



Les astuces de Roberto

Roberto DRAPRON, de la société



Hyperspécialiste de la formation des concepteurs et vendeurs de cuisines, partage son expertise en adaptant les méthodes de vente les plus connues à votre activité d'agenceur, décorateur, conseiller en aménagement et cuisiniste. Grâce à son approche, emparez-vous des méthodes les plus efficaces pour trouver des solutions idéales et adaptées aux besoins spécifiques de vos clients.

La méthode BANT, développée par IBM dans les années 1960, est une approche de qualification des prospects basée sur quatre critères essentiels : Budget, Autorité, Besoin (Need en anglais), et Délai (Timeline en anglais).

La méthode BANT dans la vente de cuisines aménagées



Budget : Il est crucial de déterminer si le prospect dispose des ressources financières nécessaires pour acheter le produit ou le service². Par exemple, dans la vente de cuisines aménagées, Un couple a un budget de 12 000 euros à investir, avec un apport supplémentaire de 3 000 euros des parents de la cliente pour l'achat de l'électroménager. Cela permet de s'assurer que les solutions proposées sont réalistes, réalisables financièrement et en adéquation avec le prix consenti psychologiquement par les clients pour de l'électroménager.

Autorité : Identifier qui a le pouvoir décisionnel est essentiel. Dans un couple, il peut y avoir une personne principale qui prend les décisions, mais parfois une personne extérieure au couple peut également être impliquée. Par exemple, les parents pour les clients les plus jeunes ou les enfants pour les clients les plus âgés. Dans le cas du couple mentionné, les parents de la cliente

seront consultés pour la décision, et le moment d'achat sera conditionné par leur approbation pour l'ensemble du projet.

Besoin : Comprendre les besoins spécifiques du prospect et comment le produit ou le service peut y répondre. Dans le domaine de la vente de cuisines aménagées, il est important de savoir quels sont les principaux défis que le couple rencontre actuellement et comment une cuisine aménagée peut améliorer leur qualité de vie.

Délai : Évaluer le calendrier d'achat du prospect pour savoir quand il envisage de prendre une décision. Le moment d'achat peut être influencé par divers facteurs, y compris l'approbation des parents dans le cas du couple mentionné dans notre exemple.

Conclusion

En utilisant la méthode BANT, les vendeurs peuvent structurer leurs interactions commerciales de manière efficace et pertinente, en s'assurant que toutes les dimensions importantes du projet sont prises en compte. Cela permet de maximiser les chances de succès en proposant des solutions adaptées aux besoins et aux capacités d'achat des clients.

Besoin de formation, d'accompagnement ou tout simplement en savoir plus,
contactez-nous : roberto.drapron@rdcf.fr

Téléphone : 06 77 28 04 88