



HubSpot

# 101 questions pour qualifier vos prospects

Ces 101 questions, qui permettent de recueillir des informations essentielles et de proposer des ventes additionnelles aux clients existants, couvrent toutes les phases du parcours d'achat.

# Table des matières

---

**3** - Introduction

**4** - Quelques questions à se poser

**5** - Questions de prise de conscience

**6** - Questions sur le budget

**6** - Questions sur l'influence

**8** - Questions sur les besoins

**8** - Questions sur les délais

**9** - Questions sur l'impact commercial

**10** - Questions sur les concurrents  
et le secteur d'activité

**12** - Questions d'avancement

**13** - Questions de conclusion

**14** - Questions de relance

**15** - Questions pour proposer des  
ventes additionnelles



# Introduction

---

Les équipes commerciales performantes cherchent toujours à obtenir des réponses à des **questions** indispensables pour qualifier les prospects les plus prometteurs à chaque phase du parcours d'achat.

Les 101 questions présentées dans cet e-book vous permettront d'optimiser votre processus de vente. Elles vous aideront à recueillir des informations de base comme un nom et un emplacement géographique, ou bien à peaufiner la qualification des prospects en abordant des sujets comme le budget, l'influence, les besoins et les délais.

Découvrez les 101 questions indispensables à conserver dans votre arsenal de vente.

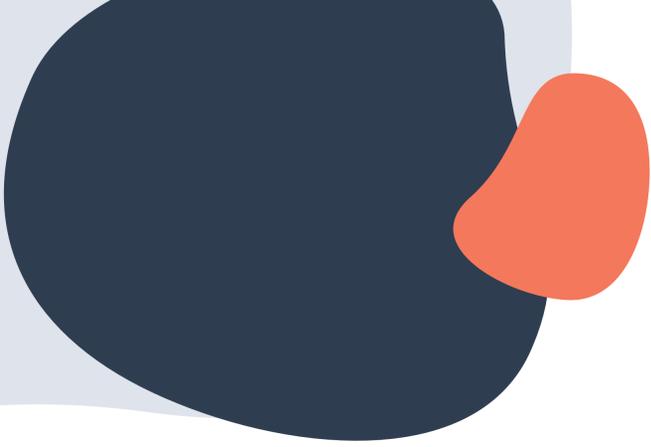
# Quelques questions à se poser :

*Avant de commencer le processus de qualification des prospects, vous devez vous poser quelques questions afin d'identifier votre client idéal. Autrement, vous risquez de ne pas satisfaire vos clients et de présenter un taux d'attrition élevé.*

1. Dans quelles régions votre entreprise travaille-t-elle ?
2. Quelle remise maximum pouvez-vous proposer ?
3. Quelle est la taille idéale de l'entreprise de votre client ?
4. À quels secteurs d'activité vos produits et vos services s'adressent-ils ?
5. Quels compromis proposez-vous ?
6. Qui sont vos buyer personas ?
7. Quel délai proposez-vous entre la conclusion d'une transaction et le processus d'implémentation ?

## **6. Qui sont vos buyer personas ?**

Développer un buyer persona, c'est-à-dire une version semi-fictive de votre client idéal, aide votre équipe commerciale à identifier rapidement les prospects les plus prometteurs et les plus susceptibles de se convertir en clients.



# Questions de prise de conscience

*Vous devez recueillir des informations de base pendant les premières prises de contact. À cet effet, les entreprises recourent généralement à des formulaires que les prospects doivent remplir lorsqu'ils téléchargent des contenus ou demandent davantage d'informations.*

8. Quel est votre nom ?

9. Quelle est votre adresse e-mail ?

10. Quel est votre numéro de téléphone ?

11. Quel est le nom de votre entreprise ?

12. Quel est le site web de votre entreprise ?

13. Où se trouve votre entreprise ?

14. Quelle est votre fonction ?

15. Votre entreprise travaille-t-elle dans le B2B ou le B2C ?

16. Votre entreprise propose-t-elle des produits, des services ou les deux ?

17. Dans quel secteur d'activité travaille-t-elle ?

18. Combien de salariés compte-t-elle ?

19. Combien de clients compte-t-elle ?

20. Quand a-t-elle été créée ?

21. Aimerez-vous bénéficier d'une démonstration ou d'une consultation ?

22. Aimerez-vous vous abonner à notre blog ?

23. Quel est votre nom d'utilisateur sur les réseaux sociaux ?

24. Aimerez-vous en savoir plus sur l'un des sujets suivants ?

## ***24. Aimerez-vous en savoir plus sur l'un des sujets suivants ?***

Intégrez les domaines d'expertise de votre entreprise à vos formulaires afin de savoir si les solutions que vous proposez correspondent aux besoins de vos prospects.

