

Chapitre 3 : La découverte.

I) Les objectifs.

La découverte a pour objectif de découvrir les besoins du client ou du prospect et de découvrir les ressorts psychologiques du client, ses motivations.

II) Les techniques de la découverte.

Avant :

Préparer un plan de découverte.

Pendant :

Etre à l'écoute du client ou du prospect, accuser réception des propos du client en acquiesçant et en faisant préciser. Le questionner et reformuler ses besoins.

A la fin :

Reformuler les besoins du client sous forme de question afin d'être sûr de l'avoir compris.

III) Le plan de découverte.

Le plan de découverte sert de guide au vendeur pendant l'entretien. Il n'existe pas de plan type, le plan doit être adapté à l'entreprise et au produit. Cependant, il doit toujours être structuré.

Exemples de thème à suivre pour un plan de découverte :

Situation actuelle de l'entreprise :

- Son entreprise.
- Ses concurrents.
- Ses clients.
- Sa fonction.
- Son pouvoir.

Solution actuelle de l'entreprise :

- Quoi ?
- Par qui ?
- Comment ?

Situation future de l'entreprise :

- Evolution du marché.
- Evolution de sa clientèle.
- Evolution de l'entreprise.

Solution future de l'entreprise :

- Quoi ?
- Par qui ?
- Comment ?
- Budget ?

Autres exemples de thèmes :

- Historique de la relation.
- Le présent du prospect.
- Le futur du prospect.
- La psychologie du prospect.

- Sa situation actuelle.
- Ce qu'il veut.
- Qui il est ?

IV) Les différents types de questions.

S'informer :

- Ouverte : Que pensez vous de ? Pourquoi ? Comment ?
- Fermée : Combien ? Quand ? Ou ?

Approfondir :

- Miroir : Reprendre sous forme de question une phrase de l'interlocuteur pour préciser.
- Ricochet : C'est-à-dire ? Et alors ?
- Reformulation : Si j'ai bien compris, vous ... ?

Orienter :

- Ballon d'essai : Ne pensez-vous pas ? Que diriez-vous de ... ?
- Polémique : Croyez-vous vraiment que ... ?
- De diversion : Aborder un point différent pour gagner du temps ou éviter un sujet.
- Alternative : Vert ou rouge ?
- Recentrage : Pour en revenir à ...

V) La typologie SONCAS.

Sécurité (S) :

Aime réfléchir, essaye, hésite, tergiverse souvent, prend rarement des décisions seul. Ses motivations sont les références, les normes, le SAV, la certification, l'assurance, les garanties, l'expérience, la preuve, solidité, fiabilité et stabilité. Ses freins sont le changement, le risque, la nouveauté et l'indécision. Il faut être assertif, démontrer, garantir et prouver (rassurer).

Orgueil (O) :

Fier, egocentrique, dominant, ambitieux, cassant à des certitudes, difficile à mener, individualiste. Ses motivations sont être premier, exclusifs, unique, standing, prestige, personnalisation, notoriété, renommée, titres et être une référence. Ses freins sont les critiques, la vexation, l'humiliation, les détails, les papiers, le banal, attendre et être contredit. Il faut le flatter, le valoriser, l'impliquer et le mettre en valeur.

Nouveauté (N) :

Curieux, recherche l'originalité et le changement, anti conformiste. Ses motivations sont précurseur, nouveau, à la point, technologie de pointe, différent, développement novateur. Ses freins sont le standard, la routine, la monotonie, l'habitude. Il faut étonner, surprendre, être enthousiaste, créatif, imaginatif et innover.

Confort (C) :

Calme, aime ce qui est pratique et assez conservateur. Ses motivations sont pratiques, simple, fonctionnel, facilité, commodité, démonstration, mise en service, assistance et repères. Ses freins sont la complexité, complications, aventure, risques et efforts. Il faut conforter, avoir un langage posé, assister et faciliter.

Argent (A) :

Concret, matérialiste, recherche le gain, l'économie, aime comparer et analyser. Ses motivations sont économique, remise, prix, rentabilité, profit, retour sur investissement, marge, gain, gratuit, franco. Ses freins sont le flou, le luxe, le superflu, la hausse, les frais supplémentaires, la majoration. Il faut comparer, chiffre, démonter la rentabilité.

Sympathie (S) :

Bavard, délicat, convivial, aime faire plaisir. Ses motivations sont ensemble, agréable, convivial, parler, être entouré, cadeau, les relations humaines, les visites fréquentes, les confidences, partenaires. Ses freins sont l'agressivité, dire non, être mal jugé, décevoir, la solitude, la technicité, l'indifférence. Il faut être chaleureux, attentif, attentionné, délicat, convivial. Prendre son temps et faire plaisir.