



# RENCONTRE AVEC M. RAIGNIER DRH BNP PARIBAS

REDACTION

JULES AUGUERES - CORALIE PUJO – ANNABELLE  
FABREGAL - VALENTINE AMARDEILH

# TABLE DES MATIERES

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>2</b>
<b>2. LA RECHERCHE DES BESOINS</b>	<b>3</b>
<b>3. LES ATOUTS DU COMPLEXE</b>	<b>6</b>
<b>4. NOS ARGUMENTS</b>	<b>9</b>
<b>5. CONCLUSION</b>	<b>12</b>

## 1. INTRODUCTION

Notre client, Dominique RAIGNIER, est le directeur des Ressources Humaines de la région Nouvelle-Aquitaine pour la banque BNP Paribas. Il recherche un lieu pour organiser un séminaire de travail destiné aux cadres du réseau BNP Paribas d'Aquitaine. Il veut également renforcer les relations au sein de l'équipe régionale pour accentuer ses performances.

Un rendez-vous a été fixé avec M. RAIGNIER afin de lui présenter nos offres de séminaires au sein du complexe Sourcéo de Dax. Le but de cet entretien étant bien entendu de lui vendre nos prestations.

Nous devons donc nous préparer à cette rencontre afin d'établir le meilleur argumentaire de vente.

Pour cela, nous allons établir un plan de découverte des besoins de M. RAIGNIER afin de cerner ses attentes et ses besoins. Puis, nous présenterons notre argumentaire CAP. Et pour finir, nous établirons cinq arguments qui pourront contrer les possibles objections du client.

## 2. LA RECHERCHE DES BESOINS

Dominique RAIGNIER désire organiser un séminaire de travail pour les cadres du réseau BNP Paribas d'Aquitaine. Le but de ce séminaire étant de renforcer les relations au sein de l'équipe régionale pour accentuer ses performances.

Nous allons donc élaborer un plan de découverte du client. Ce plan de découverte aura pour but de **découvrir le contexte, les attentes, les besoins, les désirs, les motivations d'achat et les priorités du client**. Ces informations vont permettre au commercial de réaliser un bon argumentaire de vente lors de l'entretien avec le prospect.

Lors de la phase de découverte, il ne faut pas oublier que le commercial doit être en écoute active du client et non pas monopoliser la parole. L'attitude doit être entièrement orientée vers le client. Le but étant de recueillir toutes les informations nécessaires. Ce n'est pas l'étape où nous devons présenter l'argumentaire de vente. Le commercial doit poser des questions et prendre des notes.

Pour réaliser ce plan de découverte, **trois points importants** :

### 1- LAISSER LE CLIENT EXPRIMER SES BESOINS

Le commercial va devoir laisser le client exprimer ses besoins. En effet, il doit recueillir le plus d'informations sur les besoins du client, ses désirs et ses attentes. Le besoin est révélateur d'un manque, c'est une exigence à satisfaire, tandis qu'une attente est ce qui entoure l'acte d'achat, c'est ce que le client attend de l'entreprise.

Pour connaître ses besoins et ses attentes, nous allons poser les questions suivantes :

- Depuis combien de temps l'entreprise est-elle installée en Aquitaine ?
- Combien avez-vous de salariés ?
- Quels sont les points forts de votre agence ? Les faiblesses ?
- A quelle fréquence organisez-vous des séminaires ?
- Quels sont vos objectifs à court terme ? A long terme ?
- Quel est le but pour vous d'organiser des séminaires d'entreprise ?
- Que voulez-vous améliorer dans l'entreprise ?

- Pourquoi c'est important pour vous/ pour votre entreprise d'améliorer cela ?
- Classez ces besoins d'amélioration du plus important au moins important
- Lors des derniers séminaires, qu'avez-vous le plus apprécié ? (Activités, lieux, ...)
- Toujours sur les séminaires passés, qu'est-ce qui vous a déplu ?
- Qu'attendez-vous de nous si nous sommes emmenés à travailler ensemble ?
- Pour vous, quels sont les critères qui permettent à un séminaire d'être réussi ?
- Qu'est-ce qui éveille votre intérêt pour notre offre ?
- Quel budget vous êtes-vous fixés ?