# Questions spécifiques

## **Budget, influence, besoins et délais**

*Dans le cadre de la qualification commerciale, quatre principaux sujets doivent être abordés avec les prospects. Posez ces questions lors du premier appel de découverte afin de former une base de négociation avec vos clients potentiels.*

### **Questions sur le budget**

25. Votre entreprise a-t-elle déjà alloué un budget à cette solution, ou devra-t-elle en définir un ?

26. Quel est votre budget pour cette solution ?

27. Cette gamme tarifaire correspond-elle à votre budget ?

28. Quel budget avez-vous déjà consacré à des solutions similaires par le passé ?

29. Quel est le chiffre d'affaires annuel de votre entreprise ?

30. Notre modèle de facturation vous convient-il ? (Facturation annuelle, etc.)

31. Accepteriez-vous une facturation annuelle si nous proposons une remise ?

32. Accepteriez-vous nos tarifs en échange d'un service exceptionnel ?

### **Questions sur l'influence**

33. Êtes-vous le ou la décisionnaire ?

34. Si non, qui l'est ?

35. Un autre membre de votre entreprise devrait-il participer à ces discussions ?

36. Certains de vos collègues ou responsables d'équipe pourraient-ils hésiter à adopter cette solution ?

37. Qui a décidé d'explorer l'idée de cette solution au sein de votre entreprise ?

38. À quel moment préférez-vous que je vous recontacte afin d'évoquer les prochaines étapes ?

## Budget

### ***32. Accepteriez-vous nos tarifs en échange d'un service exceptionnel ?***

Les produits de qualité supérieure sont généralement plus onéreux. Essayez de déterminer si votre prospect souhaite bénéficier d'un service client exceptionnel, surtout si le vôtre est l'un des atouts de votre entreprise.

## Influence

### ***35. Un autre membre de votre entreprise devrait-il participer à ces discussions ?***

Cette question vous aide à savoir si d'autres personnes (responsables d'équipe ou collègues) devront également recueillir un accord avant de concrétiser l'achat. Si vous vous adressez à des équipes de grande taille ou à plusieurs décisionnaires, vous devrez aborder la vente sous plusieurs points de vue.

## Besoins

### ***43. Nos contacts évoquent fréquemment [ce problème]. En est-il de même pour votre entreprise ?***

Cette question permet d'informer votre prospect que votre produit et/ou service permettent de résoudre un problème qui se pose fréquemment dans son secteur d'activité, mais qui n'est que rarement abordé.

## Délais

### ***49. Quand allez-vous prendre une décision ?***

La conclusion de transactions peut prendre plusieurs années au niveau d'une grande entreprise, mais un seul jour si vous vous adressez à des PME ou à des individus. Établissez des attentes pertinentes pour votre entreprise et pour vos prospects en déterminant des délais raisonnables pour la négociation, la conclusion de la vente et la transmission à l'équipe de service client.

## Questions sur les besoins

39. Quels sont les principaux défis que votre entreprise devra relever cette année ?
40. Quelles sont ses principales priorités cette année ?
41. Quelle croissance a-t-elle connue à ce jour ?
42. Quels sont vos objectifs de croissance cette année ?
43. Nos contacts évoquent fréquemment [ce problème]. En est-il de même pour votre entreprise ?
44. Qui sont vos principaux concurrents ?
45. Quelles sont les forces et les faiblesses de votre entreprise au regard de ses concurrents ?
46. Quelle importance accordez-vous au service client pour un forfait comme celui-ci ?

## Délais

47. Pourquoi avez-vous décidé d'adopter une solution maintenant pour relever ce défi ou saisir cette opportunité ?
48. À quel point la résolution de ce problème est-elle urgente ?
49. Quand allez-vous prendre une décision ?
50. Quand souhaitez-vous obtenir des résultats ?
51. Depuis combien de temps votre entreprise fait-elle face à ce problème ?
52. Combien de temps vous faut-il pour vous préparer à l'installation/l'implémentation/la livraison ?

