

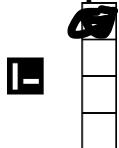
Date : le _____
Classe : _____
NOM Prénom : _____

Métiers relations clients et usagers

Chapitre 4 : Découvrir le client
Sujet A

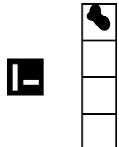
Cochez la bonne réponse. **Ne pas masquer le QR code**, il est nécessaire à la correction.

1. La prise de contact représente :



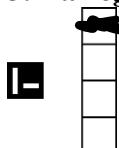
- a) La troisième étape de la vente
- b) La première étape de la vente
- c) La dernière étape de la vente
- d) Une étape optionnelle

2. Une bonne première impression conditionne environ :



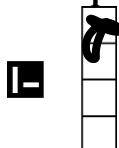
- a) 20 % du succès de la vente
- b) 50 % du succès de la vente
- c) 80 % du succès de la vente
- d) 100 % du succès de la vente

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 :



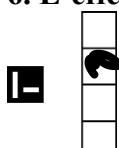
- a) De laisser le client s'exprimer librement
- b) De préciser une information
- c) D'aider le client à choisir entre deux options
- d) D'interrompre le client

5. L'écoute active consiste à :



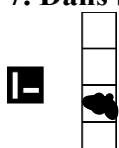
- a) Montrer son attention et reformuler
- b) Regarder ailleurs pendant que le client parle

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 obлатive 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 obлатive 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 obлатive 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 obлатive 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 ? »