

Ce guide est conçu pour mener des entretiens qualitatifs avec vos clients actuels et potentiels. L'objectif : comprendre leurs vrais besoins, valider vos hypothèses de marché et identifier des opportunités d'amélioration.

PARTIE 1 — PRÉPARATION À L'ENTRETIEN

1.1 — Objectifs de l'entretien

- Valider ou infirmer votre hypothèse de marché (outil 103 Analyse de Marché TAM SAM SOM)
- Comprendre les critères de décision d'achat de votre client
- Identifier les points de douleur non résolus par les solutions actuelles : les frustrations
- Tester l'acceptation de votre proposition de valeur
- Collecter des verbatims pour votre pitch deck et mémoire d'investissement

1.2 — Profil des personnes à interviewer

Clients actuels	Ceux qui achètent déjà chez vous — comprendre pourquoi ils sont fidèles
Clients perdus	Ceux qui ont arrêté — comprendre pourquoi ils sont partis
Clients potentiels	Ceux qui n'achètent pas encore — comprendre les freins
Décideurs d'achat	Dans les entreprises : acheteurs, directeurs qualité, directeurs production
Nombre recommandé	5 à 8 entretiens par catégorie suffit pour identifier les tendances

1.3 — Préparation logistique

Durée	30 à 45 minutes — pas moins, pas plus
Lieu	Au bureau ou atelier du client de préférence (contexte réel)
Enregistrement	Demandez toujours l'autorisation — prenez des notes si refus
Intervieweur	1 personne pose les questions, 1 autre prend des notes si possible
Langue	Français + dialecte selon la région CI

PARTIE 2 — GUIDE D'ENTRETIEN — CLIENTS ACHETEURS B2B

Introduction (3 min)

Script d'introduction : « Bonjour [Prénom], je vous remercie de prendre le temps de me rencontrer. Je suis [Votre Nom] de [Entreprise]. L'objectif de cet entretien est de mieux comprendre vos besoins et vos contraintes — pas du tout de vous vendre quoi que ce soit. Vos réponses m'aident à améliorer nos produits et services. Êtes-vous d'accord pour que je prenne des notes ? »

Bloc 1 — Contexte et activité du client (5 min)

Q1.1	Pouvez-vous me décrire votre activité en quelques mots ? Quels produits achetez-vous dans notre filière ?
Q1.2	Quels sont vos principaux critères d'achat pour ce type de produit ? (Prix, qualité, délai, certification, régularité ?)
Q1.3	Comment gérez-vous actuellement votre approvisionnement en [produit] ?
Q1.4	Quelle est votre fréquence d'achat et vos volumes annuels approximatifs ?

Bloc 2 — Points de douleur et insatisfactions (10 min)

💡 Conseil : Laissez le client parler. Ne proposez pas de réponses. Les silences sont normaux — attendez.

Q2.1	Quelles sont les plus grandes difficultés que vous rencontrez avec vos fournisseurs actuels dans cette filière ?
Q2.2	Est-ce qu'il vous est déjà arrivé de recevoir une livraison non conforme ? Que s'est-il passé ?
Q2.3	Sur une échelle de 1 à 10, comment évalueriez-vous la fiabilité des délais de livraison de vos fournisseurs actuels ?
Q2.4	Qu'est-ce que vous n'arrivez pas à obtenir de vos fournisseurs actuels et que vous aimeriez avoir ?
Q2.5	Si vous pouviez changer une seule chose dans votre chaîne d'approvisionnement en [produit], ce serait quoi ?

Bloc 3 — Validation de votre solution (10 min)

💡 Décrivez votre solution en 2-3 phrases — sans commercial. Observez la réaction.

Q3.1	[Décrivez votre produit/service] — Est-ce que ça répond à un problème que vous avez ?
Q3.2	Qu'est-ce qui vous attirerait ou vous freinerait dans cette solution ?

Q3.3	Si une telle solution existait au prix de [X FCFA/tonne], l'envisageriez-vous ? Pourquoi ?
Q3.4	Quelles certifications ou garanties qualité vous rassuraient le plus ?
Q3.5	Quels volumes pourriez-vous envisager d'acheter par mois / trimestre ?

Bloc 4 — Impact et durabilité (5 min — pour clients export)

Q4.1	Vos acheteurs finaux vous demandent-ils des certifications de durabilité ? Lesquelles ?
Q4.2	Le modèle inclusif (prix équitable aux producteurs) est-il un critère d'achat pour vos clients ?
Q4.3	Êtes-vous prêt à payer une prime pour un produit certifié Rainforest Alliance ou Bio ?

Conclusion (5 min)

Q5.1	Y a-t-il des questions que je n'ai pas posées et que vous pensez importantes ?
Q5.2	Y a-t-il d'autres personnes dans votre réseau que vous me recommanderiez d'interviewer ?
Q5.3	Seriez-vous d'accord que nous vous recontactions pour un suivi dans quelques mois ?

PARTIE 3 — GUIDE D'ENTRETIEN — PRODUCTEURS PARTENAIRES

Pour les entretiens avec les producteurs, adaptez le langage et utilisez des exemples concrets. Évitez les termes techniques. Préférez les questions ouvertes.

Questions essentielles pour les producteurs

P1	Comment vendez-vous habituellement votre [anacarde / cacao] ? À qui ? À quel prix ?
P2	Êtes-vous satisfait du prix que vous obtenez ? Pourquoi ?
P3	Avez-vous des difficultés à stocker votre production après récolte ?
P4	Qu'est-ce qui vous ferait choisir de vendre à [NOM DE VOTRE ENTREPRISE] plutôt qu'à un autre acheteur ?

P5

Qu'est-ce qui vous freinerait pour adopter de nouvelles pratiques agricoles ?

PARTIE 4 — GRILLE D'ANALYSE DES ENTRETIENS

Comment exploiter vos entretiens

Étape 1 — Synthèse

Après chaque entretien, rédigez une synthèse en 10 lignes max dans les 2 heures suivantes pendant que c'est frais.

Étape 2 — Verbatims

Notez les phrases exactes les plus fortes — elles serviront dans votre pitch deck.

Étape 3 — Pattern

Après 5 entretiens, identifiez les 3 problèmes les plus souvent cités.

Étape 4 — Validation

Si 4 clients sur 5 citent le même problème : vous avez une vraie opportunité de marché.

Tableau de synthèse multi-entretiens

Interlocuteur / Entreprise	Date	Problème principal cité	Verbatim clé

🔑 Règle d'or : 5 entretiens bien menés valent mieux qu'une étude de marché commandée à 5 M FCFA. Parlez à vos clients — c'est la source d'information la plus précieuse qui existe.