## Besoins

### ***44. Quelles sont les forces et les faiblesses de votre entreprise au regard de ses concurrents ?***

Cette question vous permet de déterminer si votre produit et/ou votre service peuvent améliorer les points forts de votre prospect, et résoudre ses faiblesses afin de les transformer en forces.

# Questions sur l'impact commercial

*En comprenant l'impact précis de votre solution pour votre client potentiel, au lieu de comprendre l'impact général de votre produit sur un client similaire, vous pouvez offrir un service plus personnalisé, tout en adaptant votre approche, et ainsi augmenter la probabilité de conclusion de la vente.*

53. Comment mesurez-vous le succès de manière quantitative ?

54. Si cette transaction est conclue, quelles seront vos exigences non négociables ?

55. Quels avantages supplémentaires ou résultats qualitatifs aimeriez-vous obtenir à la suite de ce contrat ?

56. Afin de mieux comprendre comment notre entreprise peut vous aider, pouvez-vous m'indiquer quelles sont vos tâches quotidiennes habituelles ?

57. Comment pensez-vous que vos besoins commerciaux évolueront au fil de la croissance de votre entreprise ?

58. Quelles équipes ou quels départements seront affectés par cette transaction, ou en retireront des avantages ?

59. Si la transaction est conclue, qui devra bénéficier d'une formation dans votre entreprise ?

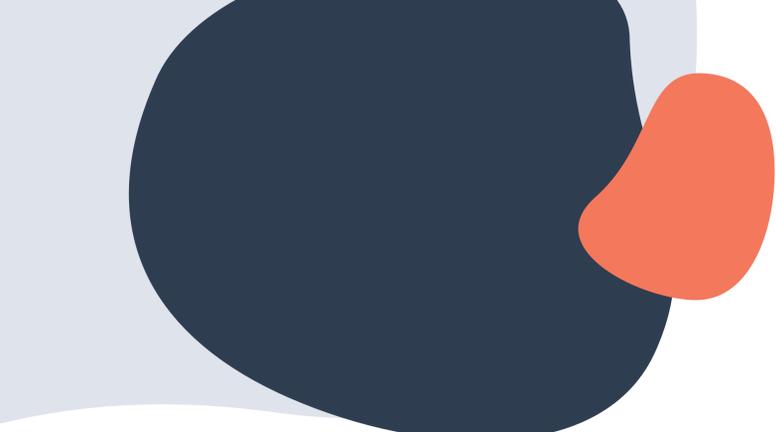
60. À quel point la saisonnalité affecte-t-elle votre entreprise ?

**55. Quels avantages supplémentaires ou résultats qualitatifs aimeriez-vous obtenir à la suite de ce contrat ?**

Des avantages comme l'amélioration des communications, l'augmentation de la productivité ou encore la réduction du stress peuvent favoriser la concrétisation de la vente si votre entreprise est certaine de pouvoir les apporter.

**57. Comment pensez-vous que vos besoins commerciaux évolueront au fil de la croissance de votre entreprise ?**

Les entreprises sont en évolution constante. Essayez de déterminer comment les besoins de votre contact évolueront eux aussi afin de savoir si votre entreprise sera capable d'y répondre.



# Questions sur les concurrents et le secteur d'activité

*Le processus de qualification commerciale vous permet de mieux comprendre votre propre secteur d'activité, ainsi que votre positionnement sur votre marché.*

61. Avez-vous déjà testé une solution comme la nôtre ?

62. Si/quand vous avez essayé de résoudre ce problème par le passé, quels résultats avez-vous obtenus ?

63. Pourquoi avez-vous décidé de contacter notre entreprise ?

64. Que savez-vous sur notre entreprise, nos produits et/ou nos services ?

65. Envisagez-vous d'autres options ou avez-vous contacté une autre entreprise de notre secteur d'activité ?

66. Pour quelles raisons envisagez-vous de faire appel à [concurrent] ?

67. Comment avez-vous entendu parler de notre entreprise ?

68. Notre entreprise remplacera-t-elle une solution ou un prestataire, ou travaillerez-vous pour la première fois avec une entreprise de notre secteur d'activité ?

69. Avec quelle entreprise ou quel prestataire travaillez-vous actuellement pour résoudre ce problème/saisir cette opportunité ?

