

**NÉGOCIER À LA  
TÊTE DU CLIENT  
(12 PROFILS  
PSYCHOLOGIQUES CLÉS)**

# CONTENU

1

LES TOURMENTÉS

2

LES CONTROLLEURS

3

LES AUTOCENTRÉS

4

LES FROIDS

# INTRODUCTION

La négociation est un art..  
Une des clés est de  
**comprendre** son  
interlocuteur. Cela passe par  
l'identification de ses traits  
comportementaux majeurs.  
Et bien sûr une **adaptation**  
en fonction.

Cet ebook est illustratif. Il ne  
porte aucun jugement sur les  
différents profils. Son but est  
d'éclairer les commerciaux et  
leur permettre de **vendre**  
**plus intelligemment.**

CHAPITRE

1

LES TOURMENTÉS



## LE CLIENT ANXIEUX : DU TEMPS (ET DE L'ENERGIE) A PRÉVOIR

Les tourments que peuvent ressentir un client ont bien des **causes**. Décision stratégique, budget conséquent, poste en balance... Nombreux sont les motifs qui peuvent **l'angoisser**. L'idéal est ici d'apporter beaucoup de **sécurité** dans sa négociation.

Parmi les clients tourmentés, nous croisons d'abord **l'anxieux**. Chaque décision est pour lui un **stress**. Il envisage souvent le pire de chaque situation et pose beaucoup de questions.

**Pas d'angle mort laissé** : chaque aspect doit être pesé et calqué sur ce qu'il avait imaginé. Une **modification** des plans ? Elle sera perçue négativement et devra être argumentée avec cohérence pour avoir une chance d'être approuvée. Face à ces profils, la négociation peut se révéler **perilleuse**.

Une bonne façon de l'aborder est d'être **rassurant(e)** à la fois dans le fond et la forme.

**Dans le fond**, une **grande transparence** sera de mise. Si le client soupçonne des non-dits, sa **confiance sera ruinée** et la négociation avec. Il sera de plus utile de récapituler les points clés tout en validant avec lui que l'offre correspond à ses attentes. Ces **allers-retours** auront pour effet de le mettre en confiance et de l'apaiser sur la direction que prend le projet.

**Dans la forme**, il est important d'adopter un **ton calme**. Pas de brutalité dans la parole ni le langage corporel, peu de contraste dans le volume sonore. La discussion doit rester **fluide** et les réponses doivent être les plus spontanées possibles. Cela contribuera à maintenir le rapport de confiance.



## LE CLIENT INDÉCIS : COACHER POUR MIEUX RÉGNER

Ce profil est de même délicat à gérer dans une négociation. Autant le précédent était effrayé par les enjeux, autant celui-ci est **paralysé par la simple idée de choisir**. La clé est d'accompagner notre interlocuteur dans son chemin vers la décision.

Généralement de bonne foi, le client indécis entre dans une forme de **lutte interne** lorsqu'il s'agit de négocier. Il doit à la fois faire attention à son budget mais doit - en plus - choisir la solution la plus appropriée. Une **masse d'informations qui fait tanguer** ses pensées et qui impactent sa sérénité.

Le client indécis a besoin d'être "**coaché**". A l'inverse de l'anxieux qui n'aime pas se sentir poussé, l'indécis verra vos conseils comme une précieuse aide.

Bien sûr, sa confiance reposera sur votre **crédibilité**. Il ne suivra pas à l'aveugle le/la première/e commercial/e venu/e. Il s'agit donc de tenir un discours cohérent et de se positionner en **partenaire** et non en vendeur/se.

**Dans le fond**, il est important de **comparer** ses choix factuellement et de souligner les conséquences de chacun. Le client pourra ainsi déduire par lui-même celui le plus approprié

**Dans la forme**, il sera crucial de rester le plus neutre possible. S'il sent que vous poussez le choix vers une solution plus qu'une autre, sans argument objectif, ses **hésitations** peuvent refaire surface. Encore pire, vous risquez de perdre son oreille et n'aurez dans ce cas plus de pouvoir de **persuasion** auprès de lui.

L'influence commerciale a toujours existé. Cependant, **internet** a changé la donne.

Les clients sont en position de force désormais grâce à un **accès illimité**

**à l'information.** Ils peuvent connaître tout le marché en un clic.

Finie la vente *pushy*, les commerciaux doivent opérer une mutation.

Vous souhaitez aligner votre équipe commerciale avec les attentes des acheteurs ?



