

Négociation commerciale

S9
MAC



Module
Technique de Commerce

Bilal BOURKHA
b.bourkha@unmp.ac.ma

Sur facebook
<https://www.facebook.com/groups/negociation.commerciale.lb>

Négociation commerciale

Chapitre 2 : Découvrir l'autre

LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS

Conçue par le groupe B. Julhiet, la méthode SONCAS est extrêmement utilisée ou adaptée par la plupart des organismes de formation.

La panoplie des motivations :

- S : Sécurité
- O : Orgueil
- N : Nouveauté
- C : Confort
- A : Argent
- S : Sympathie.

2

Négociation commerciale
ENCGO/S9
Bilal Bourkha
05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 2 : Savoir découvrir l'autre

LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS

En phase de découverte, il faut apprendre à reconnaître chez notre interlocuteur la (ou les) motivations d'achat dominante(s)

Ainsi, par exemple :

- Un « orgueil » commencera ses phrases par « moi, je »
- Un « sympathie » multipliera les « ensemble »
- Un « nouveauté » se fera repérer en recherchant le changement
- Un « sécurité » se montrera incédés
- Un « confort » sera calme et recherchera la praticité
- Un « argent » comptera tout.

3

Négociation commerciale
ENCGO/S9
Bilal Bourkha
05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 2 : Découvrir l'autre

LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS

Repérage et comportements adaptés

SÉCURITÉ

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Aime réfléchir et essayer, hésite, tergiverse, souvent méfiant, fidèle à ses fournisseurs, prend rarement des décisions seul	Références, normes, SAV, certifications, assurances, garantie, démonstration, expérience, preuve, solidité, fiabilité, stabilité...	Changement, risques, nouveauté, incédés...	Être assertif Démontrer Garantir Rassurer

4

Négociation commerciale
ENCGO/S9
Bilal Bourkha
05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 2 : Découvrir l'autre

LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS

Repérage et comportements adaptés

ORGUEIL

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Fier, égocentrique, dominant, ambitieux, cassant, à des certitudes, difficile à mener, individualiste.	Vous, premier, exclusif, prestige, personnalisation, notoriété, renommée, être référence...	Les critiques, la vexation, l'humiliation, les détails, les papiers, attendre, être contredit...	Valoriser Impliquer Mettre en valeur

5

Négociation commerciale
ENCGO/S9
Bilal Bourkha
05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 2 : Découvrir l'autre

LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS

Repérage et comportements adaptés

NOUVEAUTÉ

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Curieux, recherche l'originalité et le changement, anti-conformiste.	Précurseur, nouveau, avant-garde, à la pointe, technologie de pointe, différent, développement, novateur...	Le standard, la routine, monotonie, habitude...	Étonner, surprendre Être créatif, imaginatif Innover

6

Négociation commerciale
ENCGO/S9
Bilal Bourkha
05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés
CONFORT

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Calme, aime ce qui est pratique, assez conservateur.	Pratique, simple, fonctionnel, commodité, démonstration, mise en service, assistance, repères...	Complexité, complications, aventure, risques, efforts...	Avoir un langage posé Assister Faciliter

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés
ARGENT

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Concret, matérialiste, recherche le gain, l'économie, aime comparer, analyser.	Économique, remise, prix, rentabilité, profit, retour sur investissement, marge, gain, gratuit, franco...	Le flou, le luxe, le superflu, hausse, frais supplémentaires, majoration...	Comparer Chiffrer Démontrer la rentabilité

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés
SYMPATHIE

Comment le reconnaître	Les mots positifs	Les mots négatifs	Le comportement à adopter pour le convaincre
Bavard, délicat, convivial, aime faire plaisir.	Ensemble, agréable, convivial, parler, être entouré, cadeau, les relations humaines, les visites fréquentes, les confidences, partenaire...	L'agressivité, dire non, être mal jugé, décevoir, la solitude, la technicité, l'indifférence...	Être chaleureux, attentif, attentionné, délicat, convivial, Prendre son temps, Faire plaisir, Être disponible

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés

Certains types peuvent être complémentaires :

- + Confort et Sécurité
- + Orgueil et Nouveauté
- + Confort et Sympathie

Mais d'autres sont en opposition :

- Nouveauté et Confort
- Nouveauté et Sécurité
- Orgueil et Argent
- Argent et Sympathie.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés

L'ORÉAL : « Parce que je le vau**x** bien... »
=> **Orgueil**

Deux constructeurs automobiles qui communiquent sur la même cible :

PEUGEOT : « Vous n'aurez plus à choisir entre plaisir et sécurité »
=> **Sympathie et Sécurité**

VOLVO : « Vous n'aurez jamais pris tant de plaisir à être en sécurité ? »
=> **Sympathie et Sécurité.**

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
Chapitre 2 : Découvrir l'autre
LA MÉTHODE « SONCAS », CENTRÉE SUR LES MOTIVATIONS
Repérage et comportements adaptés

Des annonceurs parviennent à cibler des typologies contradictoires :

SIEMENS : « Prenez le meilleur, c'est moins cher »
(Orgueil) (Argent)

AIR France : « Vous allez aussi nous aimer pour nos Prix »
(Sympathie) (Argent)

D'autres changent de cibles :

PHILIPS (avant) : « Philips, c'est plus sûr ! »
(Sécurité)

PHILIPS (maintenant) : « Philips, faisons toujours mieux ! »
(Orgueil et Nouveauté).

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020