


PSYCHOLOGIE ACHETEUR B2B

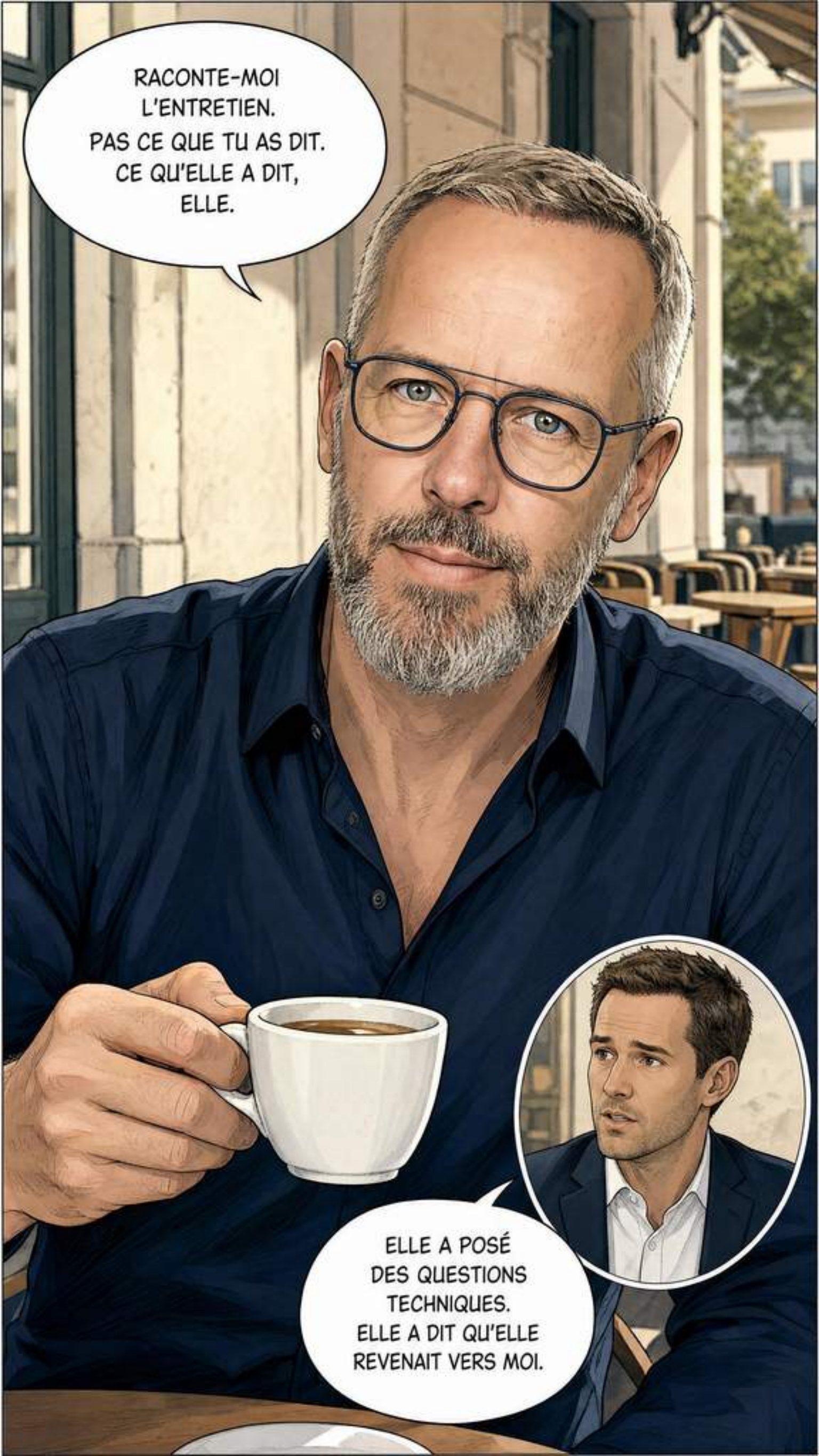


Ce qui se passe vraiment dans la tête de votre prospect




Laurent,
j'étais le moins cher.
J'avais la meilleure démo.
Il a pris le concurrent.
Je comprends pas.

Une scène que tout commercial connaît.



RACONTE-MOI
L'ENTRETIEN.
PAS CE QUE TU AS DIT.
CE QU'ELLE A DIT,
ELLE.



ELLE A POSÉ
DES QUESTIONS
TECHNIQUES.
ELLE A DIT QU'ELLE
REVENAIT VERS MOI.

Pendant ce temps, Sophie était dans son bureau.

Est-ce que je peux
défendre ce choix devant
le comité de direction ?

Projet Alpha

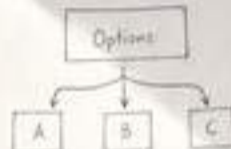
- Analyse
- Scénarios
- Risques
- Recommandation

Points d'attention

- Impact financier
- Ressources
- Délais
- Communication

Prochaine étape:
Préparation comité

Donner à vérifier



+ analyse détaillée

Elle ne comparait pas deux offres.

risque

équipe

crédibilité

conséquence

patron


Risque de changer.
Risque de ne rien faire.
Risque de payer trop cher.
Risque d'embarquer mon équipe.
Risque de me tromper devant mon N+1.