**Découvrez nos coachings commerciaux**



## LE CLIENT PROCÉDURIER : VENEZ ARMÉ/E !

Vos **CGVU** sont son terrain de jeu. Il épiluche chaque pièce du dossier au peigne fin et veut connaître la position de l'entreprise face à des **aléas** communs aussi bien que rarissimes.

Pas la plus simple à gérer, la négociation avec un client procédurier peut être **éreinventente**. Ce trait de caractère va amener votre interlocuteur à identifier toutes les situations potentiellement à **problèmes**. Et ce, non pas qu'au stade de la commande, mais dans le futur également. Il passera en revue l'ensemble des **clauses**, assurez-vous de les connaître sur le bout des doigts !

Il apparaître parfois **hostile** voire même par moment **agressif**. Il envisage à chaque instant les droits et les devoirs de chaque partie et les responsabilités juridiques encourues. Privilégier les **échanges écrits** est un bon réflex pour ne jamais être pris/e à défaut.

Le/la commercial/e impréparé/e peut facilement tomber dans l'agacement. Un **positionnement adapté** porte pourtant ses fruits face au client procédurier.

**Dans le fond**, il convient d'envisager, conjointement avec le client, les situations qui peuvent se produire. Et de **les prévoir sous un aspect juridique** afin de tranquilliser sa crainte. Être factuel/le et bien renseigné/e sur les procédures favorisera la négociation.

**Dans la forme**, le piège est de devenir soit-même hostile ! Il est judicieux d'adopter un ton calme, rassurant et même de manier l'ironie avec précaution. Cela a pour effet de **désacraliser la conversation** et de renvoyer le client à ses **propres angoisses**. Arme à double-tranchant cependant, à manier à condition d'être sûr/e de son effet.

**VENTE B2B**

# LAISSEZ-VOUS... COACHER !

**NOS EXPERTS COACHENT VOS  
COMMERCIAUX AUX MEILLEURES  
METHODES DE VENTE**

Des sessions de 2 heures par semaine  
testées sur le terrain puis débriefées.



**Julien P.**  
Expert LinkedIn

**Hasnia M.**  
Experte Management

**Richard R.**  
Expert vente B2B



**Parlez-nous de vos ambitions :**

**PRENDRE  
RDV**



*La clé pour réussir  
ses négociations :  
comprendre et  
s'adapter.*

“

*On va chercher à comprendre son partenaire de négociation : les pressions qu'il supporte et l'objectif qu'il espère atteindre. Plus chaque partie connaît les motivations de l'autre, plus elle sera disposée à faire des concessions même coûteuses.*

The Lowry Group, 2021

C H A P I T R E



2

LES  
CONTROLEURS



## LE CLIENT MEFIANT : SOYEZ CONCRET/E

Ce type de clients remettra en cause vos dires et ceux de votre entreprise. **Ne le prenez pas personnellement.** Il a simplement un besoin profond de questionner l'ordre des choses et d'être rassuré.

Vous en avez certainement déjà croisé. Les clients méfiants, parfois jusqu'à la **paranoïa**, peuvent être déroutants. Vous avez beau montrer votre bonne foi, elle est **systématiquement remise en cause**. Au point de mettre en doute votre professionnalisme et les fondements de votre Société.



Pour autant, une approche adaptée permettra de sortir **fructueux/se** d'une négociation, aussi dure soit-elle.

**Dans le fond**, une argumentation claire et cohérente est nécessaire. Plus votre client y **trouve une logique**, comprend le raisonnement, plus ses doutes s'évanouiront. Un effort de **pédagogie** et de simplicité de vocabulaire sera bénéfique.

**Dans la forme**, donner de la considération à chaque argument du client **créera de la confiance**. Ne pas se montrer sur la défensive et se montrer serein/e le déstabilisera pour la bonne cause. Vous aurez alors son **oreille** et gagnerez du poids dans la discussion. Respectez vos engagements verbaux comme écrits et la vente devrait se concrétiser. Cette attitude pourrait même finir par convertir votre détracteur en **1er supporter** !



## LE CLIENT AUTORITAIRE : ACCOMPAGNEZ LE MOUVEMENT

Certains clients disposent de beaucoup de pouvoir en interne. Ils prennent parfois des **habitudes** qu'ils transfèrent également sur le monde extérieur. Cela peut rendre les négociations **hardues**.

