Quiz
commercial

Quiz Lindab France - Juin 2025

- 1 -

Dans la méthode SPIN Selling, le "N" fait référence à...

A Négociation

B Nécessité

C Need-payoff
(valeur perçue de la solution)

D Niveau de priorité

Lindab®

- 2 -

Le biais cognitif qui pousse un client à accorder plus de valeur à une offre limitée dans le temps est appelé :

A Biais de confirmation

B Effet d’ancrage

C Biais de rareté

D Dissonance cognitive

Lindab®

- 3 -

Quelle est la limite principale d'une approche centrée uniquement sur les caractéristiques produits ?

A Elle augmente les marges

B Elle ignore les objections

C Elle ne fait pas appel à l'émotion ou au besoin client

D Elle raccourcit le cycle de vente

Lindab®

- 4 -

Lors d’un cycle de vente complexe B2B, quel est l’acteur le plus souvent négligé par les commerciaux ?

A Le directeur général

B L’utilisateur final

C Le prescripteur technique

D Le décideur financier

Lindab®

- 5 -

Dans un argumentaire, que signifie la technique CAB ?

A Chiffre - Avantage - Bénéfice

B Caractéristique - Avantage - Bénéfice

C Compétence - Attitude - Besoin

D Contexte - Analyse - Benchmark

Lindab®

- 6 -

Quel KPI permet d'évaluer la performance d'une stratégie de prospection multicanal ?

A Le taux de satisfaction

B Le coût d'acquisition client (CAC)

C Le taux de fidélisation

D Le taux de rebond

Lindab®

- 7 -

Dans la méthode Challenger Sale, le rôle du "Challenger" est...

A D’obéir au besoin exprimé par le client

B De remettre en question la vision du client et l’éduquer

C D’apporter des échantillons produits

D D. Négocier uniquement sur le prix

Lindab®

- 8 -

Quel est le rôle stratégique d’un "champion" dans une vente complexe ?

A Représenter la concurrence

B Appuyer votre offre en interne et influencer les décideurs

C Être votre contact logistique

D Gérer la facturation

Lindab®

- 9 -

Quelle stratégie est la plus adaptée pour vendre une offre à valeur élevée à un client hésitant ?

A Réduction immédiate de prix

B Démonstration du ROI chiffré

C Envoi d'une documentation générique

D Relance sans délai

Lindab®

- 10 -

Lorsqu’un client dit "je dois réfléchir", quelle est la meilleure posture ?

A Insister immédiatement

B Accepter sans relancer

C Explorer les freins non exprimés avec des questions ouvertes

D Lui proposer un rabais sans condition

Lindab®

- 11 -

Quelle différence fondamentale distingue la vente transactionnelle de la vente consultative ?

A La première se fait en B2C uniquement

B La seconde repose sur une analyse approfondie du contexte client

C La première nécessite une expertise technique

D La seconde est toujours automatisée

Lindab®

- 12 -

Quel est l'impact direct d'un mauvais ciblage commercial ?

A Hausse du taux de conversion

B Allongement du cycle de vente et baisse de la rentabilité

C Réduction des coûts marketing

D Amélioration de la fidélisation

Lindab®

- 13 -

Une stratégie de "cross-selling" consiste à...

A Offrir une remise pour fidéliser

B Vendre un produit plus cher que celui initialement demandé

C Proposer des produits complémentaires

D Augmenter les prix sans justification

Lindab®

- 14 -

En termes de posture commerciale, l’approche "solution selling" se concentre principalement sur...

A Les objections

B Le prix

C Le besoin et les enjeux métier du client

D L’historique de commandes

Lindab®

- 15 -

Quelle est l’erreur fréquente des commerciaux en phase de relance ?

A Être trop factuel

B Ne pas relancer

C Relancer sans apporter de valeur ou élément nouveau

D Demander un avis

Lindab®

- 16 -

Lors d’un échange tendu avec un client stratégique, quel comportement démontre une véritable intelligence émotionnelle ?

A Imposer son point de vue avec fermeté pour montrer de l’assurance

B Reporter le rendez-vous pour éviter le conflit

C Identifier et nommer l’émotion perçue, tout en maintenant une posture calme et posée

D Ignorer les signes de tension et continuer l’argumentaire

Lindab®

- 17 -

Dans un environnement de vente consultative, quelle posture comportementale permet de créer une "influence silencieuse" auprès d'un décideur ?

A Se positionner en expert technique dès le départ

B Valider les propos du client sans jamais les remettre en cause

C Partager des insights métier pertinents et personnalisés, sans chercher à vendre immédiatement

D Poser des questions fermées pour cadrer la discussion

Lindab®

- 18 -

Quelle posture comportementale permet de gérer un client "dominant" (profil directif ou D de la méthode DISC) sans confrontation ?

A Se montrer docile et discret pour ne pas le contrarier

B Lui poser des questions détaillées sur ses processus internes

C Être direct, factuel, orienté résultats, et aller à l'essentiel

D Le laisser parler sans structure pour qu'il s'épuise

Lindab®

- 19 -

Lorsqu’un commercial subit plusieurs refus consécutifs, quelle est la posture la plus efficace pour maintenir une performance durable ?

A Se concentrer uniquement sur les opportunités "faciles" pour reprendre confiance

B Revoir son approche et demander un feedback objectif à ses prospects ou collègues

C Accroître la fréquence de relances pour compenser

D Prendre une pause prolongée pour éviter l’épuisement

Lindab®

- 20 -

Dans une vente complexe, quelle erreur comportementale peut nuire à long terme, même si elle n'impacte pas la vente à court terme ?

A Être trop informel avec un client en phase de closing

B Promettre une fonctionnalité non encore disponible pour rassurer

C Demander un budget en début de qualification

D Faire appel à un expert interne lors de la soutenance finale

Lindab®

Merci pour votre participation