## 2- COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT DU BESOIN

Dans cette seconde partie, nous devons comprendre l'environnement du besoin, c'est-à-dire découvrir le contexte du prospect. Pour cela, nous allons utiliser la méthode FARP : Faits, Actions menées, Résultats obtenus, Perception de l'interlocuteur. Connaître le contexte permet de comprendre l'origine du besoin du prospect et la motivation à faire évoluer ses choix.

Nous poserons alors les questions suivantes :

- Qui sont les utilisateurs qui vont bénéficier des services que nous proposons ?
- Où faites-vous vos séminaires actuellement ?
- Pourquoi avez-vous choisi ce prestataire ?
- En êtes-vous satisfait ?
- Qu'est-ce qui vous satisfait avec ce prestataire ?
- Qu'est-ce qui vous déplaît ?
- Vos salariés sont-ils satisfaits des services proposés par votre prestataire actuel ?
- Quelles ont été les solutions efficaces avec ce prestataire ?
- Quelles ont été les solutions insatisfaisantes ?
- Quels sont les axes d'améliorations possible ?

### 3- DETECTER LES ENJEUX ET CRITERES DE DECISION

Pour finir, la dernière étape va être de détecter les enjeux et les critères de décision. Pour les connaître, les questions suivantes sont à poser :

- Qu'est ce qui est réellement important pour vous dans cet investissement ?
- Qu'est-ce qui vous donne envie de travailler avec nous ?
- Pourquoi voulez-vous changer la solution actuelle ?
- Le prix vous conforte-il dans cette décision ?
- Que considérez-vous comme le plus ou le moins important en terme de prix ?
- Le bien-être ressenti lors de nos services est-il un élément déclencheur de votre décision ?

Pour détecter les enjeux et les critères de décision, nous pouvons utiliser une autre méthode nommée méthode SONCAS. Elle signifie Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie.

Dans notre cas, nous savons que Dominique RAIGNIER est largement porté sur la nouveauté, nous devons axer nos questions sur ce point :

- Comment est née l'idée de faire des séminaires détente ?
- La technologie est-elle importante pour vous ?
- Les produits innovants sont-ils pour vous un facteur important ?
- Aimez-vous travailler avec de la nouvelle technologie, de nouveaux produits ?
- Etes-vous curieux ?
- Aimez-vous le changement ?
- Aimez-vous travailler avec des méthodes originales ?

## 3. LES ATOUS DU COMPLEXE

Le centre de remise en forme aquatique et SPA Sourcéo est un complexe très complet de par sa balnéothérapie, son espace de remise en forme aquatique et détente, son institut de beauté et massage, son hôtellerie et sa restauration.

### 1- LA BALNEOTHERAPIE

Elle est composée d'un espace aquatique et d'un espace détente. Ses caractéristiques sont :

- Des jacuzzis
- Sièges et lits bouillonnants
- Jets à forte pression pour décontracter et tonifier vos jambes, votre bassin et votre dos
- Cols de cygnes pour délasser le haut de votre dos
- Geysers
- Cascades d'eau chaude et d'eau froide
- Nage à contre-courant pour entretenir votre tonus musculaire

Cet espace de 4000m<sup>2</sup> a été rénové en 2016, toutes les dernières nouveautés telles que l'Aqua-step et le trampoline sont réunies, dans lesquelles vous pourrez alterner détente et sport.

