

CONFESSIONS SECRÈTES D'UN NÉGOCIATEUR

Devenez un
VENDEUR PRO
en 30 jours
seulement



Philippe Hodiquet

Philippe Hodiquet

**Confessions secrètes
d'un négociateur**

J'ai beaucoup de bonheur a remercier les personnes qui depuis longtemps m'exhortent a écrire. J'ai mis du temps a me décider. Je remercie donc, en premier ma famille qui est toujours derrière moi et indéfectible.

Je remercie également, J. Allard, C. Rizzo, P. Marmugi. pour leurs soutiens.

Il en manque un, je tiens à remercier avec beaucoup de cœur et de sincérité, Martin Latulippe, Québécois, qui m'a ouvert les yeux, aidé, poussé, avec des qualités de cœur incroyables et inestimables. Ces compétences sont au même niveau que son humanisme!

Avec, ma gratitude, merci Martin.

Philippe Hodiquet

La négociation

ou

comment obtenir ce que

l'on souhaite!

Ce livre est destiné à toutes les personnes qui ressentent le besoin de mieux communiquer afin de voir leurs rêves se transformer en objectifs et pouvoir se sentir pleinement heureux.

Pourquoi certaines personnes arrivent systématiquement à bien négocier et que d'autres n'y arrivent pas.

Si vous lisez ce livre et que vous appliquez les principes qui sont y diffusés, alors vos rapports dans votre vie professionnelle, dans votre vie amoureuse, dans votre vie avec vos amis, dans votre

vie avec de simples relations, seront changés.

Il n'y a pas besoin de faire de bruit pour être un pro. Il suffit de savoir communiquer et négocier. Il est très facile de le faire sans vagues et sans bruits.

Peu de gens imaginent combien la négociation est omniprésente dans la vie : dès que l'on prononce les mots « oui » ou « non », ils sont déjà dans la négociation. Le fait d'accepter ou de refuser représente une prise de position qui a été négociée ou pas.

En cas de non négociation, le fait d'accepter ou de refuser génère une négociation tacite. Il a bien fallu prendre une position. Il semble étonnant que les mots oui ou non aient tant de puissance.

Pourtant, ils représentent bien l'ouverture, la fermeture d'une négociation.

Savoir négocier, autorise une qualité de vie supérieure à la moyenne. En comprendre les modalités et les techniques

peuvent, si elles sont mises à votre service avec intégrité vous faciliter dans tout ce que vous pouvez entreprendre au quotidien dans votre vie.

La négociation.

Vaste sujet ! Est-ce du vol, est-ce naturel ? D'instinct, dès que les mots, négociation, vente, ou même aujourd'hui le mot communication sont prononcés, **les gens pensent avec un esprit négatif.**

C'est pourtant la recherche d'une entente entre deux ou plusieurs personnes. C'est la création d'un compromis satisfaisant pour toutes les parties prenantes. Elle se passe à tous les niveaux, à toutes les occasions et à tout âge. Elle nous entoure au quotidien dans toutes nos actions.

Dès que vous dites oui, ou non, vous êtes en négociation. Elle est à la fois un outil et un mode de communication dont les êtres ont besoin pour s'entendre. **Il ne s'agit pas que l'un ou l'autre gagne, mais plutôt que chacun soit content de ce qu'il obtient dans son échange.**

Il s'agit d'un dialogue qui doit se terminer

par un accord. Sans que l'homme en prenne réellement conscience, elle est partout et nous permet d'échanger, d'avancer dans la vie, et de créer son confort et environnement.

Dans les grandes lignes de l'histoire que négocie-t-on ? La paix après la guerre, un traité, une affaire, un contrat direct ou moral, une frontière, un passe-droit, tout se négocie.

La négociation entre les êtres humains.

Beaucoup de philosophes et de sociologues ont étudié la négociation, car ils se sont rendu compte que différents facteurs intervenaient comme l'enjeu ou la personnalité de celles et ceux qui négociaient. C'est un enjeu.

Ainsi quand la négociation est basée sur la compétition, il peut y avoir un gagnant ou un perdant. Nous voyons cela essentiellement dans les conflits d'intérêts.

La personnalité des protagonistes d'une négociation a une immense importance. Une personne très ambitieuse, solitaire et sans relation avec autrui refusera la négociation. Elle veut, espère, et est prête à tout pour avoir beaucoup. Voire tout, sans compromis. Mais souvent dans ce type de rapport, ça casse alors qu'un compromis eût été favorable au regard d'un mauvais résultat.

Une personne ambitieuse, mais beaucoup plus sociable sera plus souple et acceptera les compromis, ce qui ne signifie pas forcément qu'elle ait cédé beaucoup. Elle a traité le problème différemment. Un peu le verre vide ou à moitié plein. En dehors du fait du compromis lui-même, il est souvent important de laisser de la marge à l'autre partie, ne serait-ce que pour ne pas la déstabiliser.

Une personne qui a le sentiment d'être perdante sera agressive alors que dans les autres cas, mieux que l'indifférence, vous aurez un allié en cette personne.

Trop souvent, en négociation nous laissons parler notre instinct alors qu'il

faudrait juste raisonner. Sans état d'âme !En relativisant le plus possible.

Négociation et éducation.

Dans la cellule familiale, la négociation est déjà omniprésente. La négociation est la première nuance que perçoit l'enfant très jeune : "Fais d'abord ta sieste, tu sortiras du lit après. Range ta chambre avant de sortir."

Le ton est donné, la négociation sous-jacente vient de commencer. Néanmoins, dans le cas de l'éducation, elle est structurante et éducative. Ainsi plus l'enfant grandira plus il comprendra que dans la vie, il y a des choses qui ne sont pas négociables comme le fait de s'habiller, de passer à table ou d'aller à l'école, **d'avoir des valeurs.**

Par contre, il va comprendre très rapidement qu'il est possible de négocier les détails comme choisir la couleur de son pull, le sport qu'il aimerait pratiquer. Plus grand, il commence à affronter l'autorité parentale, à critiquer tous les systèmes que ce soit le scolaire

ou le familial. Il discute et entre continuellement dans des dialogues qui ne sont rien d'autre que des négociations. Les enseignants en connaissent parfaitement les règles... **D'ailleurs, l'argent de poche ne rentre-t-il pas dans les négociations ?**

Les parents qui constatent que leur enfant grandit acceptent une sortie de temps en temps. Le temps passe, l'adolescent saura très bien négocier pour les sorties. Le scénario est connu et extrêmement banal.

Le quotidien devient du donnant, donnant ! Cela ressemble étrangement soit à une « vente, soit une négociation ».

Les négociations se retrouvent aussi à l'intérieur d'un couple, uni, ou pas.

Elle en est même, souvent, le ciment. Deux personnes qui s'aiment ne sont pas identiques, elles se retrouvent pourtant sur un même terrain où l'harmonie doit régner. **Pour cela, il faut connaître l'autre par cœur, savoir ses goûts et les accepter.** Si ses goûts ne sont pas ceux de l'autre, il y au-

ra inconsciemment une dispute ou une entente, c'est donc un compromis qui a tout lui aussi d' une négociation pour un équilibre.

Il faut que chacun puisse garder sa personnalité. Une personne en choisi une autre pour ce qu'elle est, pas pour la changer.

Tout ce qui concerne la personnalité ne doit pas rentrer dans la discussion. Et surtout, surtout, ne pas blesser. Bien évidemment, avec les années un couple évolue, mais il demeure chez chacun des traits de caractère qu'il n'est pas question de toucher. C'est le respect de l'intégrité.

Le royaume de la négociation : le divorce et ses concessions désagréables ,mais obligatoires.

C'est au moment de la rupture que les négociations sont, sans doute, les plus nombreuses et les plus douloureuses. Il s'agit de se mettre d'accord sur la garde des enfants, la pension alimentaire, la vente du domicile, la garde du chien, les vacances, et tout le reste.

Les deux antagonistes du couple se trouvent en conflit avec toute la dimension affective qui est attaquée. Il arrive même qu'en cas de profond désespoir la personne quittée « négocie » un changement de comportement...

Il faut gérer cette crise du mieux possible **en dialoguant énormément**. Des concessions réciproques doivent être faites. Il vaut mieux faire appel à des avocats qui sont des **experts** pour négocier au mieux vos intérêts, plutôt que ne pas savoir gérer soi-même ces situations de conflits.

Les négociations au quotidien.

Exemple: lorsque les voisins du dessus font trop de bruit à longueur de journée, cela commence par vous gêner puis par vous obséder et par vous gâcher la vie. Soit vous déménagez, soit vous montez leur parler. Vous allez négocier pour obtenir le silence.

Ne pas négocier entraîne une dégradation des rapports, voire des frustrations qui peuvent faire des ennemis et empoisonner

vosre quotidien, et les leurs en même temps.

Pour l'achat d'une voiture ou d'une maison : négociier est normal, pourquoi négociier ne le serait-il pas dans le reste de la vie ? Et surtout si ça apporte du confort dans sa vie quotidienne, au travail et à la maison?