Les profils autoritaires sont vite reconnaissables. Ils donnent des **ordres**, sont impatients et n'ont souvent qu'assez **peu de considération** pour le/la commercial/e. Une bonne idée ici est de se détacher de l'émotionnel : ne pas porter trop d'attention aux mots et au ton employés et se focaliser sur l'**objectif final**. Parfois plus facile à dire qu'à faire mais un bon sens des priorités devrait le permettre.

**L'incompétence** est chose qui irrite fortement le client autoritaire. Un effort de concentration autant dans le fond que dans la forme sera de mise.

**Dans le fond**, il s'agira d'être concis/e et pointilleux/se dans ses informations. Ces profils sont impatients, allez **droit à l'essentiel** et marquez des points très rapidement.

**Dans la forme**, il sera crucial de ne pas vous laisser destabilisé/e. Les mots, les attitudes, les provocations devront vous **laisser de marbre**. Et bien sûr quand cela va trop loin, une réponse stricte permettra de vous **positionner au même niveau**. Ce réflex sera d'ailleurs crucial pour vous imposer, gagner de la force dans votre négociation et finalement **maximiser vos chances** de conclure l'affaire.

Une négociation n'est pas un combat. Il doit y avoir **eux bénéficiaires.**

L'écoute, la compréhension, le calme sont des facteurs qui favorisent les **échanges.** Et plus il y a d'échanges, plus il y a de confiance.

Vous souhaitez booster les capacités de négociation de votre équipe ?



**Découvrez nos coachings commerciaux**



## LE CLIENT SAVANT : IL NE DOUTE DE RIEN !

Effectivement, c'est le monsieur "**Je sais tout**" réincarné dans la peau du décideur.

La confrontation est à éviter, il va falloir prendre des pincettes.

Le client savant sait mieux que vous. En tout cas **il en est convaincu**, au point de vous prendre de haut par moment. Difficile d'argumenter face à lui voire même de dérouler une présentation sans être **interrompu(e)**. Il remet tout en question et se positionne en autorité face à vous.

Il est malheureusement facile de tomber dans l'agacement. Cela ne mènera cependant à rien dans une négociation. Il sera au contraire judicieux de **garder son calme et d'expliquer les logiques** de son raisonnement. Assurez-vous de vos dires car le client savant cherchera à vous décrédibiliser à la moindre occasion.

Ce profil verra toute tentative de contre-argumentation comme une **attaque**. Il sera nécessaire de mettre les formes aussi bien dans le fond... que dans la forme.

**Dans le fond**, soyez factuel(le) sur ce que vous avancez. Développez vos arguments avec un maximum de **cohérence** et apportez des **preuves** quand vous le pouvez. Ecoutez-le bien et assurez-vous de suivre ses recommandations tant qu'elles sont fondées.

**Dans la forme**, jouez collectif ! Mettez-le de votre côté, **raisonnez ensemble** et ne cherchez jamais l'opposition frontale. Il appréciera ce travail d'équipe à condition qu'il y trouve sa place. N'hésitez pas à **coacher** le client savant tout en vous assurant qu'il valide *step-by-step* vos suggestions.

L'art de la négociation repose sur **4 piliers**, qu'il s'agisse d'un client autoritaire ou d'un autre.

Découvrez-les dans notre vidéo sur le sujet :



**@Team Link**

*Quel que soit le profil  
de l'interlocuteur,  
c'est bien votre  
comportement  
qui fera réussir  
ou échouer  
la négociation.*

“

*Votre style ou profil de négociation peut déterminer si vous  
foncez droit dans une impasse ou si vous créez de la valeur  
et, avec, une relation durable.*

**CALUM COBURN, Négociation experts**

CHAPITRE

3

LES  
AUTCENTRÉS



## LE CLIENT ÉGOCENTRIQUE : METTEZ LE VÔTRE DE CÔTÉ

Celui-ci est assez fréquent et souvent **difficile à gérer**. Il pense tout connaître, estime que tout lui est **dû** et veut être traité comme un véritable roi.

Le client égocentrique a comme boussole la **considération qui lui est portée**. Il est imbu de sa personne et ramène la conversation à **lui**. La négociation est délicate car, au-delà de l'échange sur le produit/service, il faut sans cesse ménager ses susceptibilités. Une fois encore, **rester focus** sur l'objectif final aidera à en sortir victorieux/se.

**L'égocentrique** est directif, il veut que la prestation soit réalisée "le XX à XXh". Il peut vite se braquer s'il en est différemment.