### 2- L'INSTITUT DE BEAUTE ET DE MASSAGE

L'institut de beauté et de massage est composé de nombreuses caractéristiques avec plusieurs prestations : des classiques et des nouveautés. On retrouvera des épilations, soins des mains et des pieds, modelages, essentiels, escapades, journées Sourcéo, soins du visage Decléor, soins minceurs. Parmi les nouveautés, il y a de l'aromassage qui s'inspire du Shiatsu qui est une technique Japonaise, mais aussi le prolagène YOGA lift, qui est un soin innovant travaillant les contours pour obtenir une belle peau.

Les avantages du produit : tout le monde peut y trouver son bonheur avec une large gamme de produits.

Nous pouvons prouver la dimension de la gamme grâce à :

- La longueur : 8 (les épilations, les soins des mains et des pieds, les modelages, les essentiels, les escapades, la journée Sourcéo, les soins du visages Decléor, les soins minceur)
- La profondeur :
  - Les épilations : 15 (10 "normal", 5 forfaits)
  - Les soins M&P : 4
  - Les modelages : 15
  - Les essentiels : 10
  - Les escapades : 6
  - Les Journées Sourcéo : 2
  - Les soins V by S : 14 dans 3 catégories différentes
  - Les soins minceurs : 6
- Ceci représente une étendue de 72.

### 3- L'HOTELLERIE

Les caractéristiques du produit : Hôtel 3 étoiles appartenant au groupe Best western. Il propose 19 chambres, chambres-salons ou appartements, disposant de belles salles de bains, d'une climatisation individuelle et d'une vaste terrasse (possibilité d'avoir vue sur le lac), de la télévision (avec Canal+), du téléphone direct, de la radio, et du Wifi gratuit.

Les avantages du produit : l'hôtel est accès sur le développement durable (démarche écologique et sociale), l'hôtel est au service de ses clients.

Les preuves : le Best western est labelisé ecolabel européen reconnu par les états, labelisé Max Havelaar (Label du commerce équitable). Il y a la possibilité d'un service en chambre du petit déjeuner. L'hôtel est adapté aux personnes à mobilité réduite.

Sur trip Advisor : Best Western Source possède 400 avis et il est classé N°1 sur 12 pour les hôtels de Saint Paul les Dax.

#### 4- LE RESTAURANT

Le 355 est caractérisé comme un restaurant du Complexe Best Western Sourcéo installé à Saint-Paul-Lès-Dax, près du Lac de Christus. Un établissement moderne et accueillant, qui sert une cuisine savoureuse et de qualité.

Le restaurant a l'avantage de permettre de déguster de bons produits à proximité de l'établissement de Calicéo.

Nous pouvons prouver cela par les avis des consommateurs sur La Fourchette et TripAdvisor, sur lesquels il ressort une note plus que correcte d'environ 8,9 /10.

#### 5- LES OFFRES SEMINAIRES

Les caractéristiques : dans les offres séminaires, le complexe Sourcéo propose plusieurs salles de conférences et différentes formules de séminaire, comme « la journée d'étude » ou « la journée détente et travail », mais aussi des formules cocktails.

Avantages du produit : 8 formules de salles de conférence sont proposées ainsi que 4 formules de séminaires. Aux formules cocktails, on peut ajouter des options afin de satisfaire toutes les demandes.

Preuves : Par rapport à nos concurrents, Sourcéo est très concurrentiel au niveau des offres séminaires :

Par exemple :

- Le centre Biarritz thalasso Resort a des prix supérieurs à Sourcéo, beaucoup d'éléments en supplément comme les équipements des salles de réunion et une capacité d'accueil en réunion inférieure à Sourcéo.
- La Réserve à Saint Jean de Luz a des prix supérieurs à Sourcéo et les salles de réunion sont de taille plus limitées.

Tous ces avantages nous permettent de décrire le complexe Sourcéo comme un endroit unique, qui sait se différencier des autres complexes de balnéothérapie. Sourcéo sait se mettre au goût du jour et s'adapter aux nouvelles tendances et aux nouvelles techniques.

## 4. NOS ARGUMENTS

Nous nous sommes préparés à répondre à quelques questions que pourrait poser Dominique RAINIER. Nous avons alors préparé 5 objections auxquelles nous avons répondu pour pouvoir les contourner lors de l'entretien.