La négociation du prix est une chose qui existe depuis très longtemps. L'immobilier, l'achat d'un véhicule, etc. Dès que les sommes sont importantes, notre façon d'acheter et de considérer le produit est complètement différente. L'argent devient le principal acteur de négociations plus ou moins heureuses.

Plus les sommes sont importantes, plus l'acheteur va hésiter et donc vouloir négociier.

D'ailleurs, le prix de vente c'est quoi ? C'est tout simplement ce que vous êtes prêt à donner, pour obtenir ce qui vous semble un confort.

Une voiture vous fait rêver, mais son prix vous paraît un peu excessif. C'est le moment

d'essayer de négocier avec le vendeur. Il se peut que le concessionnaire ne veuille rien entendre et ne change pas le prix, en contrepartie comme il a besoin de vendre, il peut faire un geste commercial et vous proposer une option supplémentaire gratuite. Vous n'avez pas fait changer le prix, mais vous n'avez pas non plus échoué dans votre négociation.

Alors, pourquoi ne pas négocier son pain, sa viande, etc.

Combien de fois votre boucher, après avoir coupé vos viandes, vous rajoute le petit bout qu'il ne vendra pas . Vous croyez aux cadeaux ? Moi pas ! S'il le fait, c'est par gentillesse, mais surtout pour que je continue à venir chez lui. C'est une forme de négociation sous-jacente. Je te donne, mais tu reviens, et le plus souvent si possible.

Le marchandage se pratique de plus en plus.

Déjà durant la crise économique de 1995, les sociologues avaient remarqué que le

comportement des Français avait changé. À l'époque, 37% avouaient marchander.

Aujourd'hui, alors que la crise dure le comportement du consommateur évolue. Une vieille dame de 81 ans n'a pas hésité à demander au vendeur d'une grande enseigne de faire un petit geste pour qu'elle achète la machine à laver dont elle avait besoin. Elle a obtenu 7% de remise sans trop de discussion. Ces enfants, à côté d'elle, étaient rouges de honte. Néanmoins, la remise a permis à la mamie d'être généreuse avec ses enfants. Tout le monde est gagnant même d'une manière collatérale avec son environnement.

En fait, la crise économique s'étalant dans le temps, le consommateur change doucement de comportement. Il regarde, compare les prix, et surtout, il recherche la bonne affaire. Mais une bonne affaire c'est seulement être en congruence avec ses envies et ses besoins. Les comparateurs de prix sur Internet sont de plus en plus consultés.

Ce sont autant les vendeurs que les acheteurs qui négocient. (Les cadeaux aux entreprises se multiplient et les commerçants recherchent le petit plus fidélisant.)

Le consommateur n'est plus fidèle comme avant. Ainsi lorsqu'il rentre chez un coiffeur pour demander le shampoing, la coupe et la couleur, il va oser demander le brushing gratuit. La négociation est induite dans le comportement. Si j'ai un non, je vais ailleurs.

Les prix chez le médecin aussi peuvent être négociés.

La santé commence vraiment à avoir un prix... Certains patients l'ont compris et n'hésitent plus à discuter du tarif des soins. Une preuve ? Pourquoi émerge t-il, de plus en plus une médecine exotique, dans des pays lointains. Car moins cher avec un service identique, voire meilleur.

La Sécurité sociale rembourse de moins en moins bien, les mutuelles sont de plus en plus chères et les médecins dépassent de

plus en plus les taux. Les patients ont compris que le coût des médecins qui font des dépassements d'honoraires, ne sont pas forcément fixes.

Ainsi une dame a réussi à faire baisser le prix de son opération. Elle avait discuté avec une patiente dans la salle d'attente et avait appris que cette dernière avait payé moins cher pour une intervention totalement similaire.

Aujourd'hui quand un généraliste envoie son patient chez un spécialiste, celui-ci n'hésite pas à demander combien cela va lui coûter. La question de l'argent est désormais abordée sans aucune gêne. Avant, personne n'aurait osé en parler aussi librement surtout au nom de la « respectabilité » du médecin notable aux yeux de tous.

Les rapports avec l'argent se sont modifiés avec le temps. Les tabous tombent, les demandes commerciales se font avec précision et la négociation est devenue un art et une discipline omniprésente.

La négociation demande un peu d'expérience et du culot, car lorsqu'on est engagé pour un nouveau travail, par exemple, il faut savoir négocier au mieux son salaire.

**C'est toute la volonté de l'EDN
(école des négociateurs).**

**Vous apprendre à être armé avec
les techniques simples, mais terri-
blement efficaces pour tout négo-
cier avec succès.**

Dans le monde du travail, il faut posséder les méthodes de négociations. La demande des professionnels rompus à ces techniques, dans tous les domaines commerciaux, politiques, intellectuels est énorme.

**La négociation est juste incontournable,
et fait partie intégrante de nos journées.**

**Y être préparé, s'est se donner les
moyens de réussir dans toutes ses ac-
tions.**

C'est la crise qui a forcé les vendeurs et les consommateurs à changer de comportement. Avec la multiplication des "low-cost" qui ont formé les individus à s'informer sur tout en réajustant les valeurs réelles.

Ainsi, aujourd'hui, presque tout se négocie et pour empêcher la stagnation des ventes due à la peur de l'avenir, certaines marques sont devenues vraiment conciliantes.

Les sites qui proposent les articles d'occasion ou qui encouragent à acheter aux enchères ont aussi beaucoup contribué à changer le consommateur et là votre marge de manœuvre devient exceptionnelle, car les marchés sont saturés de biens devenus inutiles pour leurs possesseurs.

Maintenant, les gens négocient tout et attendent des gestes commerciaux. Ils chassent les bonnes affaires et sont à l'affût pour se précipiter chez celui qui semble le mieux placé.

Mais pourquoi chercher partout alors qu'il suffit de proposer avec une bonne argumentation et les bonnes connaissances?

Si vous savez négocier, et si vous vous trouvez en plus le mieux placé, vous êtes sûr d'être dans une véritable opportunité. .

Être un excellent négociateur est facile ! Chaque personnalité du timide à l'introverti possède des atouts exceptionnels.

L'EDN va être votre révélateur.

Il est possible de s'inscrire à des séminaires pour devenir un bon négociateur. Les élèves y apprennent à **prévoir et à posséder** le comportement adéquat pour chaque situation. En sortant de ce séminaire, la personne a appris les rouages de la négociation au niveau **émotionnel et commercial**. Il y apprend les stratégies qui font la différence dans ses résultats. Il saura ainsi adopter le bon comportement et la bonne stratégie qui conviendront à toutes les situations qui sont toutes bien particulières.

Finalement que ce soit juste pour fixer un lieu ou une heure de rendez-vous, que ce soit pour mettre un enfant au lit, acheter une voiture, se faire opérer, ou sortir la poubelle,

faire les courses, ou passer un weekend en amoureux, nous négocions tout le temps et pour tout. Nous négocions au quotidien.

Ce mot prend une forme beaucoup plus sérieuse lorsqu'il s'agit de faire un accord salarial ou établir un partenariat.

Dans les situations de crise, si vous ne maîtrisez pas ces techniques, il faudra faire appel à des négociateurs professionnels.

La conclusion est que la négociation est devenue une discipline à part entière dont il faut apprendre les règles.

Bienvenue à l'EDN

Les premiers principes

Savoir négocier, ou vendre n'est pas un art comme je le dis dans ma vidéo de présentation.

Je sais que ça paraît étonnant tellement les gens sont ancrés dans l'idée que pour bien négocier et bien vendre il faut être « **baratineur** ». En quoi faut-il considérer

qu'un baratineur est un négociateur ou un vendeur ?

Un baratineur est une personne qui chaque fois qu'elle s'exprime se sent obligée de raconter sa vie, voire même d'en faire un roman. Il y a de fortes chances, que, ne possédant aucune technique, et surtout aucune maîtrise de ses arguments qu'il va finir par nous saouler. Ce n'est pas un fleuve de mots que l'on attend d'un vendeur. C'est qu'il sache donner les bons conseils en adéquation avec nos besoins.

Dans tous les films policiers que vous pouvez regarder, lorsqu'il y a une prise d'otages, la police fait appel à un négociateur. Celui-ci d'ailleurs, fait partie d'une élite formée à part. Pourquoi une formation spécifique ? Justement parce que la négociation répond à des critères ultras précis, néanmoins très simples à comprendre, et surtout très simples à mettre en place et pratiquer.

Quelle est la différence entre un bon vendeur, et un mauvais vendeur? Ne croyez surtout pas que cette question est anodine. Vous allez dans une boucherie, le boucher qui

prend votre commande est bien un vendeur n'est-ce pas ? Alors pourquoi ce que l'on entend systématiquement dire est: « c'est tout ce qu'il vous faut ! ». Pour moi, ce n'est pas un vendeur, c'est exactement la même chose que si je me sers moi-même et que je choisis moi-même dans les rayons d'un hypermarché. Et pourtant, si le boucher me pose cette question, c'est qu'il a comme obligation professionnelle de tout faire pour que ma commande soit la plus importante possible non ?

