

# L'Acheteur Fantôme

Reprendre la main face au prospect  
B2B autonome

67 % des acheteurs B2B préfèrent acheter sans commercial. Ils ne vous évitent pas : ils avancent sans vous.

# 67 % des acheteurs préfèrent se passer de vous

Ce n'est pas de l'ignorance, c'est de la préparation. L'acheteur fait seul 70 à 80 % du chemin avant votre premier contact.

---

GARTNER, 2026

# Le contournement touche désormais les gros deals

39 % des acheteurs sont prêts à engager plus de 500 000 dollars sans parler à un commercial. Ce n'est plus une affaire de petits tickets.

---

MCKINSEY B2B PULSE

# Votre concurrent n'est plus un concurrent

94 % des acheteurs utilisent l'IA générative comme outil de recherche principal. Vous affrontez l'accès illimité à une information structurée et sans agenda.

---

ÉTAT DU MARCHÉ 2026

# 228 après J.-C. : Zhuge Liang ouvre les portes

2 500 hommes face à 150 000. Il fait ouvrir la ville et joue du luth sur les remparts. Sima Yi voit un piège là où il y a le vide. Il se retire.

---

STRATÉGIE DE LA FORTERESSE VIDE

# Le prospect silencieux n'a pas disparu

Il s'est retranché dans une forteresse pleine : vos cas clients, vos tarifs, les avis G2, les réponses de l'IA. Le vide, c'est votre visibilité sur lui.

---

# Il a l'armée, il n'a pas la carte

Comme Sima Yi, l'acheteur dispose de tout le renseignement et d'aucun cadre pour le lire. Il ne fuit pas : il avance seul vers une décision faussée.

---

# Être présent là où il cherche, sans peser

Auditez les 5 questions posées à l'IA avant tout contact. Répondez-y en pages sourcées.

Présence sans pression : c'est ainsi que naît l'autorité.

---

GEO, AGENTIC SEO

# Entrer tard, entrer fort

Pricing revu, cas client sectoriel téléchargé, question sécurité au chatbot : phase de validation. Vous entrez pour challenger la conviction, pas la confirmer.

---

RUNBOOK CRM SOUS 48 H

# Construire votre renseignement acheteur

Trois questions d'entrée sur son parcours, pas sur ses besoins : comment avez-vous défini le problème, qu'avez-vous déjà évalué, pourquoi nous, maintenant ?

---

DÉBRIEFING D'ENTRÉE, MEDDIC

# Trois points à tenir

---

01

L'acheteur ne vous évite pas : il a changé de méthode avant vous.

---

02

Votre valeur n'est plus la transmission d'information, c'est la structuration du jugement.

---

03

Challenger, SPIN, MEDDPICC tiennent toujours : seule la manière d'engager change.

# Il reste une question que personne ne pose

Si 67 % de vos acheteurs font le voyage seuls, que se passe-t-il pour les 33 % qui cherchent encore quelqu'un à qui parler ?

**Lire l'article complet →**

[strategiecommerciale.eu/acheteur-b2b-autonome-strategie-commerciale](https://strategiecommerciale.eu/acheteur-b2b-autonome-strategie-commerciale)