

Accueillir et découvrir les besoins du client

Les premières minutes décident souvent de la vente : un client bien accueilli se confie, et un vendeur qui découvre vraiment ses besoins sait ensuite quoi lui proposer et comment le convaincre.

Accueillir le client

L'accueil commence avant le premier mot : magasin rangé, vendeur disponible, regard et sourire. La règle des « 4 x 20 » rappelle l'importance des 20 premières secondes, des 20 premiers mots, des 20 premiers gestes et des 20 centimètres du visage (regard, sourire). Le vendeur salue, se rend disponible sans être insistant et adapte son approche : client pressé, client qui veut regarder seul, client qui demande conseil. L'accueil à distance (téléphone, messagerie, prise de rendez-vous en ligne) obéit aux mêmes règles : rapidité, politesse, personnalisation.

Les motivations et les freins

Motivation (SONCASE)	Ce que le client recherche	Arguments adaptés
Sécurité	Éviter un risque, être rassuré	Garanties, fiabilité, marque reconnue, SAV
Orgueil	Se valoriser, être reconnu	Image, exclusivité, haut de gamme
Nouveauté	Innovation, dernière tendance	Technologie récente, nouvelle collection

Motivation (SONCASE)	Ce que le client recherche	Arguments adaptés
Confort	Facilité, bien-être	Simplicité d'usage, gain de temps, ergonomie
Argent	Payer juste, économiser	Coût d'usage, durabilité, financement, promotions
Sympathie	Relation agréable, confiance	Écoute, conseil personnalisé, suivi
Environnement	Consommer responsable	Durabilité, réparabilité, matériaux, reprise

Les freins (peur de se tromper, budget, attachement à une marque) ralentissent la décision ; le vendeur les repère pour les lever pendant l'argumentation.

Questionner, écouter, reformuler

Type de question	Exemple	Usage
Ouverte	« Comment utilisez-vous votre lave-linge ? »	Faire parler, découvrir
Fermée	« Avez-vous un sèche-linge ? »	Obtenir une information précise
Alternative	« Plutôt 8 ou 9 kg ? »	Faire choisir, avancer
De contrôle	« C'est bien cela ? »	Vérifier la compréhension

La découverte procède en entonnoir : questions ouvertes puis de plus en plus précises. L'écoute active (laisser parler, prendre des notes, relancer) et la reformulation (« si je comprends bien... ») montrent au client qu'il a été entendu et préparent l'argumentation.

Évaluer l'accueil et la découverte

La visite mystère, les enquêtes de satisfaction et l'observation par le manager mesurent la qualité de l'accueil et de la découverte. Les résultats, critère par critère, orientent la formation de l'équipe.

L'essentiel à retenir

- L'accueil se joue dans les premières secondes : disponibilité, regard, sourire, salutation.
- SONCASE : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent, sympathie, environnement.
- Questions ouvertes pour découvrir, fermées et alternatives pour préciser, reformulation pour valider.
- Une bonne découverte conditionne l'argumentation et le taux de transformation.