

Commerciaux : un temps de confrontation pour éviter l'erreur

Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable et responsable.

www.com-hom.com

Car une erreur de diagnostic entraîne une proposition sans suite



L'écoute commerciale ne suffit plus.

Avant, le client arrivait avec un besoin. Aujourd'hui il arrive souvent avec une solution qu'il a « googelisée » : confrontation de ses connaissances personnelles et de celles disséminées sur internet.

Il arrive donc avec une idée bien précise de la solution.

Il faut donc faire valoir votre expertise.

C'est un peu comme si vous arriviez chez votre médecin avec un auto-diagnostic et une ordonnance que le médecin n'a plus qu'à vous prescrire : « Bonjour docteur, je suis tombé. Mon genou a tourné, ma fesse a cogné et j'ai fini par amortir le choc avec l'avant bras et l'épaule. J'ai donc besoin d'un anti-inflamatoire pour les chocs, d'une genouillère pour l'entorse externe du genou et d'un antiseptique pour les éraflures. Vous pouvez me la faire ? ».

La réponse très réconfortante pour le client et pour vous-même est : « oui, je peux vous le faire ».

Comme le médecin, pour faire valoir votre expertise et rouvrir un questionnement plus profond, il va falloir résister à la réponse. L'expert c'est vous 😊.

C'est donc là qu'intervient le magnifique « Ça dépend ». Asseyez-vous, je vais vous ausculter.

Ce « Ça dépend » va sur l'instant créer une déception chez le client, voire de la confrontation, mais va vous permettre de rouvrir une phase de questionnement et d'écoute. Plus vos questions seront pertinentes, portées sur les clients du client et sur la genèse et le contexte de la demande, plus vous pourrez capter les véritables besoins et enjeux du client et émettre une proposition qui fera la différence.

« Au temps pour moi » : commerciaux, prenez ce temps de la résistance à la réponse pour faire émerger les enjeux de votre client. C'est à ce prix que vous ferez valoir vos produits ou services, et vous permettra d'éviter l'erreur de diagnostic.

Pour aller plus loin :

- [Vendeur en focale client : Vendre et valoriser les produits, projets et services](#)



Marc VILCOT
[Com-Hom](#)

Marc Vilcot : J'ai vécu 17 années enrichissantes de vente et management dans l'industrie. De formation technique (Grenoble INP 89), mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite orienté vers des activités commerciales et marketing : directeur commercial (1997-2007). En 2008, je me suis investi dans la formation et l'accompagnement, poursuivant ainsi, dans des contextes variés, le développement de la performance par « le travailler ensemble ».

Je trouve en Com-Hom : confrontation de nos approches, évolution permanente de nos pratiques, laboratoire d'idées, confiance.

J'accompagne et je forme en management d'équipe, vente & négociation, performance individuelle et collective, lecture des personnalités, régulation des relations & gestion de conflit, cohésion d'équipe & coopération.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

Copyright

Les textes sont la propriété de [Com-Hom](#)

Crédit photographique : [Com-Hom](#), [Adobe Stock](#),