**Dans le fond**, il faut voir **grand**. Proposer des projets d'envergure flattera votre interlocuteur. Il vous indiquera si les choses doivent être revues à la baisse mais sera satisfait de la **haute opinion** que vous lui aurez démontré

**Dans la forme**, nous chercherons à n'accaparer qu'un minimum d'attention pour lui en laissant l'essentielle. Nous irons **dans son sens** et éviterons de le contredire même quand certaines choses paraissent exagérées. Nous nous montrerons **fiable** aussi bien sur les aspects techniques que dans les échanges quotidiens. Cela aura pour effet de le **rassurer** de votre complet dévouement.



Puisque la négociation n'est pas un combat, il devient plus facile d'adopter le bon positionnement.

Selon le profil du client, il faut parfois **jouer sobre**, d'autres fois le "**coacher**" ou encore **parler juridique**.

La négociation est l'art de mettre son égo de côté et de rester focus sur l'objectif.

Vous souhaitez que votre équipe améliore son positionnement commercial ?



Découvrez nos  
coachings commerciaux



## LE CLIENT BAVARD : PRENEZ VOTRE MAL EN PATIENCE

Vous ne voyez pas ? Mais si, celui qui vous fait un **exposé** quand vous avez besoin d'une réponse par oui ou par non. Le client bavard **aime bien raconter... sa vie.**

Dans une négociation, il est souvent crucial d'obtenir des réponses **claires et fermes**. C'est-à-dire l'inverse de ce que vous fournira le client bavard qui aura tendance à **divaguer**.

Ce profil est souvent jovial, agréable et bon vivant. La discussion n'est généralement **pas déplaisante**. Cela dit, la quantité d'informations donnée brouille souvent le message et les échanges deviennent vite chronophages. Il est important de recadrer la conversation de temps à autre avec **tact et bienveillance**.

**Le client bavard** a tendance à ne pas passer à l'action. Nous l'inciterons à prendre des engagements fermes et à les tenir.

**Dans le fond**, il sera important de trier les informations. Et surtout, de bien **déceler ses attentes** parmi le flux de paroles. Récapituler et confirmer que la nouvelle proposition correspond à ses attentes de façon ferme.

**Dans la forme**, il sera important d'une part de ne pas se laisser déborder. Prévoyez une **plage horaire** pour votre négociation et tenez-vous y !

Soyez toujours courtois(e), **intéressez-vous à lui** tout en recadrant par moment les sujets.

Profitez-en enfin pour récupérer des **données sur la concurrence**, le client bavard est une mine d'or en ce sens !

Bavard ou non, une négociation réussie se conclue par une **commande**.

Découvrez dans cette vidéo comment activer les **déclencheurs** et la sécuriser :



**You  
Tube** @ **Team Link**





## LE CLIENT OPPORTUNISTE : PRÊT À TOUT POUR GAGNER

A l'affût de la moindre occasion, ce client cherche à tout prix la bonne affaire. Il **scrute la concurrence** dans les moindres détails, craint les arnaques et ressent une grande fierté lorsqu'il trouve des raccourcis.

Négocier avec un client opportuniste peut être déroutant. Un certain climat de **défiance** peut vite s'établir et une unique priorité se fait ressentir : **le prix**.

Cela est une obsession chez lui et peut parfois même tourner à la **paranoïa**. Il connaît tellement le marché que la moindre hausse de prix, même en contrepartie d'un service supplémentaire, lui est douloureuse.

Il vise le **meilleur rapport qualité-prix** du marché, quitte à en oublier les aspects stratégiques que peuvent lui apporter les offres alternatives.

Le **client opportuniste** peut paraître obstiné dans une négociation. Il semble dans sa bulle, omnibusé par la recherche de l'offre parfaite.

**Dans le fond**, il sera crucial de bien analyser ses **attentes primaires**. La solution devra être bien positionnée en prix et devra également répondre à des **besoins secondaires**. Votre client aura ainsi l'impression d'en avoir pour son argent et même plus. Il peut être judicieux de lui offrir un cadeau pour inciter à l'achat.

**Dans la forme**, soyez **objectif/ve**. Comparez les offres concurrentielles point par point, explicitez la différence de votre solution. Cette attitude créera de la **confiance**.

Reconnaissez son expertise du marché et ses compétences d'analyse. **Accompagnez-le** dans son choix sans forcer.

**VENTE B2B**

# LAISSEZ-VOUS... COACHER !

**NOS EXPERTS COACHENT VOS  
COMMERCIAUX AUX MEILLEURES  
METHODES DE VENTE**

Des sessions de 2 heures par semaine  
testées sur le terrain puis débriefées.



