

Date : le \_\_\_\_\_

Classe : \_\_\_\_\_

NOM Prénom : \_\_\_\_\_





Métiers relations clients et usagers

Chapitre 4 : Découvrir le client

**Sujet A**





Cochez la bonne réponse. **Ne pas masquer le QR code**, il est nécessaire à la correction.

**1. La prise de contact représente :**





- a) La troisième étape de la vente
- b) La première étape de la vente
- c) La dernière étape de la vente
- d) Une étape optionnelle

**2. Une bonne première impression conditionne environ :**





- a) 20 % du succès de la vente
- b) 50 % du succès de la vente
- c) 80 % du succès de la vente
- d) 100 % du succès de la vente

**3. La règle des 4 × 20 concerne :**

- a) Les 20 premiers jours du mois
- b) Les gestes, cm, mots et secondes
- c) Les 20 premières ventes d'un vendeur
- d) Les 20 clients fidèles

**4. Le questionnement alternatif permet :**





- a) De laisser le client s'exprimer librement
- b) De préciser une information
- c) D'aider le client à choisir entre deux options
- d) D'interrompre le client

**5. L'écoute active consiste à :**






- a) Montrer son attention et reformuler
- b) Regarder ailleurs pendant que le client parle

**6. L'effet de halo signifie :**

- a) Qu'un élément positif influence la perception globale
- b) Qu'un client est toujours mécontent
- c) Qu'il faut répéter plusieurs fois le même argument
- d) Qu'on doit faire des gestes très amples

**7. Dans SONCASE, la lettre « A » signifie :**

- a) Apparence
- b) Accord
- c) Argent
- d) Attention

**8. La motivation oblatrice correspond au fait :**

☐  
☒  
☐

- a) D'acheter pour se faire plaisir
- b) D'acheter pour faire plaisir à autrui
- c) D'acheter par sécurité

**9. Parmi les freins à l'achat, on distingue :**

☐  
☒  
☐  
☐

- a) La joie et la motivation
- b) L'inhibition et la peur
- c) Le confort et la sympathie
- d) Le prix et la nouveauté

**10. Un exemple de question fermée est :**

☐  
☒  
☐  
☐

- a) « Que recherchez-vous exactement ? »
- b) « Avez-vous déjà un modèle en tête ? »
- c) « Préférez-vous un modèle de ville ou un VTT ? »
- d) « Qu'attendez-vous de ce produit ? »

Date : le \_\_\_\_\_

Classe : \_\_\_\_\_

NOM Prénom : \_\_\_\_\_



## Métiers relations clients et usagers

### Chapitre 4 : Découvrir le client

#### Sujet A



Cochez la bonne réponse. **Ne pas masquer le QR code**, il est nécessaire à la correction.

**1. La prise de contact représente :**



- a) La troisième étape de la vente
- b) La première étape de la vente
- c) La dernière étape de la vente
- d) Une étape optionnelle

**2. Une bonne première impression conditionne environ :**



- a) 20 % du succès de la vente
- b) 50 % du succès de la vente
- c) 80 % du succès de la vente
- d) 100 % du succès de la vente

**3. La règle des 4 × 20 concerne :**

- a) Les 20 premiers jours du mois
- b) Les gestes, cm, mots et secondes
- c) Les 20 premières ventes d'un vendeur
- d) Les 20 clients fidèles

**4. Le questionnement alternatif permet :**



- a) De laisser le client s'exprimer librement
- b) De préciser une information
- c) D'aider le client à choisir entre deux options
- d) D'interrompre le client

**5. L'écoute active consiste à :**



- a) Montrer son attention et reformuler
- b) Regarder ailleurs pendant que le client parle

**6. L'effet de halo signifie :**

- a) Qu'un élément positif influence la perception globale
- b) Qu'un client est toujours mécontent
- c) Qu'il faut répéter plusieurs fois le même argument
- d) Qu'on doit faire des gestes très amples

**7. Dans SONCASE, la lettre « A » signifie :**

- a) Apparence
- b) Accord
- c) Argent
- d) Attention

**8. La motivation oblatrice correspond au fait :**

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

- a) D'acheter pour se faire plaisir
- b) D'acheter pour faire plaisir à autrui
- c) D'acheter par sécurité

**9. Parmi les freins à l'achat, on distingue :**

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

- a) La joie et la motivation
- b) L'inhibition et la peur
- c) Le confort et la sympathie
- d) Le prix et la nouveauté

**10. Un exemple de question fermée est :**

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

- a) « Que recherchez-vous exactement ? »
- b) « Avez-vous déjà un modèle en tête ? »
- c) « Préférez-vous un modèle de ville ou un VTT ? »
- d) « Qu'attendez-vous de ce produit ? »

Date : le \_\_\_\_\_

Classe : \_\_\_\_\_



NOM Prénom : \_\_\_\_\_

## Métiers relations clients et usagers



### Chapitre 4 : Découvrir le client Sujet A

Cochez la bonne réponse. **Ne pas masquer le QR code**, il est nécessaire à la correction.