Son rôle principal consiste bien à faire en sorte que le chiffre d'affaires généré par une ou plusieurs ventes soit le plus important possible. Un bon vendeur, que va-t-il chercher à faire en premier ? À cette question, beaucoup de personnes interrogées répondent : **tenter de me vendre beaucoup**. Relisez ces quatre lignes. Je vous repose la même question et répondez avant de tourner la page. Que va chercher à faire en premier un bon vendeur ?

Vous avez répondu ? La première des choses qu'il va faire si réellement c'est un

« bon », c'est commencer par vous sourire et vous accueillir, avec chaleur et aisance.

Je sais, ce n'est pas la réponse que vous avez faite, sauf peut-être à de très rares exceptions. Réfléchissons, comment est-il possible d'entamer une négociation ou une vente avec une personne si d'entrée de jeu il n'y a pas une forme de sympathie qui s'installe. Totalement impossible. Il faut qu'il y ait un climat.

Reprenons l'exemple de mon boucher : « Qu'est-ce qu'il vous faut ? » « Et pour Monsieur c'est quoi ! ». Qui d'entre vous n'a pas entendu ses phrases. Reprenons toujours le même exemple, mon boucher : « bonjour, est-ce que je peux vous conseiller, ou savez-vous ce qu'il vous faut ! » Laquelle des deux situations est pour vous la plus agréable, instinctivement et émotionnellement ? La deuxième situation.

Pour autant, dans la deuxième situation, mon boucher est-il un baratineur ? Non. C'est tout simplement un vendeur qui par son côté affable et ouvert crée instinctivement un cli-

mat affectif, émotionnel à travers son amabilité. Il est évident que le second boucher aura beaucoup plus de chances de me faire acheter une escalope ou un bifteck en plus, que le premier.

La différence entre les deux ne se situe que dans la sémantique, et l'attitude. C'est pour cela que j'ai créé des chapitres concernant uniquement ces deux aspects.

On vient clairement de voir qu'il n'y a rien de vraiment compliqué, à avoir une attitude ouverte et agréable, plutôt que fermée et bougonne. Je suis sûr que beaucoup d'entre vous qui lisez ces quelques lignes, pensent secrètement, c'est évident, ont le savait déjà. Je suis convaincu que vous le saviez mais, la seule vérité, c'est qu'il y a des gens qui l'appliquent et d'autres non.

Si vous voulez vraiment évoluer, entraînez-vous au quotidien dans toutes les situations que vous rencontrerez, à sourire, pas seulement avec vos lèvres, mais avec tout votre corps. Ayez cette attitude d'ouverture et d'accueil. Vous arrivez au bureau, souriez

franchement, mais sincèrement, en disant bonjour à vos collègues et vous découvrirez rapidement que vous vous êtes déjà transformé. Il est certain, que simplement par cette attitude ouverte, et donc agréable, vous attirerez de la sympathie plus rapidement que d'autres.

Vos premiers pas de négociateur ou de vendeur sont faits. Voyez qu'il ne faut pas grand-chose pour créer une relation différente et plus productive.

En fait, il suffit de générer une communication chaleureuse et bienveillante, sans pour autant tomber dans les excès, car ce serait mal vu et mal perçu. Il ne vous viendrait pas à l'idée, dans une discothèque, d'inviter une ou un inconnu à danser avec vous, si celui-ci tire une tête de 10 m de long. Par contre, la personne souriante, même seule à une table, vous donnera envie de l'aborder.

Vous le comprenez, en réalité il faut peu de choses pour que le contexte soit favorable à une négociation ou une vente de grande qualité.

Il faut savoir également qu'il est tout à fait possible de sourire et d'être chaleureux au téléphone. À plus forte raison sur Skype ou tout autre mode de communication. Je vais vous le démontrer avec une expérience très simple, que j'ai vécue très récemment.

J'avais besoin de réserver une chambre d'hôtel, dans une ville, pour un de mes déplacements en France. J'ai fait comme tout le monde je suis allé sur Internet. Les grands sites et moteurs de recherche, que je ne nommerai pas, m'ont proposé quelques hôtels à prix relativement attractif et convenant à mon budget. Je n'ai pas réservé sur Internet. Une fois notés les tarifs soi-disant promotionnels et préférentiels, j'ai appelé en direct l'hôtel que j'avais sélectionné. J'ai commencé par dire bonjour, j'ai rajouté à la jeune femme qui m'a répondu : « je trouve que vous avez une très jolie voix, mais que le prix était plus élevé que sur internet. Ce qui l'a fait rire ».

J'en ai vite profité, pour lui demander si le prix était négociable. Réponse : « non-Monsieur vous êtes dans un hôtel qui appar-

tient à une grande chaîne. Ce n'est pas possible, mais je vais m'aligner sur internet ».

Moi : « vous pourriez au moins m'offrir les petits-déjeuners à moi et mon épouse ainsi que l'accès au spa puisque vous avez un spa ».

Elle : « allez, je vais le faire, mais c'est bien parce que vous êtes sympathique ».

Ce n'est pas une grosse négociation, mais deux petits déjeuners à 12 € font 24 € d'économisés. Imaginez que vous alliez à l'hôtel comme moi 100 fois par an.

Je n'ai strictement rien fait d'autre, que de sourire, et être aimable sans en rajouter. C'est cette première impression qui compte, et rien d'autre. J'ai d'ailleurs envie de rajouter, que même au quotidien, il est plus agréable d'être souriant et avenant que fermé et réfractaire à beaucoup de choses.

Il est très important de « respirer l'empathie ». Il y a d'ailleurs une chose très importante, que beaucoup de gens ne font pas. Malheureusement. C'est de regarder les

gens en face. Je suis sûr que vous êtes en train de vous dire que ce sont des banalités, mais c'est totalement faux. Trop de gens, au cours d'une discussion, que ce soit une négociation ou une vente, ont un regard fuyant. Il vous parle, regarde à gauche, regarde à droite, mais jamais en face.

S'obliger à regarder les gens en face, va vous donner un confort extraordinaire : la concentration. Cette concentration doit absolument être orientée dans l'écoute de votre vis-à-vis. Si vous vous abstenez de laisser vos yeux se « balader » autour de vous et que vous forcez à regarder votre interlocuteur droit dans les yeux, vous serez nettement plus concentré sur la discussion. Et croyez-moi, ce n'est absolument pas une astuce de vendeur, mais bien une réalité.

Personnellement, il m'est très difficile à la maison ou entre amis, de dialoguer sans être dans la même pièce et bien sûr face-à-face. Le nombre de fois, ou ma femme, ou mes enfants me parlent de loin est incalculable. Je pense qu'il en va de même dans toutes les familles.

À chaque fois, je crie très fort : « si tu veux me parler, tu te déplaces sinon je n'entends pas ». Je peux vous garantir qu'aujourd'hui ils sont persuadés que je suis un peu sourd, alors que dans la réalité je suis incapable d'entamer une conversation, à plus forte raison une négociation sans être en face de la personne.

La première impression que vous faites est la plus importante. Elle est tellement importante, qu'elle conditionne complètement la suite de votre négociation.

J'en veux d'ailleurs pour preuve, le principe même de la drague. Lorsqu'une femme est un homme discute ensemble, (ou un homme avec une femme), je ne veux pas qu'on m'accuse de sexisme, il est courant d'entendre dire : « ce qui compte le plus pour moi c'est la beauté intérieure. Ce que l'autre dégage ». Dites-moi, soyons totalement honnêtes, la première chose qui compte dans une nouvelle rencontre c'est quand même bien l'attirance physique. C'est seulement après, voire même bien plus tard, que la fameuse beauté intérieure prendra de l'intérêt.

Si je devais résumer ce chapitre, je vous conseillerais, avant d'entamer une négociation ou une vente, **de mettre toutes vos araignées au placard** et de vous concentrer sur une attitude que je qualifie de positive.

Soyez souriants, ouverts, agréables. Néanmoins, restez-vous même. Ne cherchez pas à vous modifier. Ne cherchez pas à vous transformer, et surtout ne cherchez jamais à imiter une personne qui, parce qu'elle réussit, vous semble être un modèle. Prenez ses méthodes et ne changez pas par une imitation.

Conservez impérativement votre identité, mais rendez la simplement agréable souriante et avenante. Sans en rajouter.

Les principes de base importants.

Ce chapitre, intitulé les principes de base importants est fondamental, dans votre apprentissage. Je vais vous donner, beaucoup

de sous chapitres courts très simples à comprendre, mais terriblement importants pour faire de vous des experts de la négociation.

Je laisserai volontairement des lignes vierges dans certains sous-chapitres afin que vous puissiez annoter directement dans votre livre ce que vous devez améliorer, ou modifier, tant dans votre comportement que dans votre langage.

C'est à ce prix, si vous relisez régulièrement ces chapitres, que vous pourrez faire évoluer votre expertise d'une manière très positive. N'oubliez jamais que le premier principe de base est avant tout d'être naturel, calme, et ne jamais perdre de vue que plus vous relativiserez et plus vous aurez de réussite.

