



Guide d'identification des besoins du futur client

→ À quoi ça sert ?

Un prospect vous contacte au sujet d'une problématique et attend de votre part une offre de prestations ; cette offre comprendra une recommandation méthodologique et un devis. Cependant, afin d'établir l'offre la plus pertinente et adaptée, il vous est indispensable de comprendre et d'appréhender la problématique de ce futur client avec la plus grande justesse. C'est pourquoi, vous avez demandé un entretien visant à approfondir la demande de ce prospect. Avant de le rencontrer, vous identifiez l'ensemble des points qui vous seront utiles pour forger votre analyse.

Ce guide comporte une partie que vous pourrez pré-remplir lors de la préparation de l'entretien auquel il servira de base. Présenté en format A3 plié, il peut aussi devenir une pochette, support de notes et de traçabilité des informations relatives à une prestation.

→ Cet outil est

- Une aide à la structuration d'un entretien et à l'exploration des réels besoins
- Une check list de points à aborder permettant d'éviter les oublis et les non-dits tout en libérant l'écoute
- Un élargissement des paramètres et enjeux liés à une problématique
- Un moyen pour valider la pertinence d'un objectif exprimé par un client et parvenir à un consensus
- Un moyen de calibrer l'intervention demandée à un prestataire

→ Cet outil n'est pas

- Un canevas pour établir un cahier des charges ou une offre
- Un questionnaire rigide ou un interrogatoire du client

→ Comment ça marche ?

Cet outil permet de recueillir les différents paramètres ayant une influence sur la mise en œuvre d'une prestation de services (prenant en considération l'organisation interne et l'environnement général dans lequel évolue la structure concernée). Aussi, cet outil s'attache à clarifier les réels besoins du futur client ainsi que les modalités de sélection d'un prestataire (identification des décisionnaires, du processus et des critères de sélection).

Lors du ou des entretiens vous pourrez vérifier, en un rapide coup d'œil, si les points essentiels ont été abordés. Vous aboutirez à la reformulation de la problématique et à la clarification des livrables attendus validés avec votre futur client.

Une bonne analyse et compréhension d'une problématique sont les clés d'une relation réussie entre un commanditaire et un prestataire.

Vous pouvez vous approprier cette balise selon vos besoins pour en faire un support personnalisé d'une relation client réussie.

En savoir plus :

Nathalie Aubry - tél. : 03 81 25 25 93
E-mail : naubry@doubs.cci.fr



Cette méthode et ses outils ont été élaborés par des groupes de travail de prestataires de services intellectuels, animés par les CCI de Franche-Comté.

Corinne Melaye - CAP RACINES,
Philippe Legrand - DARTAGNAN,
Stéphane Vital,
Frédéric Géhin - STACCATO.

Identification et coordonnées prospect :

NOM :

ADRESSE :

Code Postal : Ville :

Adresse URL :

EFFECTIFS :

INTERLOCUTEURS	NOM	PRÉNOM	FONCTION	TELEPHONE	MAIL
responsable d'entreprise					
responsable projet					
décideur					

INFORMATIONS GENERALES (activité, produits...) (collectées lors d'une recherche préalable et complétées par l'entretien)

Traçabilité des différents échanges

DATE	ACTION/SUJET



QUI EST MON PROSPECT, SON ENTREPRISE ?

(60 % du temps de l'entretien, ménager 20 % de silence = écoute et analyse)

Ses activités, métiers	
Ses marchés	
Son fonctionnement général	
Sa stratégie, ses objectifs	
Autres informations générales : - contraintes - interrogations - processus de décision - critères de sélection offre/prestataire - ...	

QUI JE SUIS ? Check list des éléments à apporter au prospect (20 % du temps de l'entretien)

Mes compétences : - effectifs - formation - domaine de compétences	
Mes références/ expériences	
Labels	
Réseaux	



EXPLORATION DE LA SITUATION

1 ^{ère} expression du besoin	
Motivations : pourquoi ?	
Contexte, contraintes	
Causes (remonter aux causes réelles en utili- sant un outil de ques- tionnement tel que : les 5 « pourquoi ? »)	
Solutions déjà imaginées par le client : - internes - externes - rôle du consultant - ...	
Finalités identifiées non exprimées par le solliciteur	
Reformulation conjointe - du dysfonctionnement réel - de l'objectif	



ÉLÉMENTS DE CADRAGE / MISE EN ŒUVRE DE LA MISSION

Processus de décision Décideurs de la prestation Critères de choix	
Acteurs du projet Compétences RH sur la mission	
Échéancier - remise de l'offre - décisions - démarrage mission - fin de mission	
Budget envisagé par le prospect (ordre de grandeur)	

REFORMULATION/CONSENSUS

Dysfonctionnement réel	
Contenu de la proposition Livrables attendus	
Validation/consensus client sur suites données	

