUNIQUER AVEC IMPACT : ATTIRER L'ATTENTION, CRÉER LE LIEN, GÉRER LES OBJECTIONS

« Une objection n'est pas un refus, c'est une demande d'information. »

Vendre, c'est dialoguer et cela **repose sur une communication stratégique** :

- capter l'attention,
- créer un lien de confiance,
- écouter sans juger,
- répondre avec clarté.

Les **objections sont normales**, parfois même utiles, car elles révèlent l'intérêt réel du client. Certaines objections sont rationnelles (prix, délai), d'autres émotionnelles (méfiance, peur de se tromper).

💡 Conseil

Reformulez les objections pour rassurer.
Ex. : « Je comprends que vous vouliez réfléchir.
Est-ce une question de budget, ou autre chose ? »

✅ Recommandation

Développez votre capacité à écouter activement, à reformuler et à "laisser respirer" vos échanges. Parfois, une pause vaut mieux qu'un argument.

05

5. SORTIR DU STATU QUO : PASSER À L'ACTION AVEC STRUCTURE ET PLAISIR

« Le plus grand ennemi de la vente, c'est la zone de confort du client. »

Le client n'achète pas toujours parce que le produit n'est pas bon, mais parce qu'il **préfère ne rien changer**.

Le vendeur doit alors :

- **réveiller le besoin** latent,
- illustrer les **bénéfices** du changement
- créer un **cadre clair** pour décider.

D'où l'importance d'un système de vente (étapes, indicateurs, relances) pour améliorer son efficacité sans s'épuiser.

💡 Conseil

Fixez des mini-objectifs (nombre d'appels, taux de réponse) et célébrez chaque micro-victoire pour garder le plaisir de vendre.

💡 Conseil

Montrez au client ce qu'il perd à ne pas agir. Le non-choix est un choix... souvent coûteux.

À RETENIR

Vendre, ce n'est pas convaincre.

- C'est **comprendre** la psychologie humaine : la vôtre et celle du client.
- Ce n'est pas une lutte, c'est une rencontre (**connecter**).
- Ce n'est pas une performance, c'est un processus structuré et naturel (**transformer**).

La vente peut (et doit) devenir un jeu motivant, stimulant, satisfaisant.

En cultivant **les bons réflexes** :

- Une posture alignée et confiante
- Une utilisation consciente des émotions
- Une démarche structurée et fluide

Plus besoin de forcer. Vous vendrez naturellement, dans le respect de vous-même et du client.

*"Un bon vendeur est un explorateur de besoins,
un activateur d'émotions et un partenaire de solution."*

SECOND SOUFFLE C'EST...

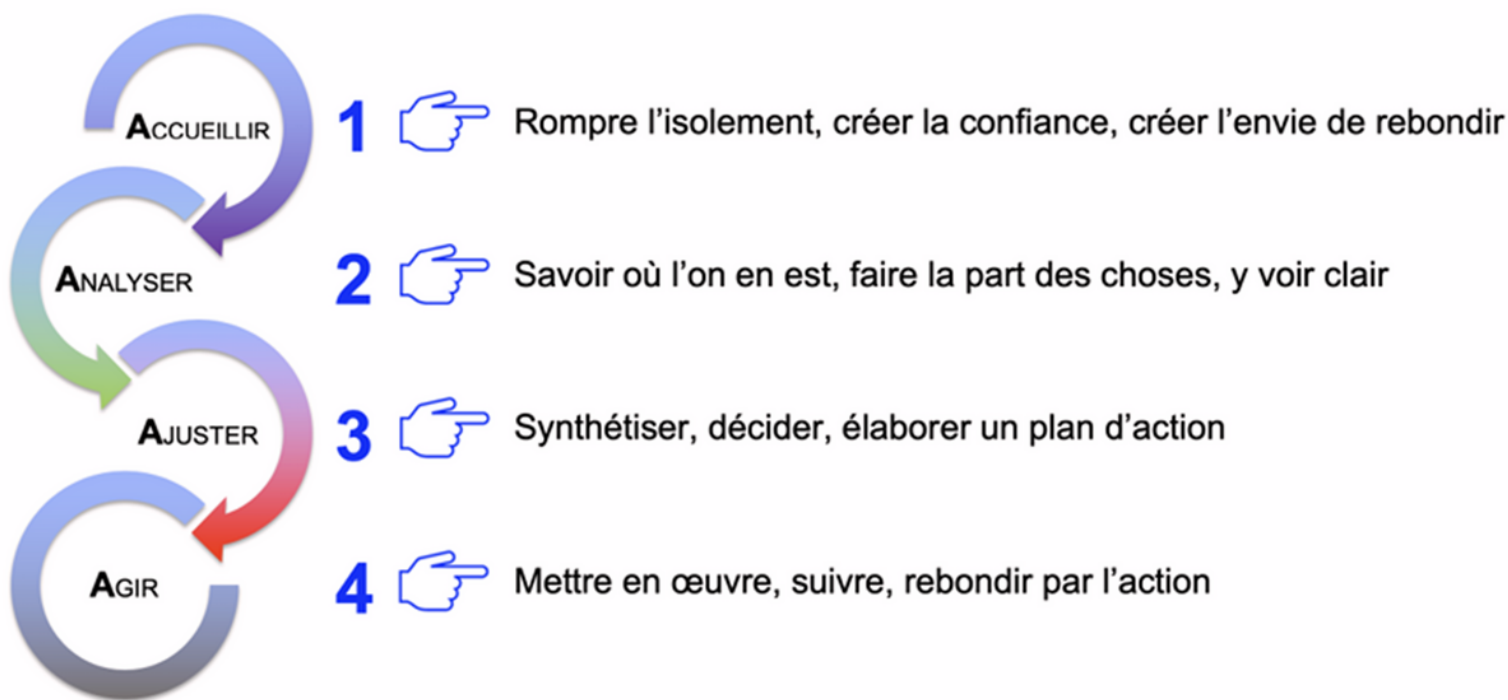
UN ACCOMPAGNEMENT

-  Tous les entrepreneurs TPE/PME en difficulté en activité*
-  Totalelement **gratuitement**
-  Sans condition
-  Sans limite de temps

**Pour les entrepreneurs ayant cessé leur activité ou en cours de liquidation judiciaire, nous passons la main à notre partenaire*



UNE METHODE



UN POINT DE CONTACT

Site web www.secondsouffle.org dès la Home Page

