

3

Le Prix psychologique

Oser nommer un prix et lire la réaction

Client

CONTEXTE

Tu n'oses pas parler d'argent. Tu dis « on verra pour le prix plus tard » ou tu sous-prices par peur du refus.

*Un client qui dit oui à un prix inconnu est inutile.
Un client qui hésite à un vrai prix est précieux.*

Le prix est un outil de recherche, pas encore une décision. Ose le dire à voix haute.

ETAPES

1 Donne un prix ancré haut en premier : « Ça tourne autour de 500 euros par mois. »

2 Tais-toi. Observe le visage. Note la réaction avant qu'ils parlent.

3 Pose la question : « À quel prix serait-ce trop cher ? Trop bas pour être crédible ? »

4 Réaliser le tableau pour tracer la zone de prix psychologique acceptable.
<https://www.youtube.com/watch?v=TLRP6rNsWd8>

CRITERES A MAITRISER

Réaction non verbale immédiate capturée · Fourchette psychologique identifiée · Rapport valeur/prix verbalisé

Stop

Refus immédiat sans hésitation — segment mauvais ou valeur perçue nulle.

Repositionne

Hésitation longue — la valeur n'est pas encore claire, travaille le « pourquoi ça vaut ça ».

Valide

Négociation engagée — le client est dedans, c'est déjà un signal fort.