

# Scénario de l'entretien de vente

Aujourd'hui 18:23

Sans catégorie ▼

Objectif : Connaître le client, préparer les arguments de vente et les réponses aux objections possibles.

Actions :

Recherche d'informations : Collecter les informations sur le client via internet, réseaux sociaux professionnels et bases de données internes. Connaître les priorités et les points faibles potentiels du client.

Documents et matériel : Préparer les bons de commande pré-remplis, les brochures sur les produits, les listes de prix, les échantillons de papier et les cartes de visite.

Stratégie : Préparer les arguments de vente en fonction des informations collectées et anticipez les objections possibles.

Exemple pour Sami Bentabet de Knauf Insulation :

Connaître les engagements de Knauf Insulation en matière de développement durable pour mettre en avant les produits écoresponsables.

Préparer les échantillons de produits de haute qualité pour les démontrer.

## 2. Accueil

Objectif : Créer une première impression positive et mettre le client à l'aise.

Phrase d'accueil :

"Bonjour, Monsieur Bentabet. Je suis COELHO Maëva et VARLET Lou-anne, commerciales chez Bureau Vallée. Merci de nous accueillir aujourd'hui."

Actions :

Accueil chaleureux : Être souriantes, polies et professionnelles.

Icebreaker et création d'un lien personnel : "Félicitations pour votre récente promotion. Cela doit être une période excitante pour vous chez Knauf Insulation."

## 3. Prise de contact/accroche

Objectif : Établir un contexte de confiance et introduire l'objet de la visite.

Phrase d'introduction :

"Nous sommes ici pour discuter de vos besoins en fournitures de bureau, en particulier concernant notre gamme de papier qui pourrait grandement bénéficier à votre entreprise."

Présentation de l'entreprise auprès du client si nécessaire (exemple : Bonjour monsieur ....., je suis madame..... de chez bureau vallée. J'ai eu votre secrétaire au téléphone il y a 15 jours par rapport à notre rendez-vous. Tout d'abord, est ce que vous connaissez l'entreprise bureau vallée ?

L'entreprise a été fondée en 1990 par Bruno Peyroles. C'est aujourd'hui son fils Adrien Peyroles qui est le PDG depuis 2021. Notre enseigne fait partie de la grande distribution spécialisée dans la papeterie, les fournitures de bureau, bureautique et consommables informatiques.

Actions :

Nous présenter et présenter l'entreprise : "Chez Bureau Vallée, nous nous concentrons sur une relation client de confiance ainsi que des solutions durables et économiques pour nos clients."

Expliquer l'objectif de la visite: "Nous croyons que nos produits peuvent vous aider à améliorer vos activités tout en respectant vos engagements en matière de durabilité."

#### 4. Phase de découverte/Rechercher les besoins

Objectif : Comprendre les besoins spécifiques du client.

Questions :

Actuellement, qui est votre fournisseur ?

Quels sont les atouts que vous garderiez ?

Les qualités les plus importantes chez un fournisseur d'après vous ?

Ce que vous souhaiteriez changer ?

Quel est l'utilité de votre papier actuellement ?

Impression laser ou encre ?

Impression de documents ou d'affiches ?

A quelle fréquence ?

Quels types de papier utilisez-vous ?

Cela vous convient ?

Plutôt A3 ou A4

Papier blanc ou papier couleur ?

Si blanc, le niveau de blancheur idéal ?

Si couleur, lesquelles ?

Rendu classique ou brillant ?

Un papier recyclé ou pas spécialement ?

La qualité "anti bourrage" est-elle importante pour vous ?

Est-ce que vous mettez de l'importance dans votre papier ? En termes d'images ou valeurs ?

Actions :

Écouter active : Prendre des notes et poser des questions de suivi pour approfondir les réponses.

Montrer de l'empathie : "Nous comprenons que la fiabilité et la durabilité sont cruciales pour vous."

### 5. Reformulation

Objectif: s'assurer que nous avons bien compris les besoins du client et rectifier si il y a des erreurs.

Phrase de reformulation :

"Si je comprends bien, vous cherchez un fournisseur qui offre des produits de haute qualité, avec des options éco responsables et des délais de livraison rapides. Vos motivations d'achats sont des fournitures de bureau responsable. Est-ce correct ?"

Actions :

Confirmer les besoins : "Je veux être sûr que nous sommes sur la même longueur d'onde avant de vous présenter nos solutions."

