Les astuces de roberto

Roberto DRAPRON, de la société //RDFC

Hyperspécialiste de la formation des concepteurs et vendeurs de cuisines, partage son expertise en adaptant les méthodes de vente les plus connues à votre activité d'agenceur, décorateur, conseiller en aménagement et cuisiniste. Grâce à son approche, emparez-vous des méthodes les plus efficaces pour trouver des solutions idéales et adaptées aux besoins spécifiques de vos clients.

La méthode SPIN dans la vente de cuisines aménagées

La méthode SPIN, développée par Neil Rackham à la fin des années 1980, est une approche structurée pour comprendre les besoins des clients et proposer des solutions adaptées[1]. Elle repose sur quatre types de questions : Situation, Problème, Implication, et Nécessité (Need-Payoff en anglais). Cette méthode a été mise en place à la suite de l'étude de 35 000 entretiens de vente dans 20 pays différents.

Application dans la vente de cuisines aménagées

Situation : Un couple à la retraite souhaite préparer leur avenir avec plus de confort. Ils commencent à avoir des problèmes de santé limitant leurs gestes et postures, comme des difficultés à se baisser et des problèmes d'épaule rendant l'accès aux meubles hauts difficile.

Problème : Ces limitations entraînent un inconfort dans l'utilisation des meubles à étagères, qu'ils soient en bas ou en haut. Le couple a moins envie d'accueillir leur famille et amis pour des dîners car l'effort devient important.

Implication : Le manque de confort dans l'utilisation des meubles à étagères peut réduire la qualité de vie du couple et leur plaisir à recevoir des invités. Cela peut également entraîner une diminution de l'utilisation de leur cuisine et une frustration accrue.

Nécessité : Pour répondre à ces besoins, il est essentiel de choisir des meubles équipés de coulissants, de limiter le nombre de meubles hauts, et de positionner en hauteur les appareils électroménagers les plus utilisés, comme le lave-vaisselle.

Conclusion

La méthode SPIN permet de structurer la conversation avec le couple en identifiant clairement leur situation, les problèmes qu'ils rencontrent, les implications de ces problèmes, et les solutions nécessaires pour améliorer leur confort et qualité de vie. Cette approche est particulièrement efficace car elle plonge les clients dans leurs problèmes pour pouvoir trouver une solution idéale. En utilisant cette approche, les vendeurs peuvent proposer des aménagements adaptés aux besoins spécifiques du couple, tout en mettant en avant leur maitrise des nomenclatures de meubles et des règles de conception.

Besoin de formation ou d’accompagnement contactez-nous : roberto.drapron@rdfc.fr

Téléphone : 06 77 28 04 88