Négocier, vendre, communiquer, est avant tout une question d'état d'esprit.

Le bénéfice.

Il y en a deux.

–Le bénéfice qui sera le vôtre, c'est-à-dire ce que vous cherchez à obtenir.

-Le bénéfice de la personne avec qui vous négociez.

Le plus important des deux n'est pas le vôtre. C'est celui de votre interlocuteur. Vous, vous savez pertinemment ce que vous voulez obtenir, votre interlocuteur peut-être pas.

Ce qui est donc très important, plutôt que d'imposer votre demande, sera de mettre en valeur les intérêts et bénéfices qu'aura votre interlocuteur à négocier avec vous.

En négociation comme en vente, trop de gens se perdent dans une argumentation stérile à vouloir prouver le bien-fondé de leurs demandes. Il vaut mieux se focaliser sur les bénéfices et avantages que retireront leurs interlocuteurs de cette négociation.

N'oubliez jamais que vos intérêts sont importants sinon la négociation n'existerait pas, mais n'oubliez jamais que si vous voulez obtenir quelque chose d'une tierce personne ce sont **ses intérêts** qu'il faut absolument faire prévaloir.

Si vous justifiez les intérêts et avantages de votre interlocuteur, celui-ci aura énormément de mal à rejeter votre proposition.

Car même s'il connaît ses avantages, il sera toujours inconsciemment flatté du fait que vous, vous y ayez pensé.

Si vous parlez et justifiez de vos intérêts, sans prendre en compte la position de votre interlocuteur, celui-ci aura l'impression que vous cherchez à gagner des avantages et malheureusement aura le sentiment que vous tentez de le "rouler". Il faut très peu de choses, pour que la balance penche d'un côté ou de l'autre. Le fait même de rattacher vos propositions au bénéfice de votre interlocuteur provoquera, inconsciemment, une coopération basée sur l'écoute, et il en sera certainement plus conciliant. **Ne perdez jamais de vue que tout être humain a toujours besoin de reconnaissance.** C'est fondamental à se rappeler. C'est réellement un des moteurs du fonctionnement de l'humain.

Une bonne ou une mauvaise offre.

Il semble antinomique de dire une bonne ou une mauvaise offre. C'est évident. **Une offre n'est ni bonne ni mauvaise, c'est une offre.**

Si vous manquez d'arguments positifs à développer, mettez donc en avant, les éléments qui feraient que cette négociation ne soit pas une **bonne** négociation.

Il y a quelques années en arrière, j'ai eu la chance de rencontrer un homme fabuleux, Alain Cayrol. C'est lui qui m'a ouvert les yeux avec une expérience de très haut niveau. Au tout début de mon expérience de formateur, j'avais le sentiment profond de beaucoup donner, et de préparer mes étudiants avec un bagage extraordinaire. Néanmoins, j'estimais que le nombre d'étudiants qui démarraient vraiment n'était pas proportionnel à la réussite que je leur souhaitais. Je vous relate donc ma discussion avec Alain :

–Alain, je vais te faire une métaphore et je souhaiterais que tu m'aides sur ce problème. Je donne une voiture neuve à mes étudiants,

j'ai fait le plein de la voiture, je les ai accompagnés pour bien attacher leur ceinture, je n'ai pas oublié d'assurer la voiture, et j'ai veillé à ce que la porte soit bien fermée. Je suis allé jusqu'à leur mettre la main sur la clé de contact.

Je ne comprends pas pourquoi ils n'arrivent pas à démarrer.

–(Alain), peux-tu me dire, Philippe, quels sont tes bénéfices à ce que tes étudiants ne démarrent pas?

– (Philippe), ne pas démarrer induit chez mes étudiants, un manque de confiance en eux, un manque de stratégie, et surtout une perte de motivation.

–(Alain), tu ne réponds pas à ma question, car tu m'expliques quels sont les pertes et non pas ce que tu gagnes à ce qu'ils ne démarrent pas.

Alain m'a laissé mijoter et chercher plusieurs jours. Il m'a d'ailleurs obligé à trouver par moi-même la vraie réponse.

La réponse était contenue dans la question : je commettais une erreur de débutant, tellement évidente que je ne la voyais pas, je mettais en avant tous les avantages qu'ils allaient retirer en appliquant les bonnes règles, alors même **qu'il fallait que je leur explique tout simplement ce qu'ils perdaient à ne pas les appliquer.**

Obtenir un avantage ne fait pas forcément bouger les gens. Tout le monde comprend que pour obtenir quelque chose, il faut faire un effort. Si au contraire, vous démontrez les nuisances ou les pertes que vos interlocuteurs auront, s'ils n'écoutent pas et ne prennent pas en compte vos arguments, il y a des chances que votre négociation se solde par une réussite. Rares sont les personnes qui acceptent de perdre des avantages déjà acquis.

Si vous vous appliquez, à démontrer les éléments négatifs ceux-ci vous permettront de mieux mettre en avant une proposition, qui elle sera positive pour votre interlocuteur et qui sera au mieux de vos intérêts.

Néanmoins, comme dans toute stratégie, il ne faut jamais appliquer d'une manière stricte cette technique. C'est une des techniques qu'il faut connaître pour devenir un expert, mais à utiliser, comme toutes les autres techniques à bon escient.

Votre prochaine question sera de demander, mais quel moment est le bon pour telle ou telle technique : pour savoir quel est le bon moment, il faut prendre la peine et le temps d'être à l'écoute réelle et sincère et tout faire pour comprendre les motivations et les besoins de votre interlocuteur, et pour comprendre ses raisonnements.

Je vous ai déjà exprimé dans un de mes E-book que le raisonnement était plus important que le principe. **Avant toute négociation, posez-vous la bonne question : si j'étais à la place de mon interlocuteur, quel serait mon intérêt de traiter avec moi.** Répondez à cette question, votre négociation est quasiment gagnée...

Principes d'un expert

Cela fait plusieurs fois, que je vous parle d'écoute sincère, intègre, authentique. Je vous ai déjà exprimé cette attitude avec un mot précis : l'empathie.

L'empathie est la capacité, d'être à l'écoute complète et totale, sans se laisser distraire, avec un intérêt sincère, de votre interlocuteur.

Être empathique, se travaille et s'apprend comme beaucoup de choses. Avant de vous apprendre comment la travailler en toute simplicité, je vais vous en démontrer les avantages. Lorsque vous discutez de choses importantes, avoir cette force (et non pas ce talent), vous permettra de gérer les émotions de vos interlocuteurs. En toute chose il y a du bon du mauvais. Un enthousiasme exacerbé de votre interlocuteur fera certainement aboutir votre négociation, mais peut-être pas en connaissance de cause. Cela pourrait créer, un retour de situation.

C'est d'ailleurs à cause de cela, que beaucoup d'entreprises, lorsque vous faites acqui-

sition d'un de leurs produits, vous offre une garantie de remboursement. Si vous êtes chaud bouillant pour obtenir ce que vous désirez, il n'y a pas lieu d'imaginer la restitution de ce que vous avez obtenu.

Alors pourquoi cette garantie? Tout simplement, si l'enthousiasme de votre interlocuteur pour votre proposition est exagéré, il est très possible qu'une fois cet avantage obtenu, il ne corresponde pas réellement à ses besoins. Il s'apercevra vite qu'il s'est enflammé. Sa réaction, liée un mécontentement risque de provoquer une agressivité inutile, d'autant plus grande qu'elle sera proportionnelle à son enthousiasme.

Si vous donnez à votre interlocuteur, au cours de votre négociation, le sentiment sincère que vous êtes à son écoute vous ne risquez pas ce retour de flamme.

Pour prévenir ce trop-plein excessif d'enthousiasme, ou de pessimisme, il existe une technique très simple qui consiste à reprendre une petite partie des phrases de votre interlocuteur et de les reproduire dans vos propos.

Je vous laisse quelques lignes pour compléter sur ce livre, au fur et à mesure de vos expériences, d'autres phrases similaires. Il ne s'agit pas que vous répétiez ce que j'ai écrit, mais bien que vous vous appropriiez l'état d'esprit qui est nécessaire pour avoir cette bonne écoute.

–Je comprends votre réaction.

–Vous avez raison, je ne voyais pas cette problématique.

–Je ressens bien votre indécision.

–Je crois sincèrement qu'à votre place je penserais pareil.

A vous écrivez vos phrases:

Si vous voulez travailler cette capacité d'écoute de l'autre, entraînez-vous à écouter de petits enfants entre cinq et huit ans. Leurs

babillages souvent répétitifs, vous permettront de vous forger une capacité d'empathie redoutable. Si ce n'est pas avec vos propres enfants, vous pouvez toujours le faire avec les enfants des autres, ce qui est intéressant en termes d'apprentissage, car les enfants sont de redoutables négociateurs surtout s'ils ont une idée en tête. Mais allez bien jusqu'au bout de cette discussion avec l'enfant.

L'expérience que vous en tirerez, si vous cherchez réellement à bien comprendre, non pas le besoin, mais le raisonnement intuitif qui pousse un enfant à une demande précise, sans énervement, sera une expérience très riche et forgera votre capacité d'écoute.