70. Avez-vous signé un contrat avec l'un de nos concurrents ?

71. Pour quelles raisons l'aviez-vous choisi ?

72. Pourquoi envisagez-vous de changer de prestataire/partenaire ?

73. Que recherchez-vous précisément en signant un contrat avec un nouveau prestataire/partenaire ?

74. Pourquoi n'êtes-vous pas satisfaits de votre solution/situation actuelle ?

75. Est-il possible que vous choisissiez de conserver votre prestataire actuel, ou êtes-vous certains de rompre votre contrat ?

## ***67. Comment avez-vous entendu parler de notre entreprise ?***

Cette question permet de fournir un feedback précieux à votre équipe marketing.

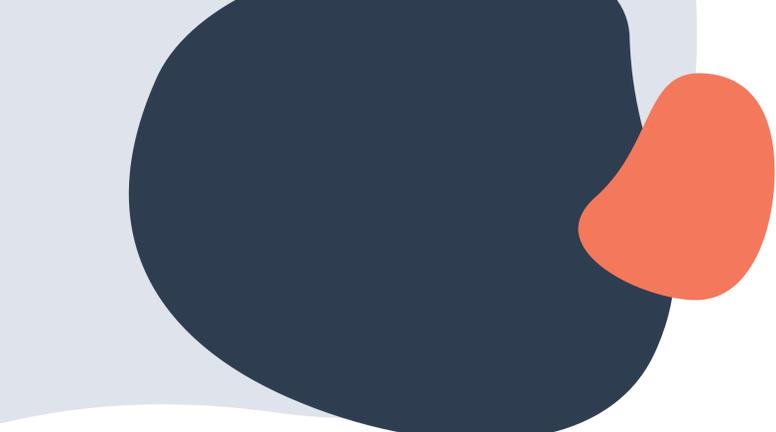
Même si vous recueillez des informations anecdotiques, savoir comment vos prospects prennent connaissance de l'existence de votre entreprise peut vous aider à vous positionner en face de la bonne audience, sur les canaux de communication appropriés et au moment opportun.

## ***70. Avez-vous signé un contrat avec l'un de nos concurrents ?***

Un contrat existant avec l'un de vos concurrents peut affecter les délais et le budget accordés à une nouvelle transaction. Il est également possible que vous deviez aider votre prospect à résilier son contrat actuel.

## ***75. Est-il possible que vous choisissiez de conserver votre prestataire actuel, ou êtes-vous certains de rompre votre contrat ?***

La réponse à cette question vous aidera à évaluer l'engagement de votre prospect. Est-il décidé à cesser sa relation avec votre concurrent, ou cherche-t-il simplement à comparer les prix ? Tous ces aspects ont un impact sur la probabilité de conclusion de votre transaction.



# Questions d'avancement

*Ces questions vous aident à savoir si la transaction se rapproche d'une conclusion, mais aussi à gérer les derniers écueils éventuels.*

- 76. Comment préférez-vous que je vous contacte à l'avenir ?
- 77. Notre solution semble parfaitement répondre à vos besoins. Qu'en pensez-vous ?
- 78. Avez-vous des questions ou des hésitations ?
- 79. Pourquoi ne pouvons-nous pas conclure la transaction dès maintenant ?
- 80. Après avoir entendu mes explications, pensez-vous que notre solution peut répondre à vos besoins ?
- 81. Pensez-vous qu'elle pourrait apporter des avantages à votre entreprise ?
- 82. Aujourd'hui, qu'est-ce qui pourrait nous empêcher de travailler ensemble ?
- 83. Avez-vous des questions sur le fonctionnement de notre produit/service ?

## ***77. Notre solution semble parfaitement répondre à vos besoins. Qu'en pensez-vous ?***

Les questions ouvertes de ce type laissent la parole à votre prospect. Dans ce cas précis, il est possible que votre prospect ait du mal à faire part de ses hésitations, ou bien qu'il fasse part d'un problème potentiel. Vous saurez néanmoins si la transaction se rapproche d'une conclusion.

**84. Si nous vous accordons le tarif demandé, existe-t-il des raisons qui vous empêcheraient de conclure la transaction aujourd'hui ?**

Le tarif demandé n'est pas toujours le seul problème qui peut se poser. Une fois le montant validé, vérifiez qu'aucune raison ne pourrait empêcher votre prospect de conclure la transaction.