Reformuler en prenant compte du SONCASE

### 6. Argumentaire/Phase de démonstration

Objectif : Présenter les produits en fonction des besoins identifiés et mettre en avant leurs caractéristiques, avantages, preuves.

Phrase de transition :

"Sur la base de ce que vous m'avez dit, j'ai quelques solutions qui pourraient parfaitement répondre à vos attentes."

"Avant de préciser nos solutions, j'aimerais vous faire part de ce qui nous différencie des autres fournisseurs sur le marché... (reprise des éléments)"

Proposition de produits :

Produit éco responsable maison :

"Notre papier recyclé est idéal pour les entreprises soucieuses de leur impact environnemental. Il est fabriqué à partir de matériaux recyclés, ce qui réduit votre empreinte carbone."

Avantages : Impact environnemental réduit, bonne qualité d'impression. Favorise l'image de l'entreprise

Preuves : Note environnementale A (Produit ayant intégré les principes de l'éco-conception et fabricant responsable) selon l'organisme de notation environnementale GreenFlex

Gestion durable des forêts, Écolabel européen, Labellisation Blue Angel

La couleur du papier qui montre que le papier est fait avec des fibres de cellulose non vierge

Clairefontaine Papier ordinaire :

"Si vous recherchez une qualité supérieure, Clairefontaine est la référence en matière de papier. Ce papier offre une excellente opacité et une surface lisse, idéale pour des impressions de haute qualité."

Avantages : Haute qualité, fiabilité, meilleure opacité. Fait ressortir les impressions

Preuves : Note environnementale B

Certifié PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières)

Gestion durable des forêts Écolabel européen

Blancheur extrême car supérieur à 169 CI

### 3. Office Pink :

"Une partie des recettes de ce papier est reversée à des œuvres caritatives, ce qui peut également valoriser l'image de votre entreprise en montrant votre engagement social."

Avantages : Soutien à des causes caritatives, engagement social.

Preuves : Pour chaque carton acheté l'entreprise reverse 0,50€ en donation à la recherche contre le cancer du sein, auprès de Think Pink qui est une campagne nationale belge qui s'engage pour le cancer du sein en Europe

Actions :

Démonstration des produits : Montrer des échantillons, laissez le client les toucher et les comparer.

Mettre en avant les bénéfices spécifiques : "Ce papier recyclé vous permet non seulement de réduire votre impact environnemental, mais aussi de communiquer votre engagement envers des pratiques durables à vos partenaires et clients."

### 7. Ventes complémentaires et/ou additionnelles

Objectif : Proposer des produits ou services supplémentaires qui pourraient intéresser le client.

Propositions :

"En complément de ces papiers, nous proposons également du papier sous une autres formes qui peut être intéressant pour des affiches par exemples"

Actions :

Identifier les besoins additionnels : "Avez-vous d'autres besoins en fournitures de bureau où nous pourrions vous aider ?"

Proposer des solutions adaptées : "Pour vos besoins en présentation, notre papier couleur intense pourrait vraiment faire la différence."

### 8. Conclusion de la vente

Objectif: Finaliser la vente et s'assurer que le client est satisfait.

Phrase de transition :

"Nous sommes ravies d'avoir trouvé une solution qui vous convient. Si cela vous convient nous pouvons passer au bon de commande."

Actions :

Présentez le bon de commande : "Voici le bon de commande avec les produits que nous avons discutés. Je vais vous expliquer les

conditions commerciales."

Expliquez les conditions : "Le minimum de commande est de 120€ HT. Pour les commandes de plus de 240€, nous offrons la livraison gratuite."

Demandez la validation : "Pour finaliser, je vous laisse vérifier et apposer votre signature ici."

## 9. Prise de congé et suivi

Objectif : Terminer l'entretien sur une note positive et organiser le suivi.

Actions :

Féliciter le client pour son choix : "Merci pour votre confiance et pour votre commande. Vous avez fait un excellent choix avec nos produits."

Laisser une carte de visite : "Voici notre carte de visite si vous avez une quelconque question vous pouvez nous contacter à ces coordonnées."

Planifier la prochaine étape : "Est-ce possible d'organiser un rendez-vous la semaine prochaine pour m'assurer que tout est en ordre avec votre commande et pour discuter de vos futurs besoins ?"

Remercier et annoncer la fin de l'entretien : "Merci pour votre temps, Monsieur Bentabet. Nous avons fini, avez-vous d'autres questions ?"

Prise de congés : Se laisser raccompagnées à la porte, prendre toutes nos affaires, dire "A bientôt Monsieur Bentabet".