

TEST

Maîtrisez-vous la phase de

La première rencontre avec un prospect permet de cerner ses besoins et ses attentes. Elle est donc cruciale pour l'avenir de la relation commerciale. Ce test va vous aider à prendre conscience des points que vous pouvez améliorer.

Pour chacune des affirmations suivantes, indiquez si elles vous semblent vraies ou fausses.

1 La phase découverte s'appelle aussi la phase connaissance.

Vrai **Faux**

2 La phase découverte n'est pas la plus importante du cycle de vente.

Vrai **Faux**

3 L'écoute active est la première qualité d'un commercial.

Vrai **Faux**

4 L'écoute active consiste à écouter attentivement ce que dit le client et à rebondir avec des questions.

Vrai **Faux**

5 La phase découverte est une étape indispensable qui permet de collecter les attentes du client afin de cerner ses besoins et ses motivations.

Vrai **Faux**

6 Il n'existe que deux types de besoins: les besoins explicites et les besoins implicites.

Vrai **Faux**

7 Les besoins explicites représentent au moins 80 % des besoins.

Vrai **Faux**

8 Le meilleur outil pour collecter les informations pendant la phase découverte est une grille de lecture composée de questions-clés.

Vrai **Faux**

9 Les questions-clés sont très souvent et très facilement posées par les vendeurs.

Vrai **Faux**

10 La question sur le budget est la question la plus posée en général en clientèle ou au téléphone.

Vrai **Faux**

11 Les questions liées à l'argent restent encore taboues dans certains pays latins comme la France.

Vrai **Faux**

12 Une bonne question génère une excellente réponse.

Vrai **Faux**

13 Il vaut mieux se comporter comme les enfants, qui procèdent par questions, que comme les adultes, qui procèdent par induction/déduction.

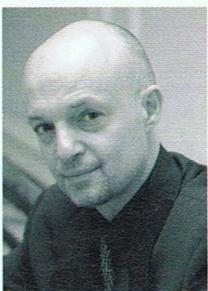
Vrai **Faux**

14 Les questions permettent aussi de passer d'une phase prospection à une phase négociation.

Vrai **Faux**

15 L'accord contractuel n'est pas l'objectif final des commerciaux.

Vrai **Faux**



Laurent Lacroix est spécialiste de la prospection et de la négociation commerciale

découverte d'un prospect ?



Réponses

Plus de 110 points

Bravo! Vous avez parfaitement intégré la structure du cycle de vente; vous savez respecter ses différentes étapes et faire preuve d'écoute active. Pour vous, la prospection passe par le fait de poser des questions simples et de la façon la plus naturelle possible, car vous êtes conscient que c'est la base même d'une future bonne proposition commerciale, avec un objectif final de conclusion bien assumé.

De 60 à 110 points

Vous semblez avoir compris les bases du métier de commercial, mais vous avez encore besoin de préciser certaines choses, voire de travailler plus en

profondeur votre écoute active. Vos questions s'en ressentent: vous gagneriez à les poser plus simplement pour une meilleure efficacité.

Moins de 60 points

Êtes-vous bien sûr d'avoir compris l'essence même du métier de commercial? Au vu de ce résultat, vous auriez tendance à confondre les étapes, peut-être même à en éliminer certaines purement et simplement. Quant aux questions, il semble que vous ressentiez encore quelques difficultés à les poser, ou tout simplement à les formuler. Lisez attentivement les conseils de l'expert page suivante pour trouver des pistes d'amélioration.

| | Vrai | Faux |
|-------|------|------|
| 1 | | X |
| 2 | | X |
| 3 | X | |
| 4 | X | |
| 5 | X | |
| 6 | | X |
| 7 | | X |
| 8 | X | |
| 9 | | X |
| 10 | | X |
| 11 | X | |
| 12 | X | |
| 13 | X | |
| 14 | X | |
| 15 | | X |
| Total | | |

Comptez 10 points par bonne réponse

PHOTONSTOP / CD

Laurent Lacroix, spécialiste
de la prospection et de la négociation
commerciale chez Demos« **Osez poser les bonnes questions** lors de la phase de découverte d'un prospect »

Le cycle de vente comporte quatre étapes. La première est la phase "connaissance". Souvent très courte, elle permet de se présenter au téléphone et d'introduire le motif de l'appel, ou tout simplement de passer par les convenances usuelles qui permettront de briser la glace lors d'un face-à-face physique avant d'aborder un sujet plus professionnel. La deuxième étape, intitulée phase "découverte du prospect", est cruciale pour la réussite future. Elle se positionne, en effet, comme le socle du cycle de vente. La phase "convaincre" permet ensuite de décliner ses arguments et de présenter au prospect les bénéfices qu'il pourrait en retirer, et la phase "conclure" confirme le travail qui a été fait en amont.

1 Pourquoi la phase découverte est-elle aussi importante? Faisant appel à l'écoute active, qui consiste à écouter et à poser des questions pour mieux rebondir, la phase découverte permet d'explorer les motivations qui vont pousser l'interlocuteur à manifester un intérêt pour la solution que le vendeur va ensuite proposer par le biais d'un écrit, la proposition commerciale. Cette étape, indispensable à la réussite du rendez-vous, doit permettre de collecter un maximum d'informations et de données sur la personne interrogée afin de mieux cerner ses attentes, que ce soient en termes de besoins explicites, implicites ou même cachés. Tous secteurs d'activité confondus, on s'aperçoit vite que ces deux derniers types de besoins représentent au moins 60 % de la totalité des besoins. Autrement dit, vous devez vous montrer prudent quant à la véracité des informations collectées de prime abord. C'est bien là toute la complexité de cette étape magique de la vente, elle ne s'improvise pas!

2 La phase découverte doit répondre à une grille de lecture constituée de questions-clés. Il s'agit, bien souvent, de questions ouvertes qui permettent de collecter des

informations importantes sur la stratégie de l'entreprise, ou encore sur le processus de décision pour tel type de projet, sans parler de l'enveloppe budgétaire consacrée au projet. Car c'est bien là que le bât blesse! Souvent, le commercial n'ose pas poser de questions, surtout celles qui portent sur le budget. Il faut pourtant savoir parler d'argent à un moment ou à un autre. Alors pourquoi ce qui nous paraît évident reste-t-il si difficile à exprimer? Tout simplement parce que l'argent revêt encore un caractère tabou dans les pays latins, de tradition catholique. En effet, jusqu'au Moyen-Âge, il était formellement interdit par l'Église de faire "travailler" l'argent. Depuis quelques années, le "politiquement correct" s'est ajouté à cet héritage, à tel point que certains commerciaux oublient aujourd'hui l'essence même de leur métier: poser des questions simples pour avoir des réponses efficaces! Car c'est avec une bonne question que l'on génère une excellente réponse. L'idée est donc de se comporter comme des enfants qui, faute de savoir, posent des questions, plutôt que comme des adultes trop sûrs d'eux qui s'estiment capables de tout deviner sans poser la moindre question.

3 Osez poser des questions, au bon moment, bien entendu! Car à chaque question correspond toujours un bon moment. Pour déterminer ce temps-là, encore une fois, l'écoute active de votre interlocuteur sera utile. Au final, il est très important de soigner la phase de découverte de votre prospect, car il y va de l'équilibre de votre cycle de vente et de la suite logique de son déroulement. Cela permet, en effet, de mieux anticiper les objections de votre prospect quand vous ferez une proposition et, ainsi, de provoquer la phase de négociation, puis celle de la conclusion. Vous pourrez alors atteindre sans complexe, et sans tabou, l'objectif ultime de tous les passionnés de la vente: l'accord contractuel!