

LA BASE D'UNE DISCOVERY : 5 PILIERS

Guide de Vente B2B SaaS

Décembre 2025

Introduction

Tout commercial doit respecter ces **5 règles fondamentales** dans n'importe quelle *discovery* B2B SaaS. C'est sur ces piliers que KITT doit pouvoir surveiller et aider à corriger en temps réel.

1. Comprendre le contexte (ne jamais pitcher trop tôt)

Le commercial doit :

- Poser 2-3 questions de situation
- Comprendre l'environnement actuel
- Savoir ce qu'ils utilisent aujourd'hui
- Vérifier leur rôle dans l'entreprise

KITT doit aider en détectant :

- Si le commercial ne pose pas assez de questions
- Si le prospect donne une info clé (ex : outil utilisé)
- Si le commercial coupe trop vite

Insight KITT typique : ⇒ "Creuse leur processus actuel." ⇒ "Demande qui est impliqué dans ce sujet."

2. Identifier le vrai problème (le Pain)

C'est la partie la plus importante en *discovery*. Un commercial doit être capable de remonter au problème profond, pas au problème superficiel.

Exemples :

■ **Mauvais :** "On perd du temps." → pas précis

■ **Bon :** "On perd 2h/jour à qualifier manuellement." → exploitable

KITT doit aider en détectant :

- Quand le prospect donne un *pain* flou
- Quand il parle d'un irritant vrai
- Quand le commercial survole un problème
- Quand il faut creuser

Insight KITT typique : ⇒ "Demande l'impact concret ('combien de temps ça vous coûte ?') ⇒ "Pain détecté : manque de visibilité → creuse le flux actuel."

3. Mesurer l'impact (le "so what")

Sans impact → pas d'achat. C'est ce que SPIN et MEDDIC disent tous les deux.

Le commercial doit :

- Ce que le problème coûte
- À qui il fait mal
- Pourquoi c'est important maintenant
- Ce qui se passe si rien ne change

KITT doit aider en détectant :

- Absence de quantification
- Manque d'urgence
- Opportunité de montrer la valeur

Insight KITT typique : ⇒ "Quantifie l'impact : temps, argent, risques." ⇒ "Demande ce qui se passe s'ils ne changent rien."

4. Valider le rôle et le process décisionnel

Beaucoup de découvertes échouent parce que le sales ne sait pas :

- Qui décide
- Comment la décision est prise
- S'il y a un budget
- Le timing

C'est la colonne vertébrale du MEDDIC.

KITT doit aider en détectant :

- Si le prospect n'est pas décisionnaire
- Si le sales n'a pas posé une question clé
- Si le process de décision devient flou

Insight KITT typique : ⇒ "Demande comment la décision sera prise." ⇒ "Clarifie le rôle du prospect dans le process."

5. Créer le pont vers le closing (Next Step intelligent)

Une *discovery* n'a pas pour but de "comprendre seulement". Elle doit mener à l'étape suivante logique.

Exemples de Next Steps valides :

- Démo personnalisée
- Ateliers de cadrage
- *Free trial*
- Projet pilote (*Pilot*)

KITT doit aider en détectant :

- Signaux d'achat
- Hésitations
- Tentatives de fuite ("envoyez un mail")
- Opportunité de proposer un *next step* clair

Insight KITT typique : ⇒ "Propose un créneau pour tester leur cas d'usage." ⇒ "Reformule l'objectif avant de proposer la suite."

□ En Résumé — La Checklist de la Discovery

C'est LA CHECKLIST que tous les sales doivent suivre. C'est précis, mais assez universel pour devenir un moteur d'insights fiable.

1. Comprendre le contexte
2. Trouver le vrai problème
3. Mesurer l'impact
4. Valider la décision / budget / timeline
5. Proposer une *next step* logique