**Julien P.**  
Expert LinkedIn

**Hasnia M.**  
Experte Management

**Richard R.**  
Expert vente B2B



**Parlez-nous de vos ambitions :**

**PRENDRE  
RDV**



C H A P I T R E



4

LES FROIDS



## LE CLIENT COLÉRIQUE : RESTEZ ZEN

La négociation avec un client qui s'emporte facilement peut s'avérer périlleuse. Le moindre mot mal interprété peut faire **perdre le deal**. Il sera nécessaire de faire preuve de self-control.

Eternel insatisfait, le client colérique donne du fil à retordre. Il est **exigeant**, n'accepte que difficilement l'erreur et encore moins l'incompétence.

Il faut bien comprendre que ce type d'interlocuteurs **reporte ses frustrations** sur vous. Vous n'en êtes pas la cause mais servez de défouloir tout trouvé.

Cela compris, il devient plus facile de "faire avec" et de mener à bien sa négociation. Comme disent les anglo-saxons : rien de personnel, "**business is business**".

**Le client colérique** aime être compris en toute circonstance. Il s'agira de répondre à ses demandes avec précision.

**Dans le fond**, tendre l'oreille est une bonne idée. **Comprendre** vite et bien ses attentes est impératif. S'appliquer à répondre avec une offre particulièrement adaptée est la clé. Il n'acceptera pas le tatonnement qui peut le faire **sortir de ses gonds** et impacter votre crédibilité. Et si vous vous trompez, sachez reconnaître vos erreurs.

**Dans la forme**, évitez de le faire répéter. Synthétiser son propos démontrera du **professionalisme**. Etaillez votre offre, faites lui comprendre votre raisonnement. Ces initiatives permettront de **créer du lien** avec ce type de profils.

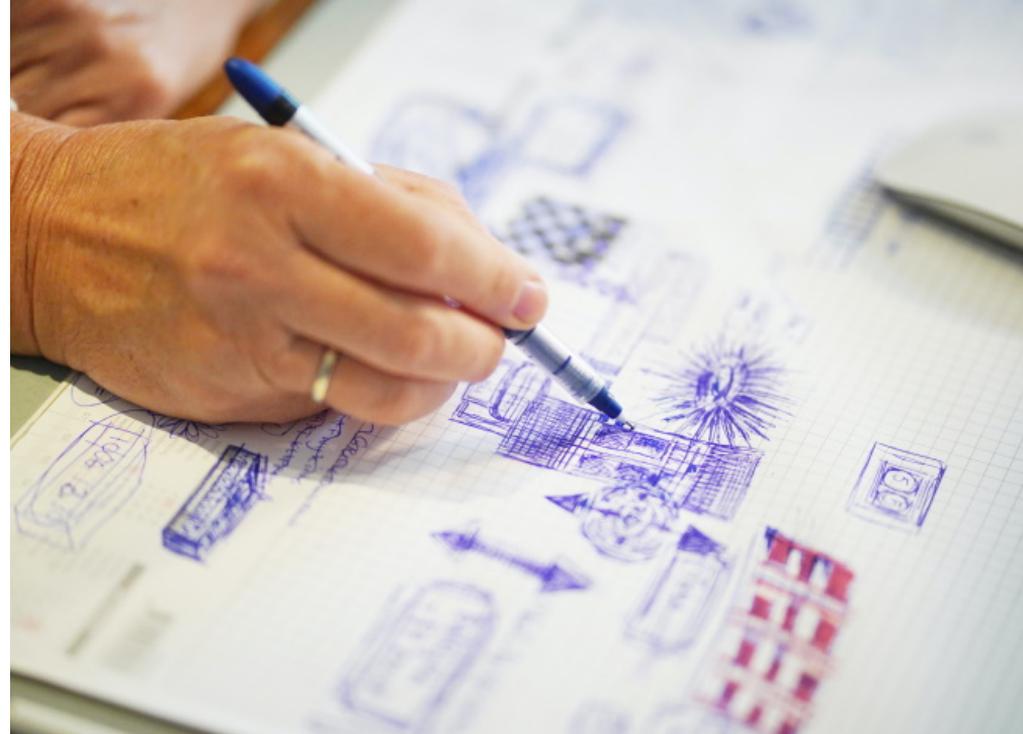
Une autre stratégie peut être de **confronter** le client colérique. Elle permet de vous positionner à son niveau et de faire descendre la pression.

