

# SÉQUENCE POUR SON ÉQUIPE

Niveau ★ ★ ★



PROGRAMME  
DÉCOUVERTE CLIENT



TEMPS DE PRÉPARATION  
2 MINUTES



OBJECTIF  
CHOISIR LES BONNES TECHNIQUES DE  
QUESTIONNEMENT POUR GAGNER EN EFFICACITÉ



DURÉE DE LA SÉQUENCE  
45 MINUTES

## PRÉPARATION :

Préparer une feuille de paper board par équipe.

## CONSIGNE :

Former des équipes de 2-3 vendeurs. Chaque équipe réalise un tableau à trois colonnes :

1<sup>ère</sup> colonne : lister les différentes techniques de questionnement que vous connaissez

2<sup>ème</sup> colonne : lister les avantages associés à la technique de questionnement

3<sup>ème</sup> colonne : lister les moments opportuns pour utiliser la technique de questionnement au cours des entretiens de vente.

## SYNTHESE :

Chaque technique à ses avantages, ses particularités et ses moments propices.

*"La vente c'est l'art de poser les bonnes questions"*

⚠ Le vendeur est le roi des questions fermées

Utiliser des questions fermées lors de la découverte client est inapproprié, tout comme poser une question ouverte pour la validation d'une étape lors de la présentation de projet.



TECHNIQUE	AVANTAGES	MOMENTS
• <b>Question ouverte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apporte beaucoup d'informations</li> <li>• Permet de découvrir le client</li> <li>• Valorise le client si il se sent écouté</li> </ul>	• Découverte client
• <b>Question fermée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Question précise appelant une réponse précise</li> <li>• Avec des mots bien choisis, elle permet de bien cerner le sujet</li> <li>• Utile pour valider des étapes</li> <li>• Nous pouvons aussi l'appeler « question de verrou »</li> </ul>	• Pour la validation des étapes lors de notre présentation de projet
• <b>Question à choix multiples</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laisse un choix apparent à l'interlocuteur</li> <li>• Permet de cibler les attentes</li> <li>• Utile pour placer un RDV à des moments qui arrangent le vendeur</li> </ul> <p>Ex : Préférez vous revenir demain à 10h ou jeudi à 18h?</p>	• Dans la zone choix si les clients hésitent
• <b>Le silence</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laisse réfléchir le client</li> <li>• Permet d'obtenir des informations supplémentaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Découverte du budget</li> <li>• Demande de RDV</li> <li>• Annonce de prix</li> </ul>
• <b>Question d'engagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une technique d'influence qui vise à créer chez le client les conditions psychologiques</li> <li>• Engagement moral du client en cas de « Oui »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonce de son objectif</li> <li>• Lors de la négociation</li> </ul>
• <b>Question de contrôle</b> (Qu'en-pensez-vous)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clarifie une situation</li> <li>• Mesure le ressenti du client</li> <li>• Confirme la bonne compréhension</li> <li>• Confirme la bonne progression de votre entretien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonce du déroulé de l'entretien</li> <li>• Après la présentation qualité</li> <li>• Annonce de son objectif</li> </ul>
• <b>La reformulation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fait parler sans poser de questions</li> <li>• Montre au client qu'il est bien écouté et compris</li> <li>• Contrôle sa propre compréhension</li> <li>• Valorise et sécurise le client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lors de la découverte</li> <li>• L'étape de validation du R2</li> <li>• Lors de la présentation de projet pour valider un changement</li> </ul>
• <b>Question rhétorique</b>	• Préparation psychologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Validation des étapes</li> <li>• Cascade des OUI</li> </ul>