Si vous développez réellement votre empathie et que vous vous en faites un élément de force, vous serez en capacité d'affronter des échecs, des colères, des stress, aussi bien dans votre travail, comme, dans votre relationnel.

J'ai eu le plaisir il y a très longtemps, de rencontrer un maître dans ce domaine. Cette personne, Jean-Max, illustre inconnue pour

vous, représente, pour moi, la quintessence dans ce domaine.

Je ne l'ai jamais vu se mettre en colère ou s'énerver, je dis bien, jamais.

C'est d'autant plus important, que bien souvent la colère, qui n'est en réalité qu'une émotion, l'emportera sur votre comportement et vous empêchera malheureusement de raisonner.

Observer bien lors de réunions ou conférences. Il est très fréquent que des personnes calmes souvent même sans rien dire, imposent par leur attitude leur calme autour d'elle.

Très souvent une opposition qui dégénère en une colère, ouverte ou fermée, engendre systématiquement des frustrations.

Ces frustrations peuvent créer chez votre interlocuteur une forme de radicalisation qui pourrait ancrer chez lui un rejet de toutes formes de négociations avec vous.

Si jamais, vous vous retrouviez dans cet axe de colère, justifié ou pas, et que vous

perdiez pied, plutôt que de monter dans les tours vous-même... **Excusez-vous** ! Non pas de vos arguments, mais du raisonnement.

Exemple : acceptez mes excuses, je n'avais pas compris que cela avait autant d'importance pour vous, mais je le comprends bien et l'accepte sincèrement.

En faisant cela, vous éviterez des désagréments considérables. Un des risques que vous éviterez, si vous travaillez réellement ce comportement empathique, sera de ne jamais vexer, voire humilier, une personne qui de toute façon ne le mérite pas et qui, à la base ne communique avec vous que dans le cadre d'une négociation.

Si vous ne désirez pas vous servir du principe des excuses, je vous livre une autre phrase : "**je ne voyais pas cela sous cet angle. Votre point de vue est intéressant**".

L'expérience m'a démontré que trop souvent, lorsqu'une personne est à bout d'arguments, elle rentre dans une phase de nervo-

sité voir de stress et c'est cela qui engendre la colère. Dans les négociations, le fait d'être à bout d'arguments induit une forme de frustration. C'est cela qui déclenche la nervosité, car si on est sûr de soi et de ses arguments, il n'est pas aisé d'admettre que votre interlocuteur ne les comprenne pas.

Dans un des paragraphes précédents j'ai insisté très lourdement sur le fait qu'il faut tenir compte réellement des besoins de votre interlocuteur avant même des vôtres, car vous seul savez ce que vous votre produit, votre conseil, ou votre service.

Cette compréhension des besoins de votre interlocuteur, est obligatoire, car on a toujours du mal à cerner les éléments déclencheurs de votre négociation.

Exemple : deux personnes différentes peuvent se retrouver dans une même concession automobile, pour acquérir le même véhicule, avec les mêmes options, la même couleur. Par contre, ce qui va différencier ces deux personnes ce sont les mobiles de cette acquisition. Il est facile d'imaginer que la première personne veuille ce véhicule précis

parce qu'il est grand alors que la deuxième personne le veut pour sa fiabilité. Néanmoins ils achèteront tous les deux le même véhicule.

Chaque produit, chaque conseil, chaque service, possèdent tous une ou plusieurs fonctions et chacune correspondre un besoin précis. Votre interlocuteur lui recherche une chose précise, mais ce que vous ne connaissez pas c'est la fonction qui va déclencher le mobile à votre négociation.

Anecdote vécue : lors d'un changement de véhicule, je me suis retrouvé dans une concession. Généralement les vendeurs surtout de voiture après vous avoir salué quand ils le font vous demandent: quel est votre budget?

Mon vendeur m'a épaté. Après m'avoir salué, avec un grand sourire il m'a dit : « comme vous le voyez je suis dans l'automobile, et vous quel est votre branche d'activité ». Ce qu'il a fait là est un coup de maître. Au lieu de me demander mon budget il a tenté de cerner par ma profession le budget que je pouvais éventuellement allouer un véhicule. Je reconnais qu'il est toujours désagréable

avant même d'avoir testé un véhicule qui, de devoir dire, j'ai tant d'argent. On acquiert un véhicule, on acquiert pas un prix. Sa manière de contourner cet obstacle était particulièrement intelligente.

Le questionnement

Comment voulez-vous convaincre une personne du bien-fondé de vos arguments si vous ne connaissez pas les raisons pour lesquelles il pourrait être convaincu. Impossible.

J'ai volontairement pris deux exemples à chaque fois identiques pour que vous compreniez qu'il est tout à fait possible d'adapter ses questionnements à n'importe quel type de situation.

Voir même à n'importe quel type de négociation. Je vous invite sérieusement à prendre le temps de réécrire ce type de questions avec les produits dont vous êtes déjà entourés.

Il existe plusieurs types de questions qui permettent de mieux comprendre les besoins de votre interlocuteur.

–Les questions fermées :

les réponses sont régulièrement par oui ou par non.

Ex: vous cherchez un grand écran ?

Ex : vous cherchez un logiciel précis ?

À vous, écrivez vos phrases!

–Les questions alternatives : elle dirige votre interlocuteur vers un choix de deux propositions ou plus.

Ex : vous préféreriez un grand écran ou un petit écran.

Ex : vous préférez un logiciel léger ou un logiciel très complet.

À vous, écrivez vos phrases!

-Les questions rebonds : elles engagent interlocuteur à clarifier un point précis ou bien à le valider.

Ex: qu'est-ce qui vous fait penser que cet écran n'est pas assez grand.

Ex : qu'est-ce qui vous fait penser que ce logiciel pourrait ne pas vous convenir.

À vous, écrivez vos phrases!

-Les questions globales : elles sont suffisamment larges pour permettre de créer un contexte.

Ex: vous a-t-on déjà donné des retours d'information sur cet écran-là.

Ex : avez-vous déjà eu des retours d'informations sur ce logiciel-là.

À vous, écrivez vos phrases!

-Les questions de validation : elles vous permettront de valider un point précis.

Ex: je comprends donc que c'est un grand écran qui vous intéresse.

Ex : je comprends que vous êtes intéressés par ce logiciel.

À vous, écrivez vos phrases!

-les questions ciblées : elles seront déterminantes pour orienter votre interlocuteur vers un argument précis.

Ex: vous ne pensez pas qu'un grand écran est plus confortable ?

Ex : vous ne pensez pas qu'un logiciel plus pointu vous serait plus utile ?

À vous, écrivez vos phrases!

Servez-vous de ce type de questionnement dans une simple discussion de famille, de collègues, d'amis, etc.

Vous le comprenez, la formulation de vos questions ou l'affirmation de vos arguments est primordiale pour avoir une relation saine et constructive avec votre interlocuteur. Je vous invite à écrire sous chaque exemple que j'ai donné, sur les lignes laissées à cet effet, une ou deux questions en tenant compte de votre métier. Cela vous permettra, dès votre prochaine négociation de pouvoir mieux tenir compte des besoins de votre interlocuteur.

Le gros avantage de cette technique de questions que je vous invite à travailler pour bien les formuler avec aisance et naturel, c'est qu'en aucun cas vous ne serez ni en conflit ni en opposition mais bien en congruence et en empathie avec votre interlocuteur.

Prenez un cahier, et écrivez en haut de chaque page un type de question. En dessous de la question posée, faites le maximum pour écrire vos propres questions afin de vous en approprier le mécanisme.

D'ailleurs à titre d'entraînement, je vous conseille de prendre un livre, n'importe lequel, un roman, ce que vous voulez, trouvez un paragraphe ou il y a des questions, et tenter de déterminer la nature de ces questions pour bien apprendre et comprendre comment cela fonctionne. Le sens de ces questions mêmes dans un livre oriente l'écriture de ce même livre. Si vous ne deviez appliquer que cette stratégie de comprendre par le questionnement méthodique des besoins de vos interlocuteurs, vos résultats seront multipliés par X.

Vos arguments ne viendront qu'après cette découverte obligatoire des besoins de votre interlocuteur. L'humain est un être très égoïste, voire même égocentrique. Dans une négociation, quelle qu'elle soit vous n'intéressez pas votre interlocuteur en tant qu'homme. Ce qui compte pour lui s'est obtenir satisfaction. Si votre interlocuteur perçoit que vous allez dans son sens, il sera à votre écoute. Dans tous les autres cas, il ne s'intéressera pas à vous.

Quoique vous en pensiez, si vous acceptez cette règle, vous aurez déjà gagné beaucoup. Plus que jamais, dans une société qui va beaucoup trop vite et qui ne prend plus le temps de vivre, **l'homme a un besoin absolu de reconnaissance.** Pour ce qu'il est, ce qu'il représente, et bien sûr ce qu'il aimerait être ou devenir. Accepter cette facette de l'homme sans y apporter ni jugement ni a priori vous donnera une très grande avance dans une négociation.

