

## Méthode CAB (1/5)

### Définition

La **Méthode CAB ou APB** est une technique de vente permettant de structurer efficacement les discours de vente, en identifiant rapidement et clairement les éléments qui convaincront votre prospect. Elle suit un cadre précis en s'appuyant sur trois concepts formant son acronyme :

- **Caractéristiques**
- **Avantages**
- **Bénéfices**

Cette méthode vous permet de défendre votre solution/offre/service. L'objectif est de mettre en avant les Avantages, les Preuves et enfin le Bénéfice pour le client.

Mais attention, il s'agit ici d'avancer des arguments qui correspondent aux attentes de votre prospect.

- Présentez les avantages
- Apportez les preuves (données chiffrées, témoignages clients etc.)
- Montrez les bénéfices (étude de marché sur le long terme avec amortissement etc.)

Bien sûr à ne pas oublier la base de la vente : poser des questions.

# AKIMBO

## Méthode CAB (2/5)

### Les avantages de la méthode CAB

La méthode CAB est une approche efficace pour structurer un **argumentaire de vente**. Elle permet de rendre le discours plus **clair, précis** et **convaincant**, ce qui a un impact positif sur le taux de transformation.

### Structure et clarté

Cette méthode organise le discours en trois étapes, ce qui le rend plus facile à suivre pour l'interlocuteur.

- La première étape, les caractéristiques, présente les éléments concrets de l'offre.
- La deuxième étape, les avantages, explique les bénéfices que l'offre apporte au client.
- La troisième étape, les bénéfices, illustre les avantages par des exemples concrets.

Cette structure permet de rendre le discours plus clair et concis. Elle permet également de mettre en avant les éléments les plus importants de l'offre, ce qui favorise la compréhension et la mémorisation.

### Conviction

La méthode CAB est basée sur un raisonnement logique.

Elle part des caractéristiques de l'offre pour expliquer les avantages qu'elle apporte, puis illustre ces avantages par des exemples concrets. Ce raisonnement logique est plus convaincant que la simple énumération des caractéristiques ou des avantages.

En outre, la méthode CAB permet de personnaliser le discours en fonction des besoins du client. En adaptant les avantages et les exemples concrets à la situation du client, le commercial peut renforcer la conviction de ce dernier.

### Impact sur le prix

Si l'**argumentaire de vente** est bien mené, le prix devient accessoire pour le client. En effet, le client se concentre sur les bénéfices qu'il va retirer de l'offre, et non sur le prix à payer.

## Méthode CAB (3/5)

### Qu'est-ce qu'un argumentaire de vente ?

L'argumentaire de vente est un outil essentiel pour les commerciaux. Il permet de transformer une négociation en acte de vente, en mettant en avant les caractéristiques et les bénéfices d'une solution, tout en traitant les objections de l'interlocuteur.

Pour être efficace, un argumentaire de vente doit être structuré et argumenté. Il doit suivre un plan logique, qui permet à l'interlocuteur de suivre le discours du vendeur et de comprendre les avantages de la solution proposée.

L'argumentaire de vente doit également être personnalisé en fonction du prospect ou du client. Il est important de cerner les besoins de l'interlocuteur afin de mettre en avant les bénéfices qui lui seront les plus utiles.

Il se déroule généralement lors d'une rencontre avec le prospect ou le client. Il est important de préparer cette rencontre en amont, afin de recueillir les informations nécessaires sur les besoins de l'interlocuteur.

L'argumentaire de vente peut s'appuyer sur des supports visuels, des données techniques, des échantillons ou encore des chiffres clés. Ces supports peuvent être utiles pour illustrer les propos du vendeur et renforcer la crédibilité de son argumentaire.

### Comment rédiger un bon argumentaire de vente ?

L'argumentaire de vente est un outil essentiel pour les commerciaux. Il permet de convaincre les prospects et les clients de l'intérêt d'une solution. Pour rédiger un bon argumentaire de vente, il est important de prendre en compte les trois paramètres suivants :

- **Les caractéristiques du produit ou du service**

La première étape consiste à présenter les caractéristiques du produit ou du service que vous proposez. Il est important d'être précis et concis, et d'utiliser un langage clair et accessible.

## MÉTHODE CAB (4/5)

- **La concurrence**

Il est également important d'étudier la concurrence. Cela vous permettra de comprendre les forces et les faiblesses de vos concurrents, et de mettre en avant les points forts de votre solution.

- **La cible**

Enfin, il est essentiel de connaître sa cible. Cela vous permettra d'adapter votre argumentaire aux besoins et aux attentes de vos prospects et clients.

**Voici un exemple d'argumentaire de vente rédigé selon la méthode CAB :**

### Caractéristiques

Notre logiciel de gestion de projet permet de :

- Gérer les tâches, les ressources et les deadlines
- Suivre l'avancement des projets
- Communiquer efficacement entre les équipes

### Avantages

Grâce à notre logiciel, vous pourrez :

- Améliorer la productivité de vos équipes
- Réduire les risques de retards
- Augmenter la satisfaction de vos clients

### Bénéfices

En fin de compte, notre logiciel vous permettra de :

- Gagner du temps et de l'argent
- Améliorer la performance de votre entreprise

### **Conseils**

- Soyez clair et concis
- Utilisez un langage simple et accessible
- Adaptez votre argumentaire à votre cible
- Utilisez des exemples concrets
- Soyez convaincant

## MÉTHODE CAB (5/5)

### Méthode CAB : les erreurs à éviter

#### **Adopter un vocabulaire trop technique**

L'utilisation d'un vocabulaire trop technique peut nuire à la compréhension de votre discours. Il est important d'utiliser un langage simple et accessible, tout en apportant les informations nécessaires.

#### **Survendre un produit ou un service**

Il est important de rester concis et pertinent dans votre discours. Il ne faut pas utiliser plus d'arguments que nécessaire, au risque de perdre l'attention de votre interlocuteur.

#### **Ne pas définir la notion de "caractéristiques"**

La notion de "caractéristiques" est essentielle dans la méthode CAB. Il est important de bien comprendre la différence entre les caractéristiques, les avantages et les bénéfices.

#### **Ne pas prendre en compte les besoins de la cible**

Votre argumentaire doit être adapté aux besoins et aux attentes de votre cible. Il est important de comprendre ce que votre interlocuteur recherche pour lui proposer une solution adaptée.

#### **Ne pas utiliser de méthodologie de travail**

La construction d'un argumentaire de vente efficace nécessite une méthodologie de travail. Il est important de définir les étapes de votre argumentaire et de les suivre scrupuleusement.

#### **Ne pas mettre à jour son argumentaire de vente**

Les besoins et les attentes de votre cible évoluent constamment. Il est important de mettre à jour régulièrement votre argumentaire de vente pour le rendre plus pertinent.



# AKIMBO



Intrigué par notre approche ? Akimbo forme les particuliers aux meilleures méthodes de vente en environnement Tech.

**Notre programme Bootcamp** s'appuie sur un modèle unique et révolutionnaire en Europe.

10 semaines de formation pratique pour acquérir toutes les compétences afin d'exceller sur un rôle de Business Developer.

Postulez maintenant pour la prochaine session du Bootcamp, les candidatures affluent déjà ! 🙋

**PROCHAINE SESSION : 29 JANVIER**



**POSTULER**