

MENER UN ENTRETIEN DE DÉCOUVERTE À FORTE VALEUR AJOUTÉE

Conduire un entretien structuré pour découvrir les enjeux explicites et implicites du client, identifier motivations et critères de décision, pratiquer une écoute active et un questionnement stratégique, adapter posture et discours selon le décideur, et transformer l'entretien en levier d'influence commerciale.

PROGRAMME

1. PRÉPARER EFFICACEMENT SON ENTRETIEN DE DÉCOUVERTE

Analyser le contexte et les objectifs de l'entretien

Meeting Prep, analyse des enjeux client, revue du parcours d'achat, fiche de préparation structurée, plan d'entretien en 5 étapes.

Définir les objectifs et les hypothèses à valider

La méthode SMART Meeting Objectives, cadrage des attentes, formulation d'hypothèses commerciales, Anticipation des objections et scénarios possibles.

Créer les conditions de confiance et d'ouverture dès le début

Les techniques de synchronisation (verbal, paraverbal et non-verbal), méthode DISC pour adapter sa posture, Icebreakers, contextualisation personnalisée, empathie stratégique.

2. STRUCTURER UN QUESTIONNEMENT DE DÉCOUVERTE PERTINENT

Formuler des questions puissantes et progressives

Modèles SPIN Selling, SONCAS, BEEF (Besoin, Enjeu, Effet, Facteur clé), Alternance entre questions ouvertes, de relance et de recentrage.

Explorer les enjeux business et organisationnels du client

Questionnement orienté valeur, analyse des priorités internes, identification des leviers de performance, Modèle Business Issue Mapping.

Identifier les motivations et les critères de décision implicites

Approche Buying Center Insight, reformulation stratégique, écoute active approfondie, grilles d'analyse psychologique et motivationnelle (méthode CHAMP – Challenges, Authority, Money, Priority).

3. ANALYSER ET REFORMULER LES BESOINS EXPRIMÉS ET LATENTS

Décrypter les signaux faibles et les besoins non exprimés

Observation comportementale, écoute à 3 niveaux (faits, émotions, intentions), silence actif, reformulation miroir, écoute empathique.

Reformuler les besoins pour valider la compréhension mutuelle

DESC Framework (Décrire, Exprimer, Spécifier, Conclure), validation en miroir, synthèse structurée, phrases de validation, alignement des priorités.

Transformer la découverte en base d'influence et de co-construction

Stratégie Value Discovery → Value Framing, storytelling de crédibilité, projection de solution, mini pitch de transition pour préparer la phase d'argumentation.

4. ADAPTER SA POSTURE ET SA COMMUNICATION SELON LE PROFIL DU DÉCIDEUR

Identifier les profils d'interlocuteurs et leurs logiques d'achat

Typologie DISC, MBTI, analyse comportementale commerciale, ajustement de ton, rythme et structure de discours selon le profil.

Gérer les interactions complexes et les situations de tension

Méthode DESC, écoute assertive, reformulation stratégique, désamorçage des objections implicites, recentrage sur la valeur.

Conclure un entretien de découverte efficace et mémorable

Synthèse en 3 points, engagement sur les prochaines étapes, "closing doux" relationnel, check-list Debrief Sheet.

RÉF : CO-ED

DURÉE

2 Jours

CIBLE

Commerciaux B2B et Grands Comptes, Ingénieurs d'Affaires, Key Account Managers, Consultants avant-vente.

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Qualifier et prioriser ses opportunités" ou disposer d'une expérience en vente B2B consultative.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Conduire un entretien structuré permettant de découvrir les enjeux réels, explicites et implicites du client.
- Identifier les motivations profondes et les critères de décision des interlocuteurs.
- Développer une écoute active et un questionnement stratégique à forte valeur.
- Adapter sa posture et son discours selon le profil et la maturité du décideur.
- Transformer l'entretien de découverte en levier d'influence commerciale.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : alternance d'exposés, d'ateliers de simulation et de feedback immédiat.
- Jeux de rôles : mise en situation d'entretiens avec débrief collectif.
- Méthodes collaboratives : travail en binômes et auto-évaluation croisée.
- Coaching opérationnel : analyse individualisée d'un entretien réel mené par chaque participant.

FORMAT : PRÉSENTIEL