



15 questions à poser à vos prospects en phase de découverte



Lors du rendez-vous découverte,
vos prospects n'ont pas encore
formulé leur besoin.



En revanche, ils savent bien
qu'ils ont un **problème.**

C'est le moment de les aider à
formuler leur besoin réel.

Sortez votre casquette de coach
et faites de la maïeutique !



A propos de votre prospect



Q1 : Quels sont les objectifs de votre entreprise à court, moyen et long terme ?

Cette question doit vous permettre d'identifier les attentes réelles de votre prospect. Cela l'aidera également à les mettre en perspective dans le temps.

Qu'est-ce qui lui semble le plus urgent ? N'hésitez pas à relancer pour avoir des infos précises.

En fonction de la réponse, vous saurez ce que vous pouvez lui proposer pour l'aider à atteindre ses objectifs.

Q2 : Comment comptez-vous y parvenir ?

La réponse à cette question vous donnera des pistes quant aux différentes solutions déjà envisagées par votre prospect.

Vous saurez si vous devez faire une proposition en termes d'outil, de process ou d'étapes.

Notes

Prospect

Q3 : En quoi cet achat/ce projet est important pour vous et votre entreprise ?

Ici, le prospect vous explique comment il imagine que vous pouvez l'aider. Cette information est précieuse pour lui proposer la formule la plus adaptée à ses besoins.

Elle devra tenir compte non seulement de ses besoins actuels, mais également de ses défis, de la nécessité de changer et de son calendrier.

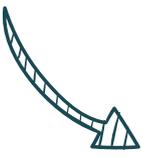
Q4 : Êtes-vous ouvert à l'utilisation de nouveaux produits ou services ?

La réponse à cette question vous aiguillera sur le type de proposition que vous pouvez faire à votre prospect : optimiser l'existant ou démarrer from scratch.

Notes

ct

A propos de son besoin



Q5 : Quels sont les problèmes ou défis auxquels vous êtes actuellement confronté ?

Cette question permet au prospect de s'ouvrir sur ses difficultés actuelles. Les réponses vous permettront de mieux cibler les solutions qui y répondent.

Comprendre les défis spécifiques de votre prospect vous permet de personnaliser votre offre et de lui montrer que vous êtes véritablement intéressé par ses besoins.

Q6 : Comment ces problèmes affectent-ils votre activité ou votre vie ?

Cette question vous aidera à identifier l'impact réel de la problématique et ses conséquences négatives.

Vous créez ainsi une connexion émotionnelle avec votre prospect et montrez que vous êtes la bonne personne pour trouver une solution adaptée.

BESOIN

Q7 : Quelles solutions avez-vous déjà envisagées ?

En comprenant les solutions que le prospect a déjà envisagées, vous pouvez éviter de proposer quelque chose qu'il a déjà rejeté.

Vous saurez pourquoi ces solutions n'ont pas répondu à ses attentes et pourrez adapter votre approche.

Q8 : Qu'est-ce qui est le plus important pour vous dans la résolution de ce problème ?

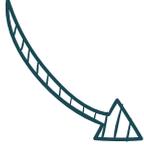
Cette question aide à identifier les critères de prise de décision du prospect.

En connaissant ce qui est vraiment important pour lui dans la résolution de son problème, vous pouvez sélectionner la solution adéquate et mettre en avant les points qui correspondent le mieux à ses priorités.

Notes



A propos de son produit/ service



Q9 : Décrivez votre produit/service/activité. Comment ça marche ? Quel problème résolvez-vous pour vos propres clients ?

La solution que vous allez lui proposer doit être bien évidemment adaptée à son produit/service et surtout à sa cible. Sous peine d'être totalement à côté de la plaque.

Q10 : Quel est votre principal atout ? Et votre principale faiblesse ?

En tenant compte des atouts mais également des difficultés rencontrées par le prospect, vous pourrez répondre encore plus précisément à sa problématique.

A vous de mettre en valeur les atouts et d'apporter une solution pour pallier ses faiblesses.

Offre

Q11 : Comment mesurez-vous le succès dans votre domaine d'activité ?

Comprendre les critères de succès du prospect vous permettra d'adapter votre proposition pour répondre à ses attentes en matière de résultats.

Vous pourrez ainsi mieux démontrer comment votre produit ou service peut contribuer à son succès.

Q12 : Pourquoi et comment avez-vous choisi votre fournisseur/prestataire actuel ?

Obtenir des informations sur le prestataire actuel de votre prospect est toujours délicat. Votre prospect aura sans doute du mal à vous donner les tarifs pratiqués par le fournisseur en place.

Néanmoins, en fonction de la réponse, vous saurez quel levier activer pour personnaliser votre proposition.

Notes



A propos de la relation client/ fournisseur

Q13 : Qu'aimeriez-vous changer dans votre fonctionnement actuel ?

Si votre solution est similaire à celle dont dispose actuellement votre prospect mais qu'il souhaite du changement, détaillez les améliorations qu'offre votre solution.

Soyez attentif à son vocabulaire : rapide, facile, intuitif, pas cher, modulable, portable ?

Agrémentez votre proposition de réponses à ces besoins précis.

Q14 : Quels sont vos principaux critères d'achat ?

C'est une question importante qui vous permettra de savoir où positionner le curseur. Allez au-delà de la notion de prix pour ciseler votre proposition.

Cherchez quels sont ses freins à l'achat. Si votre solution ne permet pas de répondre aux critères de réussite les plus importants de votre prospect, laissez tomber.

Relation

Q15 : Quelle est votre priorité entre le prix, la qualité et le service ?

Cette question a l'air basique, mais elle est fondamentale !

D'une part cela vous évite de commencer à parler de budget dès le premier contact, d'autre part, vous saurez où positionner le curseur dans votre proposition.

Vous aurez les cartes en main pour adapter votre offre en fonction des réponses.

Question bonus



Q16 : Qu'attendez-vous de votre relation avec un fournisseur/prestataire ?

C'est le moment de valider le mode de coopération qui conviendra à votre prospect comme à vous-même !

TheWizAdviz 
simple is smart

TheWizAdviz 
simple is smart