

LA DECOUVERTE DU CLIENT

La découverte est une étape fondamentale de la "vente/négociation/conseil/solution" L'objectif étant de mettre en évidence les besoins/la problématique de vos clients, de définir le cahier des charges, d'identifier les motivations ainsi que les freins, afin de proposer une solution vraiment adaptée! Il est donc évident que la découverte est le moyen d'une bonne argumentation: cela vous permettra de "trier les arguments vendeurs"!

La difficulté principale de cette étape provient souvent de la réticence du client à se dévoiler et/ou de son "incapacité" à exprimer clairement ce qu'il veut! Vous devez donc établir une véritable relation de communication pour faire parler, pour écouter! Tout ce que vous dit votre client est important! Aidez le à s'exprimer!

CONSEIL N°1: Sachez identifier la nature du besoin exprimé!

Il est possible de définir un besoin comme étant "une déclaration faite par un individu ou un groupe d'individus, impliquant ou exprimant des souhaits, des désirs que vous allez pouvoir satisfaire"! Tout les besoins ne sont pas exprimés de la même façon, sachez les identifier! Il existe deux types de besoins:

- **Besoin implicite:** Déclaration vague, embryonnaire, qui pourrait être un besoin! Votre client exprime un projet, une insatisfaction. Efforcez vous de rechercher les informations manquantes, vous en serez que plus efficace!
- **Besoin explicite:** Déclaration claire, nette et précise! Vous connaissez exactement quelle est la problématique de votre client, de plus celui-ci exprime "le désir de parvenir à une solution"! Vous connaissez le cahier des charges, vous pouvez apporter une solution! Validez, vérifiez, proposez! Il est évident que votre efficacité commerciale passe par votre capacité à obtenir la formulation de besoins "explicites"!

CONSEIL N°2: Faites parler! A bonnes questions, bonnes réponses!

Si vous n'avez pas obtenu la réponse que vous souhaitez, c'est que votre question a été mal formulée! En matière de questionnement, vous devez veiller à instaurer un véritable dialogue avec votre client afin que celui-ci ne se sente pas agressé par un "interrogatoire policier"! Vos questions doivent être: courtes, claires, précises, adaptées! Posez des questions pour:

- **Vous informer:** Pour obtenir des informations utiles, pour savoir, pour connaître "la situation"! Posez des questions ouvertes, fermées!
- **Approfondir:** Votre client vient de faire une remarque, d'exprimer une insatisfaction! Vous souhaitez en savoir plus, posez des questions "en retour" ("C'est à dire?"), utilisez la technique de la reformulation écho (reprendre le dernier du client sous forme interrogative!), sachez résumer ("si je vous comprends bien....?" "En fait, pour vous,...?")!
- **Suggérer:** Vous souhaitez orienter, suggérer le fait que vous avez une offre adaptée, une solution! Posez des questions alternatives, utilisez la technique du "si": "si vous aviez à votre disposition un matériel qui puisse vous permettre de, est ce que cela vous intéresse?" Le but étant d'obtenir un oui, une reconnaissance de son besoin, de vous ouvrir les portes de l'argumentation!

CONSEIL N°3: Construisez votre plan de découverte!

Le plan de découverte est une réflexion menée, un document préparé, avant votre entretien commercial. L'objectif étant de récapituler les différents thèmes que vous souhaitez aborder avec votre prospect/client dans le but de connaître ses mobiles d'achat! Il n'y a pas de plan type de découverte, par contre il est important de structurer les thèmes de questionnement (technique de l'entonnoir: du général au particulier!) La découverte porte sur "la situation actuelle" de votre client, sur ses besoins "actuels et futurs"! A chaque étape, lorsque vous découvrez une hypothèse d'insatisfaction ou un besoin trop vague, vous devez approfondir! Votre découverte s'arrête lorsque vous pensez suffisamment d'éléments (besoin explicite!) pour pouvoir faire une offre pertinente! Il s'agit de:

- **Découvrir la situation actuelle:** motifs d'insatisfaction liés à la situation actuelle: manque à gagner, coûts, délais, etc.!
- **Découvrir la situation future:** évolutions probables ou programmées chez le client: changement de taille, augmentation de production, ouverture de marché, Projets, etc.!
- **D'analyser:** l'environnement du client/prospect, le marché, la concurrence, la politique, les clients de l'entreprise prospectée ! les contraintes liées aux aspects juridiques, économiques, technologiques, etc.! La fonction, le rôle de votre interlocuteur dans la structure de décision du projet! ses besoins rationnels (performance, SAV, conditions d'utilisation, etc.), ses besoins psychologiques , ses principales motivations!

Votre phase de découverte peut se terminer par une synthèse, reformulation générale des besoins découverts! L'accord de votre client sur cette synthèse vous permettra de passer à l'étape suivante! Utilisez des formulations du type "si j'ai bien compris, vous avez besoin de....."