Ce positionnement est à **double-tranchant**. Assurez-vous d'être sûr/e de vos informations au risque de vous décrédibiliser à jamais.

Nous repositionnons les commerciaux B2B avec les nouvelles attentes du marché :



**Découvrez nos  
coachings commerciaux**



## LE CLIENT TECHNIQUE : NE DÉVISSEZ PAS

Ce type de profils sera très **challengeant**. Votre expertise commerciale ne sera pas d'une grande aide, il veut parler **mécanisme, fabrication, maintenance**. Préparez-vous en conséquence.

Vous les avez déjà croisés, ces clients qui vous embarquent systématiquement dans la **technique**. Ils veulent tout comprendre, tout savoir des process de fabrication et d'assemblage. Généralement de bonne foi, ils sont difficiles à gérer en négociation. L'idéal est de se faire **secondé par un collègue technicien** et/ou de s'assurer que celui-ci est joignable pendant votre réunion.

**Ce profil de clients** aura du mal à voir les avantages de votre solution autres que par l'angle technique. Un **positionnement spécifique** sera opportun.

**Dans le fond**, il est important de pouvoir **répondre soi-même** à un maximum de questions, gage de crédibilité. Sans bien sûr se lancer dans des réponses approximatives qui l'affaibliraient. Se faire accompagné/e d'un **technicien interne** sera bénéfique pour que la négociation débouche sur du **concret**.

**Dans la forme**, il sera important d'être **précis/e**, d'où que vienne la réponse. Un argumentaire brouillon affectera votre image de professionnel/le. Notez les **questions en suspens** et revenez vers le client point par point. Cela démontrera votre implication.



## LE CLIENT IMPASSIBLE : UNE VRAIE PARTIE DE POKER

La table de négociations ressemble plus à une **table de poker** avec ce profil. Il ne laisse transparaître aucune émotion et vous laisse avancer à l'aveugle.

Etre un acheteur dans une entreprise est un rôle clé. Ces **responsabilités** peuvent en amener certains à donner le **minimum de signes** aux commerciaux pour négocier le meilleur prix.

Le client impassible jouera sur vos nerfs en ne laissant transparaître **ni satisfaction ni insatisfaction**. Il en tirera même un certain plaisir et se confortera dans le fait que vous devez sortir vos cartes pour obtenir son aval.



**Le client impassible** est détaché de l'émotionnel. Pas d'achat impulsif avec lui, toute forme de pression sera néfaste à la négociation.

**Dans le fond**, il faudra creuser ses attentes. Posez des **questions ouvertes** pour qu'il se dévoile. Vous bâtirez par la même un rapport de confiance. Proposez une **solution personnalisée** et validez avec lui que cela répond bien à ses attentes. *En must* : parlez vous-même de la concurrence pour essayer de le faire parler à son tour.

**Dans la forme**, respectez son mutisme. Ne cherchez pas à le pousser à parler ni à acheter. Assurez-vous de trouver la meilleure solution pour lui, soulignez ses **avantages primaires ainsi que les problèmes secondaires** qu'elle résout. Cette technique peut permettre de surpasser la concurrence.

# CONCLUSION

Chaque client dispose d'un trait de caractère dominant.

Pour mener à bien des négociations, deux facultés sont cruciales : **s'adapter et comprendre.**

Une fois cela compris, il devient plus facile de prendre du recul, de ne pas surréagir et d'adopter le **positionnement idéal.**

# UNE ÉQUIPE À VOS CÔTÉS

**Votre entreprise dispose d'une équipe commerciale en B2B ?**

*Nous avons sondé les acheteurs français  
et alignons vos commerciaux sur leurs attentes.  
Nos coachings de 2 heures sont 100% interactifs.*

**Parmi les thématiques :**

- ✓ Créer un climat de confiance en rendez-vous
- ✓ Devenir le conseiller privilégié de ses prospects
- ✓ Adopter une approche d'expert
- ✓ Performer en rendez-vous en toute circonstance
- ✓ User de son influence sociale positivement

**DÉCOUVREZ  
NOS COACHINGS**



**Des coachs en activité**



**Julien Pibourret**

Expert LinkedIn  
& social selling



**Richard Rufenach**

Expert en vente B2B  
& entrepreneuriat



**Hasnia Muman-Berkhli**

Experte  
en posture commerciale



Bénéficiez d'une prise en charge par l'Etat grâce à notre certification Qualiopi