



Questionnaire commercial de base

Questions de connaissance

1. Qu'est-ce qu'un commercial ?

Un commercial est une personne qui conseille et qui vend à un client les produits dont il a réellement besoin. Ainsi il produit une relation gagnant-gagnant avec le client.

Cela demande donc de comprendre le vrai besoin du client pour l'aider à prendre le produit adapté.

2. Donne-moi au moins 3 avantages qu'apporte la distribution aux professionnels.

S'assurer que la personne que vous interrogez vous donne au moins 3 des éléments suivants :

- Un gain de temps : nous apportons en un seul lieu les produits de différents fournisseurs.
- Un service-conseil : on les conseille sur les achats les plus adaptés à leurs besoins.
- Offre multi marque : nous sommes capables de leur concevoir un ensemble composé de produits de fournisseurs différents.
- Du confort : ils peuvent faire des achats en petite quantité, contrairement aux fabricants qui imposent des unités d'emballages complètes et des achats en volume.
- Diminution des couts : on minimise leurs déplacements : ils ne viennent que dans un seul lieu pour tous leurs achats.
- Meilleure gestion : on leur évite de faire du stock chez eux, et on leur permet d'acheter au rythme de leurs besoins.

3. Qu'est-ce qu'un produit d'appel ?

Un produit d'appel est un produit couramment utilisé qui est vendu à un prix bas pour attirer les clients. C'est donc un produit sur lequel on décide de ne garder qu'une faible marge.

Nous appelons ces produits des Runners.



Questionnaire commercial de base

Questions de connaissance

4. Question : d'après toi, combien de prix connaît un client ?

Un client connaît généralement le prix des quelques articles qu'il achète régulièrement. C'est en moyenne une trentaine de produits.

5. C'est quoi le "prix marché ?"

Il y a des produits que tout le monde vend et sur lesquels tout le monde se bat. Comme tout le monde se bat sur ces produits, leur prix est connu, et devient le prix marché.

Ces produits font partie de nos « Runners »

6. Qu'est-ce que la marge ?

La marge est la différence entre notre prix d'achat et notre prix de vente.

7. Que paye la marge ?

Elle paye tout ce qui nous permet de servir nos clients et de nous faire vivre : le transport des articles achetés jusqu'à notre stock, nos bâtiments, nos ordinateurs, nos téléphones, nos frais généraux, et évidemment nos salaires et nos primes.

8. J'achète un produit 100€, je veux 25% de marge. A combien dois-je vendre mon produit ?

Réponse : 133,33 €

Formule = Prix d'achat / (1-marge)

Calcul :

Prix d'achat = 100 €

1-marge = 1-0,25 = 0,75

100/0,75 = Prix de vente = 133,33 €

Démonstration visuelle :



Questionnaire commercial de base

Questions de connaissance

Départ

← 100 € →		
75%		25%

Résultat :

← 100 € →			
25%	25%	25%	25%
33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €

9. Donne-moi au moins 3 avantages que nous apportons à nos clients en échange de notre marge :

S'assurer que la personne que vous interrogez vous donne au moins 3 des éléments suivants :

- On offre à nos clients la possibilité de trouver en un seul lieu tous les matériels et toutes les marques dont ils peuvent avoir besoin.
- Comme on leur offre la disponibilité de ce matériel, immédiatement s'il est en stock ou sous 24 à 48 heures sinon, on leur permet d'être réactifs et de répondre aux besoins de leurs clients sans délai.
- On leur offre la possibilité de se faire livrer sur le lieu de leur choix, sans les obliger à venir chercher les articles dans nos locaux.
- On leur offre l'accueil et le conseil leur permettant d'acheter le produit le plus adapté à leurs besoins.
- On les aide à gagner des affaires en leur faisant des études.
- On leur fait gagner du temps.
- On leur fournit un financement qui leur évite de devoir payer le prix du matériel avant d'avoir été payés par leurs clients.



Questionnaire commercial de base

Questions de connaissance

10. Comment toi, en tant que commercial, peux-tu fidéliser ton client ?

- Par la qualité de notre accueil.
- Par notre capacité à répondre rapidement à leurs besoins.
- Par la justesse de nos conseils.
- Par des classements adaptés à leur activité.
- Par nos plans de fidélité.
- En leur permettant de participer aux formations proposées par nous ou nos fabricants qui leur permettent de connaître les nouveaux produits, les nouvelles technologies, les nouvelles normes, et les attentes du marché.

*** FIN ***