

Soncas

Sécurité - Orgueil - Nouveauté - Confort - Argent - Sympathie

Cette méthode est bien connue dans la vente et existe depuis de nombreuses années, elle est encore largement utilisée dans une journée de travail et peut être prise en référence dans bien des cas.

Pourquoi les clients achètent-ils ?

Sans doute parce qu'ils ont besoin d'un produit ou d'un service.

Quels sont les mobiles d'achat ?

Ce sont les raisons ou les sentiments qui poussent les clients à acheter. Ils sont évidemment très nombreux, mais ils peuvent être regroupés sous six rubriques principales.

Les 5 points de la méthode SONCAS

Sécurité : le client a constamment besoin d'être rassuré sur la qualité du produit, soit par la marque, le label de qualité, la garantie ou la publicité, soit par le vendeur, d'où l'importance d'une argumentation justifiant la qualité du produit.

Orgueil : fierté, vanité, amour propre, émulation, envie, sont autant d'aspects du besoin profond de s'affirmer. L'esthétique, le prix élevé ou la marque de certains produits flattent et sont achetés alors que le besoin réel n'existe pas. Chacun veut être à la mode, faire preuve d'un certain standing

Nouveauté : curiosité à satisfaire, goût du modernisme, besoin de changer, envie de se renouveler, attrait de l'inconnu, tous ces facteurs peuvent jouer un rôle déterminant dans un achat.

Confort : ce besoin est le moteur même du monde moderne, il est la base de toutes les recherches en gain de temps ou de place, du moindre effort et de la meilleure efficacité.

Argent : argent, intérêt, économie à l'achat, économie de consommation, peur de perdre, désir de gagner, désir de réaliser une bonne affaire sont des éléments dont l'influence peut-être déterminante dans la décision d'achat.

Sympathie : le côté affectif (amour, amitié, sympathie) joue un grand rôle dans l'aspect comportemental, souvent à l'encontre du côté objectif de la logique pure. En matière de vente, il serait vain de nier le rôle joué par le "coup de foudre" pour un article ou celui de la sympathie pour une marque ou pour un vendeur.