Je reviens brièvement sur les questions fermées. Elles sont fondamentales. Comme je vous l'ai expliqué, à une question fermée la réponse sera oui ou non. Il est évident que personne n'aime entendre: non.

Sauf moi.

Si on s'attache réellement à la notion de besoin de reconnaissance et de justification, le non est un atout majeur dans une négociation.

Votre interlocuteur, si à une question fermée vous dit non, spontanément il va vous en donner la raison. Ne me demandez pas

pourquoi, c'est comme ça. N'importe quel être humain a besoin de se justifier. Le plus incroyable c'est que c'est spontané et ce à de très rares exceptions près. Une personne qui vous oppose une négation a besoin d'expliquer pourquoi. Super, il montre son intérêt.

Vous pourrez ainsi débusquer les raisons cachées et les motivations masquées de votre interlocuteur. Cela vous permet de comprendre ses véritables motivations et vous permet d'avoir une négociation de qualité.

Avec ce type de questions, vous aurez un deuxième avantage. Dans le cas d'une négociation, si celle-ci ne se passe pas au mieux, le simple fait d'énoncer ces questions évitera à votre interlocuteur le risque de se vexer, voire même de perdre la face.

Une personne vexée ou se sentant humiliée sera braquée et fermée à tout raisonnement même s'il est évident pour mon interlocuteur.

J'ai déjà expliqué l'importance de prendre son temps pour répondre, faites très atten-

tion de ne poser des questions que sur des sujets qui ont besoin d'être évoqués.

Il est beaucoup plus intelligent, d'attendre que votre interlocuteur vous ouvre les portes grâce à vos questions que d'ouvrir des portes qui risquent d'être hors sujet des besoins de votre interlocuteur, qui se dira : « il parle pour ne rien dire ». Une technique très importante en cas de conflit, c'est de s'en tenir aux faits et uniquement aux faits. Ne brodez surtout pas autour de la problématique. N'en rajoutez pas. Votre interlocuteur peut imaginer que vous le critiquez ou que vous l'accusez. Autant dire que la négociation est perdue. Autre avantage de s'en tenir aux faits, à la condition qu'ils soient avérés, c'est que vous ne risquerez pas de créer un malentendu. Il n'y a rien de pire dans une négociation, que les deux parties parlent d'un résultat qui ne leur soit pas commun.

Vous n'avez pas besoin de retenir toutes ses techniques pour demain matin. Prenez juste quelques éléments mettez les en place, et lorsqu'ils deviendront réguliers et spontanés vous en rajouterez quelques autres. Ain-

si, vous deviendrez rapidement un expert qualifié.

La valeur d'un produit en vente.

Un phénomène que je remarque très souvent chez énormément de gens qui sont amenés à négocier ou à vendre leurs produits, leurs conseils, ou toute autre chose, ils ont peur du prix qu'ils doivent annoncer. Je connais un agent immobilier, qui a toujours peur, d'annoncer que l'appartement visité est affiché par exemple à 900 000 €.

Cet agent immobilier est jeune dans le métier, et de plus est jeune tout court. Annoncer des chiffres importants, alors que lui-même loge dans un studio qu'il loue 500 € par mois le complexe terriblement.

Dans le même exemple, j'ai la chance de connaître un copyriteur hyper doué, mais, qui agit de la même manière. Il vend des produits sur Internet et a tellement peur que son produit ne se vende pas, ou que la somme qu'il demande soit interprétée comme une escroquerie, qu'il annonce de

tous petits chiffres de vente et évidemment, il n'arrive pas à gagner sa vie.

Un prix peut vous paraître élevé parce que vous n'avez pas forcément l'habitude de manier des sommes d'argent relativement importantes (je connais des gens qui n'ont jamais signé un chèque de plus de 5000 € et qui s'affolent s'ils doivent signer un chèque de 30 000 €).

Prenez sur vous pour relativiser et que si vous signez par exemple un chèque de 30 000 € il est évident que la contrepartie de ce chèque doit avoir la même valeur.

Si exprimer la demande d'un montant élevé à un acheteur potentiel vous effraie, il faut bien penser, que peut-être, la personne en face de vous ça ne l'effraie pas du tout.

Si votre produit vaut 20 000 €, que la personne en face de vous gagne plus de 100 000 € de revenus annuels, cette somme importante ne de l'effrayera pas. Proposer un produit de 20 000 € à une personne qui n'en gagne que 1000€ par mois peut, ce coup-ci poser un véritable problème. Ce que je sou-

haite que vous compreniez, c'est que si dans une négociation ou une vente une somme importante est mise en jeu, il y a forcément une contrepartie, et énoncer des montants élevés ne doit pas faire peur.

Une personne de mes connaissances professionnelles se trouve être courtier en placements financiers. Son véritable problème était très clair. Lorsqu'il expliquait un type de placement financier en assurance-vie, il expliquait systématiquement aux gens que s'il plaçait 200 € par mois ça leur apporterait X euros dans le temps avec les avantages fiscaux liés à ce type de produit. Sauf que, chaque fois qu'il était en présence d'un client potentiel pouvant investir 1000 € par mois il le perdait, il n'osait pas parler de 1000 €.

Je lui ai conseillé, lorsqu'il parlait de placement de parler systématiquement en expliquant : « imaginez que vous placiez 100 000 € ». Dans mon conseil je lui ai suggéré d'employer quelque soit la personne en face de lui ce même gros montant.

Au final, il s'est habitué à parler de sommes importantes, les personnes aisées

qu'il rencontrait n'étaient absolument pas effrayées des montants dont il parlait, et pour les personnes moins aisées, cela les faisait rêver.

En conclusion, tout le monde est content. Bien sûr il ne faut pas tomber dans les exagérations systématiques. Mais si un produit à une valeur, ce n'est pas parce que moi je ne peux pas l'acquérir, que d'autres personnes ne peuvent pas le faire, elles.

Il faut impérativement apprendre à démystifier cette peur récurrente que beaucoup de gens ont, à exprimer des sommes importantes. Dites vous bien que tous les vendeurs de Ferrari... ne roulent pas en Ferrari.

Le silence, une arme

Voilà un titre qui doit laisser perplexe un grand nombre d'entre vous !

Qu'est-ce que le silence et que peut-il exprimer ?

Le silence est présent partout et il est le signe de plusieurs choses. Tout d'abord, le respect. En effet, lorsque quelqu'un vous parle, le minimum de respect que vous pouvez montrer c'est d'écouter et donc de rester silencieux.

C'est aussi le signe d'un temps de réflexion. Lorsque quelqu'un s'est exprimé plus ou moins longuement, cela peut demander un temps de réflexion afin de synthétiser toutes les informations que vous venez de recevoir.

Le silence peut aussi être le signe de l'incompréhension. En fonction de l'attitude de la personne, vous pouvez facilement détecter une incompréhension. L'autre se pose des questions peut-être parce que vos propos étaient confus ou il n'arrive pas à les synthétiser parce que quelque chose échappe à son raisonnement ou à sa compréhension des choses.

Mais il peut aussi être le signe d'un désintéressement complet de ce que vous êtes en train de dire. C'est ici, le pire des silences que vous pouvez rencontrer. En effet, lorsque

vous exprimez une idée et que vous constatez que l'autre ne vous écoute même pas, l'intéresser et le faire revenir dans votre discussion s'avère alors être un exercice particulièrement périlleux.

Les gens manquent souvent de reconnaissance et le silence que vous pouvez leur offrir lorsqu'ils s'expriment sera pour eux un magnifique moment de bonheur. Laisser l'autre s'exprimer pour qu'il soit de plus en plus à l'aise parce que vous l'écoutez et que vous lui offrez cette reconnaissance dont il manque tant est une formidable introduction à une phase de négociation, mais sans entrer forcément dans la congruence. Notez ce qui est dit pendant cette phase et n'hésitez pas à relancer la machine, car plus vous en apprendrez sur l'autre, plus vous aurez d'éléments sur lesquels vous appuyez plus tard, quand vous devrez conclure.

Le silence est une grande partie de notre communication. Il est présent dans nos phrases, entre les mots afin de les discerner les uns des autres, mais aussi entre les phrases afin de les découper plus facilement.

Il intervient également dans notre réflexion afin de nous permettre d'avancer dans la conversation, bref le silence est une forme de communication.

L'importance du silence dans la négociation. Il faut savoir l'utiliser.

En effet, nombreux sont celles et ceux qui pensent que dans une négociation il ne devrait pas y avoir de silence, pas le moindre silence, car il pourrait laisser à l'autre le temps d'une réflexion qui pourrait se retourner contre le négociateur ou le vendeur.

On pense souvent que le vendeur ou la personne étant en phase de négociation pour un service, ou la vente d'un produit, ou toute autre chose, doit continuellement argumenter afin de ne pas laisser l'autre se convaincre de l'inutilité du produit ou de son incapacité à rendre un service précis.

