

COMMENT CERNER LE BESOIN D'UN PROSPECT?

FICHE DE QUESTIONNEMENT

1

QUEL EST VOTRE ENJEU À COURT ET LONG TERME ?

Vous identifiez les attentes et les motivations de votre prospect. Cela vous permet de réfléchir à comment votre produit/service peut y répondre efficacement, tout en distinguant les aspects prioritaires à hiérarchiser.

2

POURQUOI CET ACHAT EST IMPORTANT POUR VOTRE ENTREPRISE ?

Le prospect vous explique ses problématiques et en quoi, selon lui, votre produit/service peut l'aider. Grâce à cette information, vous détectez quel type de modèle ou de prestation lui conviendrait le mieux.

3

QU'EST-CE QUI NE VA PAS AVEC VOTRE FOURNISSEUR HABITUEL ?

Si ce prospect vous reçoit en entretien, c'est bien qu'il souhaite avoir une autre proposition ! Vous avez ainsi une idée précise du contexte.

4

QU'EST-CE QUI DÉTERMINERA VOTRE CHOIX ?

Votre interlocuteur vous livre tous les éléments que doit comporter votre produit ou service pour lui plaire !

5

QU'ATTENDEZ-VOUS DE LA PART D'UN PRESTATAIRE COMME NOUS ?

En connaissant les attentes de votre client potentiel, vous pouvez affiner votre proposition. Pensez à lui demander quelle est sa marge de manœuvre financière : vous adapterez votre offre en fonction de ses besoins et de son budget.

6

QU'EST-CE QUI MANQUE POUR QU'ON AVANCE ENSEMBLE ?

C'est une question clé pour savoir si votre prospect est déjà séduit par votre proposition... ou non ! Si ce n'est pas le cas, levez ses réticences et ses objections en lui proposant des pistes d'amélioration et une nouvelle offre.

7

ÊTES-VOUS LE DÉCISIONNAIRE FINAL ?

En BtoB, la complexité de la vente réside dans la multiplication des intervenants dans la décision d'achat. En lui posant cette question, vous savez "à qui vous avez affaire".

8

QUAND POUVONS-NOUS COMMENCER À TRAVAILLER ENSEMBLE ?

Cette question est essentielle pour programmer le début de la collaboration ! Vous vous fixez des objectifs SMART et vous cadrez ainsi votre offre, vos délais. Vous qualifiez votre client.

Cerner le besoin de votre prospect est capital pour mettre en place un plan d'actions efficace par la suite : les réponses données vous permettront de proposer la bonne offre avec les bons leviers de motivation!