

295,25
19/22
313,55

295,25
33,65
327,80

295,25
33,65
327,80

Messieurs,

Ce carnet a été pensé et entièrement revu pour vous.

Sans cesse, à votre portée, ayez cet ouvrage.

Considérez-le comme un Guide fidèle qui répondra précisément aux questions posées.

*Notre but est de vous aider. **Mieux armés, vous vendrez mieux!***

Et, bien sûr, nous sommes tout disposés à écouter vos remarques et vos suggestions. Nous les retiendrons lors de la prochaine édition.

CITROËN.

JANVIER 1969

LE VENDEUR DEVANT LA REPRISE

Précisons tout d'abord deux notions essentielles :

- 1° - **La reprise n'est pas un argument de vente.**
- 2° - La reprise est seulement un moyen de paiement.

Le prix d'achat doit être fonction du prix de revente escompté pour le véhicule à reprendre et non pas :

- des exigences du client,
- des offres de la concurrence.

SI VOUS ÊTES CHARGÉ D'EXPERTISER LE VÉHICULE :

(il est bien entendu que l'expertise et l'annonce du prix que l'on offre, doivent être faits en tout dernier lieu après argumentation et essai).

- Ne dénigrez pas la voiture à reprendre, le client connaît ses défauts beaucoup mieux que vous; si elle était parfaite, il ne songerait pas à la changer.

- Ne l'indisposez pas par un air soupçonneux ou en brutalisant inutilement sa voiture.

- Au contraire, constatez à haute voix ce qui est bien.

- Dites : « *Je dois toujours procéder avec précision, permettez-moi de noter les points importants de l'expertise* ».

Prenez votre feuille d'expertise et procédez crayon en main, selon le schéma habituel, sans perdre de temps et sans commentaire : chaque observation vous fournira un précieux argument au moment de la discussion du prix de reprise.

DISCUSSION DE LA REPRISE :

- 1° - **Le client est vraiment décidé à acheter une Citroën :**

Il ne reste qu'à se mettre d'accord sur la valeur du moyen de paiement représenté par la reprise. Une discussion

simple amène le plus souvent sans difficulté un accord immédiat (1).

- 2° - **Le client n'est pas vraiment décidé à acheter une Citroën :**

Il n'a pas encore vu la concurrence, mais se trouve tenté et paraît désireux de ne pas traiter avec nous avant de connaître les offres de la concurrence.

Il faut alors s'efforcer de quitter le terrain de la reprise si l'on s'y est engagé, ou l'éloigner s'il n'a pas été abordé.

C'est alors (puisque vous ne parlez **jamais de reprise avant d'avoir fait l'essai** du modèle Citroën à vendre) que vous reprendrez les différents points de votre argumentation VN et procédant par comparaison - sans dénigrer la voiture concurrente - vous ferez valoir la supériorité de ce que vous vendez :

(1) *Dans le courant de votre discussion, faites remarquer au client, au sujet des 10 % des frais professionnels :*

« *Cher Monsieur, nous allons supporter à votre place :*

1° - *Le coût de deux, trois annonces ou plus.*

2° - *Le temps précieux que vous auriez certainement perdu en essayant de vendre vous-même votre voiture.*

3° - *Le risque sérieux de chute des cours, chaque semaine.*

4° - *L'intérêt de cette somme de X Frs, pendant tout le temps où la voiture sera immobilisée à l'atelier, puis dans un magasin.*

5° - *Enfin - et surtout - nous allons être obligés de donner une garantie, comme nous le faisons pour chaque VO vendue, et cela représente une somme importante.*

« *Convenez avec moi que 10 % (frais professionnels) prévus par l'Argus, couvrent difficilement le montant réel de ces frais* ».

