

Correction chapitre 3

I. Les étapes du processus d'achat

◆ 1. Étape actuelle :

TECH'INNOV se trouve à l'**étape de recherche d'informations et d'évaluation des solutions**.

➡ Justification : L'entreprise a identifié son besoin (moderniser le matériel informatique) et envisage déjà des options (ordinateurs + accessoires). Elle compare donc différents fournisseurs avant de prendre une décision.

◆ 2. Étapes restantes :

- **Choix de la solution / sélection du fournisseur**
- **Négociation des conditions**
- **Décision finale et validation de l'achat**
- **Commande et réception**

◆ 3. Type de processus d'achat :

Il s'agit d'un **achat réfléchi**.

➡ Justification : L'achat est important en termes de budget et d'usage. Il implique plusieurs personnes, une analyse des offres, et un engagement à moyen/long terme pour l'entreprise. Ce n'est donc ni impulsif ni routinier.

II. Les intervenants dans le processus

Au sein de TECH'INNOV, on peut supposer les rôles suivants :

- **Le prescripteur** : le responsable informatique → il définit les caractéristiques techniques nécessaires.
- **Le leader (ou initiateur)** : le responsable commercial → il a initié la demande, car c'est pour son équipe.
- **Le décideur** : la direction générale → elle valide le fournisseur et le budget.
- **L'acheteur** : le service achats ou administratif → il formalise la commande.
- **Le payeur** : le service comptable ou la direction financière.
- **Les utilisateurs** : les commerciaux → ce sont eux qui utiliseront les ordinateurs et accessoires au quotidien.

🔍 Pourquoi ces rôles sont essentiels à identifier ?

➡ En BtoB, l'**acte d'achat est collectif**. Chaque acteur a des attentes spécifiques (techniques, budgétaires, pratiques) et peut **influencer ou bloquer** la décision. Le commercial doit donc adapter son discours selon l'interlocuteur pour convaincre efficacement.

III. Stratégie commerciale (multi-décisionnel)

🎯 Approche recommandée : vente en mode "conseil" / solution globale personnalisée.

Le but est de répondre aux besoins techniques tout en rassurant sur le rapport qualité/prix, la fiabilité, et le service après-vente.

✅ Deux actions concrètes :

1. **Organiser une démonstration produit ou un test utilisateur** → pour convaincre les prescripteurs et utilisateurs sur la performance, la simplicité et l'ergonomie du matériel proposé.

2. **Proposer une offre packagée personnalisée (avec garanties, maintenance, conditions de paiement)** → pour répondre aux enjeux budgétaires de l'acheteur et rassurer le décideur.