

MODÉLE
ΘΑΥ

RAPPEL

**OAV = Aide d'outil à la
vente**

PERMET À UN DISTRIBUTEUR D'AVOIR LES
BONS ARGUMENTS POUR VENDRE DANS SES
RAYONS NOTRE PRODUIT.

LIVRABLE OAV

PRODUIT

- Tee shirt col rond pour homme
- 40% coton / 60% mesh
- Sans coutures côtés pour ne pas gêner
- Bonne longueur pour rester en place
- Grandes et petites tailles disponibles
- Disponible en coloris noir - roi - jaune
- 125€

ARGUMENTS

- Adapté au sport, tissu technique,
- Technologie Innovante : connecté ...
- Label OEKO-TEX® standard 100 : garantit l'absence de substances nocives pour la santé
- Style sportwear

CONCURRENCE

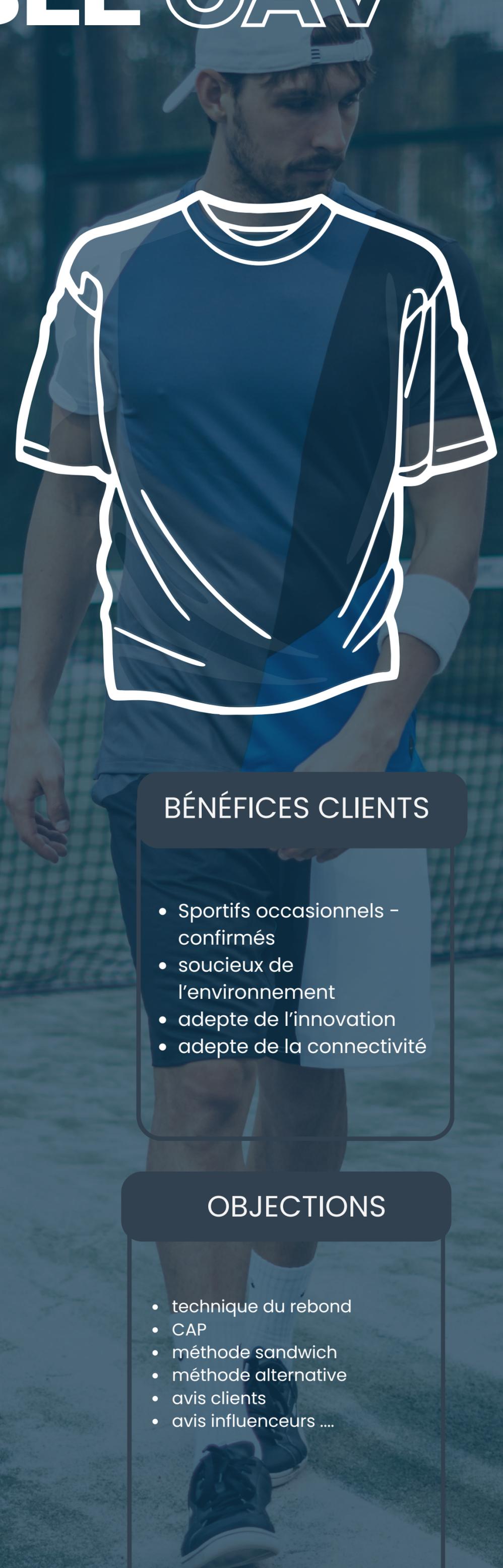
- Produit innovant, adapté pour les sportifs occasionnels ou confirmés.
- Marque de confiance - engagement éco-responsable - innovation française
- Stratégie de prix pénétration, etal concurrent, gage de qualité et image de marque premium

BÉNÉFICES CLIENTS

- Sportifs occasionnels - confirmés
- soucieux de l'environnement
- adepte de l'innovation
- adepte de la connectivité

OBJECTIONS

- technique du rebond
- CAP
- méthode sandwich
- méthode alternative
- avis clients
- avis influenceurs



PRODUIT

- Nom du produit : (Nom du tee-shirt)
- Description : (Matière, technologie, caractéristiques techniques)
- Points forts : (Respirant, anti-transpiration, écologique, confort...)
- Coloris et tailles disponibles : (Variations proposées)
- Positionnement prix : (Gamme de prix, justification du tarif en fonction de la qualité et des fonctionnalités)

ARGUMENTS

- Confort et Performance : (Adapté au sport, tissu technique, coupe ergonomique)
- Qualité et Durabilité : (Résistance aux lavages, coutures renforcées)
- Technologie Innovante : (Tissu anti-humidité, séchage rapide, protection UV)
- Engagement Écoresponsable : (Matières recyclées, certification écologique)
- Style Polyvalent : (Utilisation en sport et au quotidien)
- Rapport qualité/prix : (Explication du prix en lien avec la valeur perçue du produit)

CONCURRENCE

- Avantages face aux concurrents : (Qualité supérieure, prix compétitif, innovation, design...)
- Valeur ajoutée : (Pourquoi choisir ce tee-shirt plutôt qu'un autre ?)
- Positionnement prix vs concurrents : (Comparaison tarifaire avec des produits similaires et justification du positionnement)

BÉNÉFICES-CLIENTS

- Sportifs amateurs et professionnels : (Performance et confort)
- Personnes actives et urbaines : (Style et polyvalence)
- Consommateurs soucieux de l'environnement : (Production responsable)
- Sensible au rapport qualité/prix : (Équilibre entre coût et bénéfices du produit)

TECHNIQUE VENTE

- Méthode CAP (Caractéristiques - Avantages - Preuves)
- Techniques de closing : (Offre limitée, démonstration produit, témoignages clients)
- Argumentaire selon le type de client : (Sportif, urbain, éco-responsable)
- Justification du prix : (Explication de la qualité, des matériaux, de la technologie utilisée)

OBJECTIONS

- Prix trop élevé ? : (Mise en avant de la qualité et de la durabilité, rapport qualité/prix, économies sur le long terme)
- Utilité par rapport à un tee-shirt classique ? : (Technologie et confort supérieurs)
- Choix des tailles et coloris ? : (Guide de tailles, recommandations personnalisées)

SUPPORTS- AIDES

- Fiche produit (À présenter en magasin ou en ligne)
- Démonstration en magasin (Test du tissu, essai en situation sportive)
- Avis clients et témoignages
- Campagnes digitales et influenceurs
- Comparaison prix/valeur : (Supports visuels mettant en avant les bénéfices du produit par rapport à son coût)