

Conclure la vente et développer le panier

Conclure, c'est aider le client à prendre sa décision au bon moment. La conclusion ouvre aussi la vente de services et d'accessoires qui complètent l'achat, et la prise de congé prépare le retour du client.

Point d'actualité 2026 — financement des achats

- À partir du 20 novembre 2026, les mini-crédits de moins de 200 € et les paiements fractionnés de trois mois ou moins entrent dans le champ du crédit à la consommation (directive (UE) 2023/2225, transposée par l'ordonnance n° 2025-1154 du 2 décembre 2025) : information précontractuelle et évaluation de la solvabilité du client.
- Le crédit à la consommation ouvre toujours un délai de rétractation de 14 jours : le vendeur le rappelle au client.

Repérer les signaux d'achat

Le client donne des signaux verbaux (questions sur la livraison, le paiement, la garantie ; « il irait bien dans ma cuisine ») et non verbaux (il manipule le produit, se tourne vers son conjoint, sort sa carte). Le vendeur cesse alors d'argumenter et propose de conclure.

Les techniques de conclusion

Technique	Exemple
L'alternative	« Vous le préférez en blanc ou en inox ? »
Le résumé des avantages	« Il est silencieux, économe et livré samedi : on le réserve ? »
La conclusion directe	« Je vous le prépare ? »
L'hypothèse	« Si nous le livrons samedi, cela vous convient ? »

La pression déloyale (fausse urgence, stock prétendument épuisé) est une pratique commerciale agressive ou trompeuse : elle est interdite et détruit la confiance.

Développer le panier

Vente additionnelle	Exemple	Intérêt
Complémentaire	Support mural et câble pour un téléviseur	Usage immédiat du produit
Montée en gamme	Modèle plus durable, mieux adapté à un usage intensif	Satisfaction durable, panier plus élevé
Services	Livraison, installation, reprise de l'ancien appareil, extension de garantie	Tranquillité du client, forte marge
Financement	Paieement en plusieurs fois, crédit affecté	Lever le frein du budget

Les ventes additionnelles se proposent après la décision d'achat, en lien avec l'usage du client ; elles améliorent le panier moyen et, grâce à leur taux de marque, la rentabilité.

Encaisser, prendre congé, suivre

Le vendeur rappelle ce qui est convenu (livraison, installation, garanties), accompagne l'encaissement, remercie, rassure le client sur son choix et l'invite à revenir (carte de fidélité, rendez-vous de mise en service, avis en ligne). Les informations utiles sont enregistrées dans le CRM pour le suivi.

L'essentiel à retenir

- Signaux d'achat repérés = on arrête d'argumenter et on conclut.
- Alternative, résumé des avantages, conclusion directe ou hypothèse : jamais de pression déloyale.
- Ventes additionnelles et services après la décision : ils augmentent le panier et surtout la marge.
- La prise de congé et l'enregistrement dans le CRM préparent la fidélisation.