Elle comparait cinq risques.


Pendant que Marc vendait son produit...



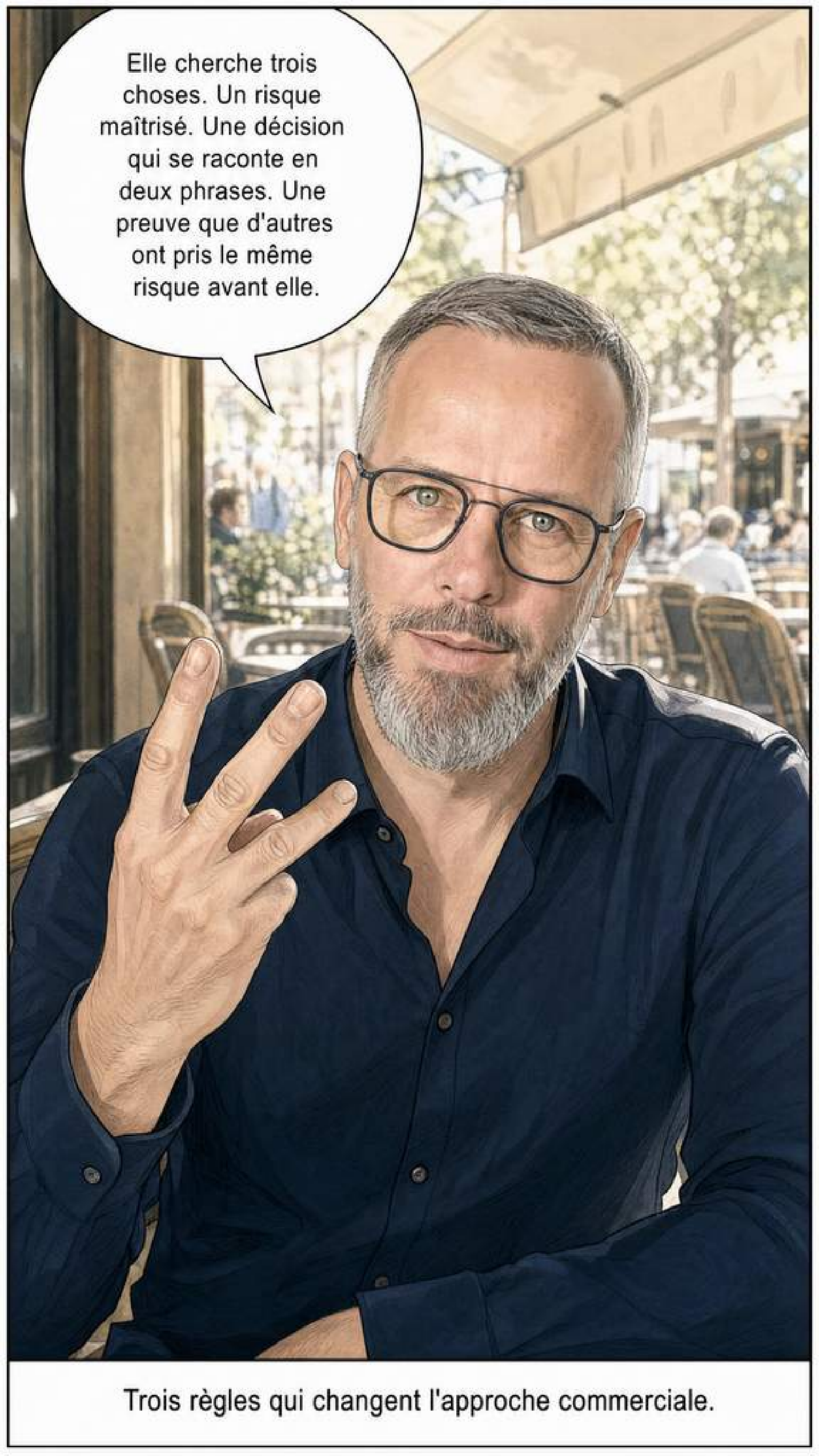
Ça a l'air bien.
Mais comment
je justifie ça lundi ?

A man with grey hair, glasses, and a beard is sitting at a wooden table in a cafe. He is wearing a dark blue button-down shirt and is drawing a diagram in a notebook with a pen. The diagram consists of several circles and rectangles connected by lines. A white cup of coffee on a saucer is on the table to his left. The background shows a city street with buildings and a blue awning.

Ton concurrent
n'a pas gagné sur le
produit. Il a gagné parce
qu'il a vendu une décision
défendable. Toi, tu as
vendu une solution.


A man with dark hair, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt, is sitting at the same wooden table. He is looking towards the man with glasses. A white cup of coffee on a saucer is on the table to his right. The background is the same city street as in the first panel.

Quelle
différence ?



Elle cherche trois choses. Un risque maîtrisé. Une décision qui se raconte en deux phrases. Une preuve que d'autres ont pris le même risque avant elle.

Trois règles qui changent l'approche commerciale.

