



Question ouverte en vente

10 exemples concrets pour révéler aspirations et blocages

Rouhina Rahbarian

Experte en Prospection Digitale B2B

[Activateur France NUM](#)

Autrice des sites

<https://axiz-ebusiness.com>

<https://formation-linkedin-prospection.com>

<https://action-commerciale.com>

<https://www.modele-cahier-charges.com/>

Août 2025



Question

Explication

1. Si, à la fin de cette heure, vous regardiez en arrière en pensant "c'était une heure bien investie", qu'aurions-nous abordé ensemble ?

Quelle meilleure façon de mener une réunion que de s'assurer que vous traitez exactement ce qui est important pour l'acheteur ? En plus, cette question permet de mettre en lumière à la fois ses aspirations et ses difficultés spécifiques au rendez-vous, ce qui garantit que vous ne vous concentrez pas uniquement sur les points douloureux.

2. Pourquoi cette technologie / ce service / ce produit / cette situation / ce problème ne fonctionne-t-il pas pour vous actuellement ?

De nombreux acheteurs acceptent de parler à des vendeurs parce que quelque chose dans leur fonctionnement actuel ne leur convient pas. Il est crucial de comprendre à quoi vous êtes confronté.

3. Beaucoup de nos clients rencontrent des difficultés avec A, B et C. En quoi ces domaines vous impactent-ils ? Qu'en pensez-vous ?

Voici une autre excellente façon de montrer votre expertise et votre crédibilité dans le secteur. Cela pousse également l'acheteur à envisager ses défis sous un autre angle ou à prendre conscience de problèmes auxquels il n'avait pas encore pensé.



4. Qu'est-ce qui vous empêche d'atteindre vos objectifs de chiffre d'affaires (ou de bénéfices, ou autres) ?

Il est impératif d'identifier les obstacles dès le début de la conversation. Si l'acheteur pense qu'un obstacle est insurmontable, c'est à vous de lui montrer le contraire et de l'aider à le surmonter.

5. Quels sont vos objectifs et ambitions, en général pour votre entreprise ? Et plus précisément dans ce domaine ?

Découvrir les espoirs, les objectifs et les ambitions de votre acheteur vous permet de vous concentrer sur les aspects positifs lors de vos échanges, et de mettre en lumière des besoins auxquels il n'avait peut-être pas encore pensé.

6. (S'ils ont pris l'initiative du rendez-vous) Pourquoi avez-vous souhaité échanger avec moi aujourd'hui ?

Même si vous pensez déjà connaître la raison du rendez-vous, cela ne coûte rien de poser la question à nouveau pour s'assurer que vous êtes bien alignés. Il est également possible que des choses aient évolué depuis la prise de rendez-vous.

7. (Si vous avez pris l'initiative du rendez-vous) Avant que nous commencions, y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez aborder d'ici la fin de cette réunion ?

Il se peut que l'acheteur ait autre chose en tête que vos objectifs initiaux lorsqu'il a accepté ce rendez-vous. Cette question permet de vérifier ses attentes avant de commencer, afin que la réunion soit aussi pertinente et utile que possible.



8. Selon vous, que faudrait-il faire pour améliorer cette situation / faire avancer les choses / apporter un changement ?

Connaître le point de vue de votre acheteur sur la situation et sur les actions à entreprendre vous en dira beaucoup : sur la culture de son entreprise, sur sa réceptivité à vos idées, et sur la manière dont vous devez présenter votre solution.

9. Quelles opportunités d'amélioration voyez-vous dans ce domaine ?

Cette question est idéale pour explorer à la fois les aspirations et les difficultés. En demandant à l'acheteur d'exprimer ce qu'il souhaite améliorer, vous l'amenez à parler à la fois des problèmes qu'il rencontre et de la vision qu'il se fait d'un futur amélioré.

10. Qu'avez-vous essayé par le passé pour résoudre ce problème / atteindre cet objectif ?

Lorsque vous commencez à formuler votre solution, il est essentiel de ne pas proposer quelque chose que l'acheteur a déjà tenté sans succès. Vous devez soit vous appuyer sur ce qu'il fait déjà, soit proposer une approche différente.

Ressources pour booster vos résultats

- **PERSONA** à décrire en amont : [Faites-le avec ce Mega Prompt Persona B2B](#)
- **PDF** : [Mega Prompt pour créer un CAS CLIENT B2B](#) + un exemple appliqué
- **PDF** : [30 cas d'usage et conversation avec ChatGPT par-commerciaux](#)
- 2 façons pour [trouver et extraire l'email pro des prospects en Excel](#)