J'appelle cela la technique du « vendeur de foires ». Oh, ce n'est pas péjoratif, bien au contraire ! J'ai toujours eu beaucoup d'admiration pour ces personnes qui savent maîtriser une audience par leur seule parole

et sans laisser place au moindre silence pendant qu'il fait sa démonstration tout en maintenant son monde en haleine avec une offre irrésistible à la fin. Tout y est, et c'est une très bonne école, mais cela ne marche pas en dehors des foires et encore moins dans la vie de tous les jours.

La négociation est présente partout dans votre vie quotidienne, familiale, amicale, professionnelle.

Négociez une soirée entre copains (ou copines) avec votre partenaire, ou ce week-end que vous voulez passer ensemble, mais votre partenaire est obligé d'aller travailler. En famille, il faudra souvent négocier. Avec vos enfants afin qu'ils écoutent et fassent ce que vous leur demandez. Avec vos amis pour les instants que vous voulez passer ensemble. Avec votre voisin, pour les différents de voisinages, etc.

Bref, les situations de négociation sont bien plus nombreuses que vous ne le pensez...

Maitriser la négociation est un atout que vous aurez l'occasion de peaufiner et de maîtriser rapidement. Le tout est de savoir comment, et d'en connaître toutes les ficelles, dont le silence.

Le fait de développer des temps de silence lors d'une conversation est des arts de la négociation, qui vous révélera souvent des choses bien plus importantes, que si vous assésiez votre interlocuteur de questions ou de paroles...

Ne dit-on pas : « **la parole est d'argent, mais le silence est d'or** » ?

Le silence aurait donc plus de valeur que la parole ? Pourquoi ?

De par sa nature, le silence laisse la place à d'autres choses que des mots. Il permet entre autres d'imaginer les propos qui viennent d'être énoncés. Il nous offre aussi la possibilité de répondre pertinemment à ce qui vient d'être dit après un certain temps de réflexion, mais il permet aussi de déstabiliser l'autre en le poussant à réagir à la conversa-

tion en cours et à se dévoiler émotionnellement.

Un de mes formateurs en vente me posa un jour une question, je me permets de vous la poser également.

Savez-vous pourquoi nous avons 2 oreilles et une bouche ? Tout simplement pour écouter 2 fois plus que nous parlons.

Cela s'inscrit donc parfaitement dans ce que je vous explique ici. Nous attendons des informations de l'autre afin de pouvoir proposer une solution qui lui convient et, du même coup, qui nous conviendra aussi puisque nous cherchons à trouver un accord, à faire un marché ou à vendre quelque chose, ensemble.

Le silence est un fabuleux outil dans la négociation. Mais attention, il faut savoir l'utiliser avec parcimonie et le placer intelligemment. C'est ce que je veux vous faire découvrir.

Lorsque nous entrons en dialogue avec quelqu'un, ou lorsque nous com-

muniquons avec une personne, l'émotion guide souvent ce que nous disons.

Souvent, sans même réellement réfléchir à nos propos, dans une conversation banale, nous nous laissons emporter par nos émotions, au point de perdre, le sens de ce que nous voulions exprimer.

Vous savez, ce genre de situation dans laquelle nous nous arrêtons soudainement en demandant : « mais pourquoi est-ce que je te racontais ça ? »

Ou, lorsqu'une idée vous vient alors que quelqu'un d'autre vous parle et vous échappe à peine sa phrase finit.

C'est purement émotionnel, le fameux fil perdu parce qu'il a été interrompu par un autre élément, une autre idée, un bruit, etc.

C'est aussi un outil utile qui permet de valider la qualité d'écoute de l'autre partie. Mais ici aussi, il vaut mieux éviter de l'utiliser trop souvent et d'user plutôt d'une reformulation afin de valider la compréhension des éléments livrés jusque-là.

Le silence laisse alors un vide s'installer. Ce vide permet d'ancrer en profondeur ce que nous venons d'exprimer en laissant l'autre y réfléchir quelques secondes. En le prolongeant encore un peu, vous pouvez en plus déclencher chez l'autre une réaction et le pousser à se dévoiler un peu plus.

En effet, la nature n'aime pas le vide. Spontanément l'autre partie se mettra à le combler en nous livrant de façon émotionnelle des informations que vous n'obtiendriez pas autrement, puisqu'il réagit à une situation plutôt inconfortable ou gênante : le silence.

Pour amener ce silence, il ne faut rien ajouter, terminez votre phrase, et taisez-vous.

Apprenez à gérer votre silence, pour votre plus grand bien et celui de votre interlocuteur !

Rappelez-vous que le silence est un signe de reconnaissance en laissant l'autre s'exprimer librement. Il vous faudra apprendre à vous imposer ce silence. Si vous

avez du mal à résister à l'envie de parler ou si cette situation vous stresse, pensez à respirer avec le ventre.

Prenez une profonde inspiration et expirez lentement, répétez l'action plusieurs fois si nécessaire. Ensuite, n'oubliez pas de regarder l'autre. Ceci vous donnera d'autres informations, ce que nous appelons le langage corporel sur lequel je reviendrais dans un autre chapitre, car celui-ci est aussi important que le silence et les deux vont de pair.

Pourquoi j'insiste sur ce fait et je lui donne autant d'importance ?

Le silence ne doit pas être annoncé avec des phrases, des mots parasites, voire des questions parasites, du style : « voilà ce que je peux vous dire... »

Ce genre d'expression risque de mettre un terme à votre discussion en laissant penser à l'autre que vous avez fini de vous exprimer sur le sujet ou que vous allez prolonger vos propos.

Alors, **taisez-vous tout simplement, et passez le relais à l'autre.** Vous venez de faire appel à son émotionnel, laissez-le se dépatouiller pour qu'il vous livre des éléments nouveaux qui vous seront utiles pour la suite et laissez-le répondre à votre silence de la meilleure manière avec laquelle il croit devoir réagir maintenant.

Un silence une fois installé est redoutable. Souvent votre interlocuteur va laisser transparaître ses émotions: colère, dédain, indifférence, envie, intérêt, etc. Avant même qu'il se mette à parler vous pouvez déjà découvrir par son comportement, son approche dans votre négociation.

Essayez de tenir le plus longtemps possible jusqu'à ce que l'autre s'exprime et si vraiment rien ne vient au bout de quelques secondes (une dizaine au moins), ne posez pas une question fermée négative du genre « c'est intéressant, non ? », ou « c'est pas mal, n'est-ce pas ? », « c'est un peu ce que vous cherchiez, non ? », non, non, non, et non, surtout pas ! **Ne relancez pas!**

Nous reviendrons dans un autre article sur les mots à bannir et à ne pas utiliser. Mais vous avez compris les défauts de ces questions trop souvent utilisées.

Pour rappel une question fermée est une question qui induit une réponse directe : souvent oui ou non. A contrario, une question ouverte fait appel à une réponse formulée et ouvre un dialogue.

Utilisez une question ouverte : « qu'est-ce que vous en pensez ? » Mieux encore, reformulez ce que vous venez de dire, car le silence de l'autre partie peut aussi traduire une incompréhension de ce que vous venez d'exposer.

Cette reformulation vous permettra de valider sa compréhension, puis revenez à une phase de silence pour lui permettre de réagir.

En phase de négociation ou de conversation (dans 80 % des cas en fait) la question, après un temps de silence, (généralement pas plus de 3 à 4 secondes) est une question fermée.

Ne concluez jamais trop hâtivement, permettez à la partie adverse de vous livrer tout son ressenti et de vous mener naturellement à la conclusion.

Laissez durer le silence, profitez-en pour regarder la personne en face, ne détournez pas le regard, ne faites rien qui pourrait lui faire croire que la partie est finie.

Je sais, vous allez me dire que cela vous semble compliqué. Mais essayez, dans toutes vos conversations, de poser des moments de silence pour vous exercer. Cela deviendra rapidement une habitude et vous apprendrez en même temps à quel moment les poser pour obtenir ces informations que vous n'auriez pas, sans faire appel à une réaction émotionnelle de l'autre.

ENTRAINEZ-VOUS AVEC VOTRE CONJOINT: VOUS VERREZ, C'EST PRATIQUE, VOIRE MÊME... UTILE !

Pensez toujours à rester présent dans la conversation physiquement, ne vous détournez jamais, ne faites pas autre chose, restez concentré pour faire vraiment comprendre à

l'autre que vous venez de lui passer le relais et que vous attendez maintenant une réaction de sa part !

Souvenez-vous que le silence est d'or. Laissez-le s'installer lorsque vous sentez qu'il peut vous aider et il vous aidera. À condition bien sûr de ne pas le briser vous-même avant un certain temps, afin de bien faire comprendre à la partie adverse que vous attendez quelque chose d'elle. Elle ne pourra y déroger plusieurs fois dans un même échange, et l'inconfort de la situation sera pesant après plusieurs silences durables.

Ne tombez pas dans le piège opposé, car en abuser fera peut-être croire à l'autre que vous n'avez pas grand-chose à dire ou que vous avez besoin d'un important temps de réflexion entre vos phrases.

