

Organisation

commerciale

- **La détection du besoin et les attentes du prospect ou du client**

**LA DÉTECTION DES BESOINS DU CLIENT
EST PRIMORDIALE LORS D'UN RENDEZ-
VOUS CLIENT ET DE PROSPECTION**



**Vous devez découvrir quels types de besoins
votre interlocuteur a pour avoir les arguments
correspondants**

Avec la méthode SONCAS

- **Sécurité**
- **Orgueil**
- **Nouveauté**
- **Confort**
- **Argent**
- **Sympathie**



Selon la typologie le client aura tendance à :

Sécurité

Être fidèle à ses fournisseurs, hésiter, réfléchir, vouloir tester (peut-être en vous prenant un TE)...

Orgueil

Parler de lui, être difficile à convaincre, avoir un comportement dominant...

Nouveauté

Être curieux, aimer le changement et la nouveauté, rechercher l'originalité...

Confort

Eviter les complications, aimer le bien-être et ce qui est facile d'organisation...

Argent

Rechercher des économies, à gagner quelque chose, comparer les différentes offres, ne veut pas être perdant...

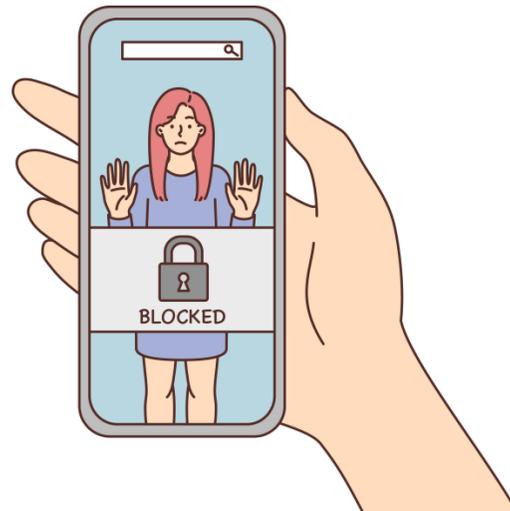
Sympathie

Faire plaisir, être convivial, parler...

Vous aurez donc un vocabulaire adapté à la typologie de votre prospect ou client

Sécurité

- **Solidité**
- **Référence**
- **Encadrement**
- **Expert**
- **Sérénité**
- **Politique qualité**
- **Garantie**
- **Démonstration...**



Orgueil

- **Notoriété**
- **Unique**
- **Prestige**
- **Exclusif...**

Nouveauté

- **Précurseur**
- **A la pointe**
- **Avant garde**
- **Nouveau...**





Confort

- Simple
- Organisation
- Facilité de mise en place
- Démonstration...



Argent

- Economique
- Marge
- Gain
- Investissement
- Garantie
- Rentabilité
- Promotion...



Sympathie

- Personnel agréable
- Attitudes de services
- Agréable...

Quelles sont les attentes finales du client ?



1

LA QUALITÉ

C'est le critère essentiel de la satisfaction client



2

LES ATTITUDES DE SERVICES SUR LE SITE

**C'est ce que le client voit
(lorsque l'intervention se fait en
présence du client ou des
usagers)**

**Les agents sont l'image n°1 de
l'entreprise**





3

LA DISPONIBILITÉ

Un SERVICE+

4

Proactive

Reactive

Cela peut aller d'une attitude prévenante à la fourniture de services matériels



5

LA FORMATION ET LA QUALIFICATION

Une prestation de service réalisée par du personnel formé

6

LA RAPIDITÉ

A-G-net
Propreté & Services 



L'HONNÊTETÉ

7

C'est ce qui va déterminer la confiance que le client va avoir en vous et l'entreprise



8

LE CONSEIL

**Le conseiller sur des solutions
d'entretien, de remise en état ou
d'aménagement...**

**Être un partenaire et non un
prestataire**

FORMATION

RAPIDITÉ

HONNÊTETÉ

SERVICES+

CONSEIL

DISPONIBILITÉ

ATTITUDES

QUALITÉ



Conclusion

En faisant attention à ces 8 critères vous vous assurez de comprendre votre client et de bien analyser ses besoins et attentes. Et de sortir du lot.

N'oubliez pas, établissez une relation de confiance sur le long terme. La transparence et l'honnêteté sont primordiales.