- Ne trouvez-vous pas que cette forme de séminaire est démodée ? Je préfère une autre forme pour changer.
  - Certes, mais cette forme de séminaire est toujours efficace même si cela peut paraître classique et peu original.
  - Cela permet de se reposer et de travailler en étant plus efficace.
  - Une parenthèse détente est toujours appréciée, pour se faire plaisir, se “faire chouchouter”,
  - C'est un bon moyen de reconnaître leur travail
  - Nous avons à 100 mètres le Casino César Palace qui propose des activités différentes (établissement de jeux, bowling, mini-challenges, restaurant avec possibilité de dîners animés par des groupes musicaux)
  
- Vous n'avez pas de nouvelles formules/équipements ? Je connais déjà vos formules classiques, si je dois venir chez vous je veux de la nouveauté.
  - Le lieu a été rénové en 2016, il y a un nouvel espace unique de 4000 m<sup>2</sup>
  - Nous proposons désormais des offres de séminaires supplémentaires telles que « le séminaire traditionnel » ou « le séminaire et détente ».

- J'ai déjà l'habitude d'aller au Biarritz Thalasso Resort qui a des activités et excursions très variées j'en suis très content, ils ont des nouveautés. Pourquoi je viendrais chez vous ?
  - Car les prix sont moins cher chez nous et cela n'enlève rien à la qualité de nos services. En effet, nous disposons de grandes salles de réunion qui peuvent accueillir jusqu'à 200 personnes, qui sont équipées, climatisées, insonorisées et modulables. De plus, en ce qui concerne l'hôtel, il y a possibilité d'avoir une vue sur le lac depuis la chambre, également d'avoir Canal +, la WI-FI gratuite, sans oublier le Room-Service.
  - La capacité d'accueil en réunion est inférieure à celle de Sourcéo
  - Nous pouvons également mettre en avant des activités supplémentaires avec la présence à 100m du Casino César Palace.
  
- La ville de Dax pour un séminaire ça fait pas rêver, ne pensez-vous pas que quelque chose de plus attractif serait mieux ?
  - Si vous êtes passionné d'histoire, de nombreux vestiges viennent témoigner de l'histoire thermale de la ville
  - Toute l'année, de nombreuses manifestations viennent rythmer le quotidien.
  - Dax est considérée comme une ville culturelle et sportive
  - A Dax, la gastronomie est à la fois une tradition mais aussi un élément à part entière de la culture locale, pourquoi ne pas profiter d'un repas dans notre restaurant avec vos salariés ?
  
- Sourcéo ne correspond pas à l'image de la BNP vous ne trouvez pas ?
  - Sourcéo ne donnera pas une mauvaise image à la BNP, faire des séminaires c'est bien vu, qui n'apprécie pas la détente ?
  - Notre notoriété est élevée, cela n'apportera pas une image négative

- Pourquoi je viendrais chez vous alors que j'ai d'autres endroits plus proches pour effectuer mes séminaires ?
  - Vous préférez la facilité de déplacement ? Nous vous proposons un bon rapport qualité/prix, avec notamment comme dit précédemment de grandes salles de réunions, d'un hôtel trois étoiles. De plus, parmi ces nombreuses qualités, notre restaurant dispose d'un cadre raffiné ainsi que d'une terrasse avec vue sur le lac, et propose des produits du terroir.

Ainsi grâce à ce travail de réflexion sur des objections possibles, nous serons dès lors mieux préparés pour l'entretien avec Dominique RAIGNIER.

## 5.CONCLUSION

Nous sommes fin prêts à négocier lors de l'entretien avec Dominique RAIGNIER. Nous avons établi un plan de découverte des besoins du directeur ainsi qu'un argumentaire CAP. Nous avons également traité cinq objections possibles.

La prochaine étape est la rencontre avec M. RAIGNIER !