A man with a grey beard and glasses, wearing a dark blue button-down shirt, is sitting at a round wooden table in an outdoor cafe setting. He is looking towards another man who is seen in profile, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. A black notebook is on the table. A speech bubble originates from the man with the beard.


Au lieu de passer
80% du temps à parler
de ta solution, passe 80% à
comprendre comment ta cliente
va devoir justifier son achat
en interne.

Genre...
qui valide
au-dessus
d'elle ?

« Les questions que Sophie attendait. »

Qu'est-ce qui
coince vraiment ?
Qui faut-il rassurer ?
Quelle peur n'est pas
encore dite ?
Qu'est-ce qu'elle devra
raconter lundi matin ?

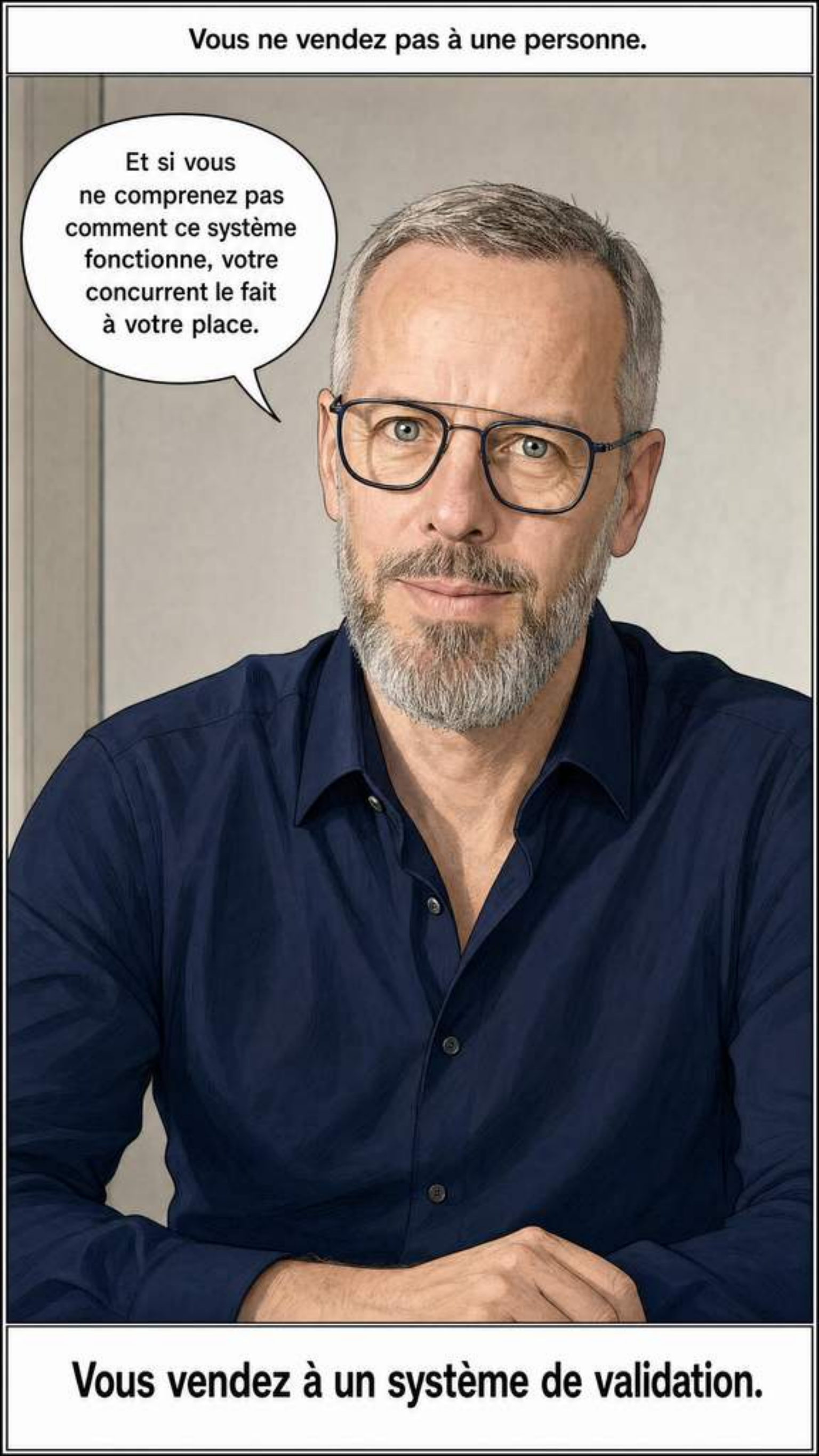




Sophie, si je vous pose
une question un peu différente :
qu'est-ce qui vous empêcherait
de défendre ce choix devant
votre équipe ?

Il n'a pas changé d'offre. Il a changé de question.


Vous ne vendez pas à une personne.



Et si vous ne comprenez pas comment ce système fonctionne, votre concurrent le fait à votre place.

Vous vendez à un système de validation.

POUR ALLER PLUS LOIN



**L'article complet est sur
mon blog avec tous les détails
et des exemples concrets.**