**1. La prise de contact représente :**

-  ☒ a) La troisième étape de la vente
-  ☐ b) La première étape de la vente
- ☐ c) La dernière étape de la vente
- ☐ d) Une étape optionnelle



**2. Une bonne première impression conditionne environ :**

-  ☒ a) 20 % du succès de la vente
-  ☐ b) 50 % du succès de la vente
- ☐ c) 80 % du succès de la vente
- ☐ d) 100 % du succès de la vente



**3. La règle des 4 × 20 concerne :**

-  ☒ a) Les 20 premiers jours du mois
-  ☐ b) Les gestes, cm, mots et secondes
- ☐ c) Les 20 premières ventes d'un vendeur
- ☐ d) Les 20 clients fidèles




**4. Le questionnement alternatif permet :**

-  ☒ a) De laisser le client s'exprimer librement
-  ☐ b) De préciser une information
- ☐ c) D'aider le client à choisir entre deux options
- ☐ d) D'interrompre le client




**5. L'écoute active consiste à :**

-  ☒ a) Montrer son attention et reformuler
-  ☐ b) Regarder ailleurs pendant que le client parle

**6. L'effet de halo signifie :**

-  ☐ a) Qu'un élément positif influence la perception globale
-  ☐ b) Qu'un client est toujours mécontent
- ☐ c) Qu'il faut répéter plusieurs fois le même argument
-  ☒ d) Qu'on doit faire des gestes très amples

**7. Dans SONCASE, la lettre « A » signifie :**

-  ☐ a) Apparence
-  ☐ b) Accord
-  ☒ c) Argent
- ☐ d) Attention

**8. La motivation oblatrice correspond au fait :**

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- a) D'acheter pour se faire plaisir
- b) D'acheter pour faire plaisir à autrui
- c) D'acheter par sécurité

**9. Parmi les freins à l'achat, on distingue :**

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- a) La joie et la motivation
- b) L'inhibition et la peur
- c) Le confort et la sympathie
- d) Le prix et la nouveauté

**10. Un exemple de question fermée est :**

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- a) « Que recherchez-vous exactement ? »
- b) « Avez-vous déjà un modèle en tête ? »
- c) « Préférez-vous un modèle de ville ou un VTT ? »
- d) « Qu'attendez-vous de ce produit ? »

Date : le \_\_\_\_\_

Classe : \_\_\_\_\_

NOM Prénom : \_\_\_\_\_

Métiers relations clients et usagers

Chapitre 4 : Découvrir le client  
**Sujet A**

Cochez la bonne réponse. **Ne pas masquer le QR code**, il est nécessaire à la correction.

**1. La prise de contact représente :**

- ☐ a) La troisième étape de la vente  
☐ b) La première étape de la vente  
☐ c) La dernière étape de la vente  
☐ d) Une étape optionnelle

**2. Une bonne première impression conditionne environ :**

- ☐ a) 20 % du succès de la vente  
☐ b) 50 % du succès de la vente  
☐ c) 80 % du succès de la vente  
☐ d) 100 % du succès de la vente

**3. La règle des 4 × 20 concerne :**

- ☐ a) Les 20 premiers jours du mois  
☐ b) Les gestes, cm, mots et secondes  
☐ c) Les 20 premières ventes d'un vendeur  
☐ d) Les 20 clients fidèles

**4. Le questionnement alternatif permet :**

- ☐ a) De laisser le client s'exprimer librement  
☐ b) De préciser une information  
☐ c) D'aider le client à choisir entre deux options  
☐ d) D'interrompre le client

**5. L'écoute active consiste à :**

- ☐ a) Montrer son attention et reformuler  
☐ b) Regarder ailleurs pendant que le client parle

**6. L'effet de halo signifie :**

- ☐ a) Qu'un élément positif influence la perception globale  
☐ b) Qu'un client est toujours mécontent  
☐ c) Qu'il faut répéter plusieurs fois le même argument  
☐ d) Qu'on doit faire des gestes très amples

**7. Dans SONCASE, la lettre « A » signifie :**

- ☐ a) Apparence  
☐ b) Accord  
☐ c) Argent  
☐ d) Attention

**8. La motivation oblatrice correspond au fait :**

- ☐ a) D'acheter pour se faire plaisir  
☐ b) D'acheter pour faire plaisir à autrui  
☐ c) D'acheter par sécurité

**9. Parmi les freins à l'achat, on distingue :**

- ☐ a) La joie et la motivation  
☐ b) L'inhibition et la peur  
☐ c) Le confort et la sympathie  
☐ d) Le prix et la nouveauté

**10. Un exemple de question fermée est :**

- ☐ a) « Que recherchez-vous exactement ? »  
☐ b) « Avez-vous déjà un modèle en tête ? »  
☐ c) « Préférez-vous un modèle de ville ou un VTT ? »  
☐ d) « Qu'attendez-vous de ce produit ? »