

Type de tactique	Explication	Exemple de question
Anticipation	Anticipe l'objection de votre cliente. Intéressante quand l'objection est récurrente dans la bouche de la cliente	Vous allez , sans doute, me dire que cette crème est chère
Approfondissement interrogatif	Vous aide à mieux comprendre ce que dit votre cliente	Je comprends bien votre point de vu, mais pourquoi me dites vous cela?
Aveu	Si vous êtes à cours de réponse. Pourra être perçu comme positive par votre cliente	Je dois vous avouer que vous êtes dans le vrai
Complicité	Implique votre cliente dans la recherche de solutions	Cliente : Je ne peux pas prendre la cure complète Vous : Quelle solution pouvons nous trouver ensemble ?
Comparaison	Permet à votre cliente de se comparer à quelqu'un de connu	J'ai conseillé cette à Madame MICHU (qui est sa coiffeuse par exemple), qui a les même problèmes de peau que vous et qui les a utiliser avec succès.
Hierarchisation	Permet d'ordonner les préférences de votre cliente et de remettre en avant l'objection la plus importante pour elle, afin de la traiter en premier	Vous m'avez dit que la crème était trop épaisse, que l'odeur était trop forte et que le packaging n'était pas terrible . Qu'est ce qui a le plus d'importance pour vous ?
Isolement	Nous l'avons vu dans le traitement des objections en 8 points : Quand la réponse est positive , cela vous permet de traiter ce point plus précisément sans vous soucier des autres objections	Cliente : je n'aime pas trop l'odeur de cette crème Vous : c'est le seul point qui vous préoccupe
Justification	Permet de justifier le prix en s'appuyant sur un point rechercher par votre cliente	Ex : Cette crème est chère mais elle est très confortable (si c'est le confort que recherchait votre cliente)
Minimisation	Permet de minimiser une contrainte mis en avant par votre cliente	Cliente : cette crème est chère Vous : Cette crème est tellement efficace que vous devez en mettre très peu;Elle s'étale parfaitement et dure donc plus longtemps.
Reformulation selective positive	Traite le point positif afin d'estomper le point négatif	Cliente : C'est vrai que cette crème possède de nombreuses qualité mais elle est assez chère Vous: Vous êtes d'accord pour dire avec moi que cette crème est particulièrement efficace

Relativisation	Permet de montrer à votre cliente qu'elle peut faire abstraction d'un point mineur	Cliente : Le flacon n'est pas très joli Vous : Oui , vous avez raison , mais ce n'est pas l'essentiel quand on voit l'efficacité de la crème sur votre peau
Transformation	Permet de passer d'un aspect négatif à un l'aspect positif du problème	Cette crure n'est pas vraiment une dépense mais une économie. Son effet étant très efficace , elle vous reviendra 10 fois moins chère qu'un lifting