**86. Et si je propose [montée en gamme] sans aucuns frais supplémentaires, serez-vous prêts à conclure la transaction aujourd'hui ?**

Posez cette question à votre prospect pour savoir s'il souhaite obtenir un dernier avantage gratuit avant de signer le contrat. Si la réponse est non, vous devez gérer un problème plus important avant de conclure la transaction.

## Questions de conclusion

*Il est temps de conclure la transaction. Ces questions vous permettront de savoir si votre prospect est prêt à signer votre contrat.*

84. Si nous vous accordons le tarif demandé, existe-t-il des raisons qui vous empêcheraient de conclure la transaction aujourd'hui ?

85. Si je peux résoudre ce dernier problème, serez-vous disposé à signer le contrat aujourd'hui ?

86. Et si je propose [montée en gamme] sans aucuns frais supplémentaires, serez-vous prêts à conclure la transaction aujourd'hui ?

87. Êtes-vous prêts à étudier le contrat ?

88. Pouvez-vous vous engager en signant un contrat dès aujourd'hui ?

89. Je ne peux garantir ce tarif que jusqu'au [date]. Cette échéance vous convient-elle ?

# Questions de relance

*Si un prospect décline votre proposition, il est possible qu'il revienne sur sa décision quelques mois plus tard. Dans ce cas, vous devrez l'informer des modifications éventuelles apportées à votre offre depuis votre dernière conversation.*

## Questions de fin des discussions - pas maintenant

90. Si vous n'obtenez pas les résultats escomptés, envisagez-vous de faire appel à notre entreprise à l'avenir ?

91. Pourquoi ne souhaitez-vous pas conclure de transaction dès maintenant ?

92. Puis-je vous recontacter dans six mois ?

### ***91. Pourquoi ne souhaitez-vous pas conclure de transaction dès maintenant ?***

Cette question est indispensable pour établir une analyse des pertes dans votre entreprise. En outre, s'il est probable que le prospect vous recontacte dans le futur, il est important de savoir pourquoi il n'a pas conclu de transaction dès maintenant.

## Questions en cas de relance d'un prospect

93. Pourquoi envisagez-vous à nouveau de faire appel à notre entreprise ? Des événements précis se sont-ils déroulés depuis [délai] ?

94. Cette [gamme tarifaire] correspond-elle toujours à votre budget ?

95. Votre entreprise a-t-elle connu des évolutions qui pourraient affecter cette transaction depuis notre dernière conversation ?

# Questions pour proposer des ventes additionnelles

*Vous pouvez qualifier des clients existants afin de conclure des ventes additionnelles ou de nouvelles commandes. Si vous pensez que l'un de vos clients pourrait retirer des avantages supplémentaires de votre offre, posez-lui ces questions.*

96. Notre produit/service a-t-il répondu à vos attentes ?

97. Votre chiffre d'affaires a-t-il augmenté grâce à notre produit ?

98. Avez-vous envisagé de renouveler votre commande ?

99. Notre entreprise doit-elle résoudre des problèmes avant que vous puissiez renouveler votre commande ?

100. Avez-vous étudié notre solution pour [sujet] ?

101. Avez-vous besoin d'aide pour [sujet], et savez-vous que nous proposons une solution/offre adaptée ?

## **96. Notre produit/service a-t-il répondu à vos attentes ?**

Si votre client n'est pas entièrement satisfait de votre entreprise, vous devriez résoudre les problèmes éventuels avant de lui demander de passer une nouvelle commande.

## **97. Votre chiffre d'affaires a-t-il augmenté grâce à notre produit/service ?**

Si le client admet que son chiffre d'affaires ou ses profits ont augmenté grâce à votre entreprise, il réalise sans doute la valeur ajoutée de celle-ci et il sera probablement intéressé par vos autres offres.

## **100. Avez-vous étudié notre solution pour [sujet] ?**

Si votre entreprise vient de lancer un nouveau produit ou une nouvelle fonctionnalité qui gère un problème fréquent, il est possible que vos clients n'en soient pas tous informés. Saisissez cette opportunité pour leur demander s'ils sont intéressés.

# HubSpot

Gérez l'intégralité de votre processus de vente avec un CRM gratuit et un logiciel commercial.

[Créer un compte gratuit](#)