



La prise en charge du client et de l'utilisateur

Le besoin est un sentiment de manque qu'un individu cherche à effacer par l'achat d'un bien ou d'un service. Comprendre les besoins de ses clients est donc une étape importante pour réussir sa vente. Différentes étapes sont à respecter.

1. Questionner

Dans un premier temps, le vendeur doit questionner le client pour **s'informer** sur ses motivations, ses mobiles d'achat et ses freins éventuels. Pour cela il va **poser des questions** ouvertes, fermées ou alternatives.

2. Découvrir

En questionnant ainsi son client, le vendeur va identifier ses besoins qu'il devra interpréter correctement. C'est la seconde étape : bien discerner ses motivations, ses mobiles et ses freins d'achat. Les **motivations** sont les raisons profondes de l'achat, celles qui poussent le client à acheter. Elles sont classées en trois catégories selon le but recherché par le client : **hédoniste** (se faire plaisir à soi-même), **oblatif** (faire plaisir aux autres) ou **d'auto-expression** (se valoriser au sein d'un groupe). Les mobiles d'achat correspondent plus précisément aux raisons qui font qu'un client choisit tel produit plutôt qu'un autre. Ils guident l'acheteur et déclenchent sa décision d'achat. Les principaux mobiles sont classifiés selon la méthode

SONCASE :

- ⇒ Sécurité
- ⇒ Orgueil
- ⇒ Nouveauté
- ⇒ Confort
- ⇒ Argent
- ⇒ Sympathie
- ⇒ Écologie

3. Reformuler

La troisième et dernière étape de la recherche des besoins s'appelle la reformulation. Le vendeur doit **redire, avec ses propres mots**, l'essentiel des propos de son client afin de **vérifier qu'il a bien compris** ses besoins.

4. Traiter

Une fois ces trois étapes effectuées, le vendeur peut s'attacher à proposer une **solution appropriée** à son client, c'est-à-dire répondre à ses besoins en utilisant des **outils et moyens de communication appropriés**.