Si par contre, votre interlocuteur plonge dans un silence imprévu, il sera important d'en déterminer la raison. Je vous rappelle que cela peut être essentiellement dû à :

- Une incompréhension de ce que vous venez d'exprimer, le silence dubitatif qui

renvoie à l'interrogation ou au scepticisme.

- Une frustration dans vos propos, comme une mauvaise réponse à une objection.
- L'ennui lorsque la personne a décroché à force de monologue.
- L'attention, ce qui est plutôt en votre faveur, puisque la personne prend un temps de réflexion. Avant de vous répondre autrement que par impulsion.

Alors, allez-y gaiement, prêtez-vous au jeu du silence et regardez les effets qu'il peut produire, vous serez surpris des informations que l'on vous livrera inconsciemment, simplement en restant parfois silencieux.

Je vous le répète: prenez des petits bouts de tout ce que vous lisez, entraînez vous et passez à la suite. Faites en sorte de prendre des automatismes. C'est avec ces techniques que vous évoluerez vers l'expertise.

Un moment clé, ou le silence est d'une utilité fondamentale, c'est le moment où dans

une vente vous avez annoncé le prix. Dans une négociation, au moment où vous affirmez votre position. Laissez votre interlocuteur venir à vous.

Il y a un autre moment auquel vous devez réellement faire attention c'est lorsque vous concluez une vente, ou une négociation, car trop souvent, nous avons tendance à vouloir recommencer la même vente. Non seulement ça n'a strictement aucune utilité, mais vous ouvrez la porte à une contre argumentation.

Gérer sa peur au cours d'une négociation .

Ne vous laissez pas emporter par vos émotions.

Se lancer dans une négociation implique une relation directe avec un public, et ceci quotidiennement. Cela peut-être dans sa relation conjugale ou simplement au travail ou encore au quotidien dans ses relations. Cette dimension relationnelle sociale exclut d'em-

blée toute misanthropie ou timidité, et implique élocution et réactivité. Il importe en effet de savoir donner sur le vif des renseignements adéquats et précis sur sa négociation ou sur ce que l'on souhaite obtenir, tout en sachant gérer les exigences de la personne en face de vous, voire son éventuel mécontentement.

Le mot "peur" est un peu fort, mais il est le reflet d'un état émotionnel qui à lui seul peut paralyser partiellement le négociateur.

Le processus de négociation est d'abord un échange.

S'exprimer avec spontanéité devant des inconnus ou même des gens connus qui sont sûrs d'eux et de ce qu'ils recherchent, garder sa maîtrise de soi face à des questions inattendues, autant de situations qui ont de quoi remplir d'appréhension un jeune qui apprend les ficelles des métiers de la négociation.

Le processus de négociation commence en effet par un échange visuel (voir E-book gratuit sur la tenue vestimentaire) puis verbal.

Celui-ci peut être initié par le prospect, qui, s'interroge à propos d'un produit ou d'un échange, s'en ouvre à un négociateur ou un

vendeur en espérant légitimement qu'il lui fournira une réponse satisfaisante et qui aille dans son sens. Par ailleurs, celui-ci peut, et parfois doit, être également à l'origine de ce contact, en venant de lui-même s'enquérir des souhaits d'un client qu'il sent dubitatif devant deux paires de chaussures. Le client attend du vendeur un professionnalisme à toute épreuve.

Ce professionnalisme passe par une aisance à l'oral et une réactivité qui permet de rebondir en gardant comme objectif de conclure, en faisant en sorte que le client, comme lui même , y trouve son compte.

Secret numéro 1 : connaître son sujet

Ce n'est pas par hasard ou par caprice que certaines enseignes d'articles de sport ou de bricolage recrutent exclusivement des personnes qui exercent une activité sportive ou artisanale, pour les affecter dans les rayons correspondants. Il faut des négociateurs qui savent de quoi ils parlent.

Qui mieux qu'un cycliste passionné sera de meilleurs conseils dans le choix d'un vélo pour l'anniversaire du petit dernier ?

Qui d'autre qu'un coureur à pied chevronné, vous orientera vers les chaussures de running les mieux adaptées à votre niveau ou au type de terrain que vous aimez parcourir ?

Qui d'autre qu'un plombier saura vous conseiller le bon diamètre d'un tuyau ?

Les exemples sont à l'infini.

Argumenter en connaissance de cause est très important pour faire face aux questions d'un client. Il ne s'agit pas seulement d'avoir lu et appris par cœur les caractéristiques techniques d'un produit. Utiliser le même type de produits, dans les circonstances pour lesquelles il est fait, permet d'exprimer son ressenti de façon naturelle. Prenons l'exemple d'un sac à dos. Il en existe des dizaines de modèles, chacun adapté à un usage, un terrain, ou la durée d'une randonnée. On ne choisira pas le même sac pour une balade d'une heure en famille que pour un trek d'une semaine en autonomie. Mais pour être en mesure de conseiller tel modèle plutôt que tel autre, il est préférable d'avoir effectué soi-même des sorties sur le terrain.

On pourra alors évoquer le volume du sac, le degré de confort, l'ergonomie et les fonctionnalités diverses... sans réciter un texte,

mais en laissant libre court à l'évocation de sa propre expérience.

Avant de commencer votre négociation, **il est primordial d'analyser en amont les vrais besoins** de votre interlocuteur. Cela passera par des questions précises. Le fait de poser ces questions donnera en plus au prospect le sentiment que vous vous intéressez sincèrement à lui. Tout le monde a besoin de se sentir entouré.

Qui plus est, ladite expérience est un atout indéniable lorsqu'on veut faire de la vente complémentaire. Ceci est valable, quel que soit le domaine dans lequel on exerce, et pas uniquement le monde du sport ou du bricolage.

Imaginons que vos arguments pertinents aient décidé madame à mettre dans son panier la paire de chaussures qui lui convient. C'est alors le moment de mettre diplomatiquement en avant les chaussettes anti ampoules (randonnée), les strass amovibles qui feront d'elle la reine de la soirée (escarpins), ou encore les patch anti échauffements qui rendront les chaussures de ville définitivement confortables.

Dans l'exemple du sac à dos, on pourra conseiller des sangles extérieures pour atta-

cher du matériel supplémentaire, ou un sur sac pour parer à la pluie. Il y a toujours quelque chose de judicieux à ajouter, le petit détail qui fera toute la différence, mais encore faut-il connaître son sujet sur le bout des doigts. Il est vrai que certains secteurs commerciaux se prêtent plus facilement que d'autres à cet exercice.

Une totale maîtrise de votre domaine auquel vous ajoutez un peu d'imagination, fera de vous un bon vendeur qui saura donner à son client les bonnes informations mais aussi tirer parti de toutes les situations pour augmenter significativement ses ventes.

Secret numéro 2 : connaître ses articles et ses capacités.

Exercer son métier de négociateur au sein d'une enseigne dont on connaît à fond le secteur ne suffit pas. On a beau être un expert dans son domaine de prédilection, on n'aura jamais testé l'intégralité absolue des articles du magasin.

De ce fait, la connaissance théorique des produits que l'on est chargé de vendre est également indispensable. Cela passe par la lecture de fiches techniques détaillées, un apprentissage via des logiciels informatiques (e-learning), ou bien des stages de présenta-

tion des articles. L'entreprise a tout intérêt à mettre en place ces procédures si elle veut pouvoir compter sur des vendeurs compétents et performants.

Tout cela permet une approche pédagogique d'une grande partie de ce que l'on a en rayon, et nous rendent familiers au moins les articles les plus courants.

Je conseille fortement à tous de s'inscrire à des newsletters afin de ne pas risquer d'être déstabilisés par une question et de vous informer régulièrement des évolutions techniques de vos produits. Vous ferez la différence.

Si cela vous arrive je vous donne une technique simple:

"et vous qu'en pensez-vous?"

Ou :

"Et vous, comment feriez-vous?" La réponse reçue vous en dira très long sur le sens de pensée de votre interlocuteur. C'est encore plus valable dans les rapports au quotidien en famille amis collègues ou autres. Cela désamorce les conflits.

Exemple: **"et pour toi, qu'est-ce que cela t'apporterait?"** La réponse vous donnera des clés pour dénouer le moment.

Le négociateur a également sa part de responsabilité et doit se montrer acteur de sa propre formation.

Une présentation générique par un employé plus ancien peut s'avérer succincte et donc insuffisante pour affronter des questions tatillonnes.

Aussi, a-t-il le devoir de garder une vigilance constante, de se montrer très observateur, d'écouter l'argumentaire d'un collègue expérimenté lorsqu'il s'adresse à un client, et surtout ne pas hésiter à dialoguer et poser des questions en aparté afin d'étayer ses propres connaissances.

Tout est bon à prendre. Les vendeurs d'un même magasin constituent une équipe, dont la cohésion est une force pour l'enseigne. Aussi, communication et entraide doivent être quotidiennes et naturelles, dans l'intérêt de l'entreprise comme dans celui de ses clients. La réactivité et la vivacité d'esprit sont des qualités qui aideront grandement le vendeur à se sentir rapidement à l'aise en public. Celles-ci se travaillent, et se développent essentiellement sur le terrain.

Dans le cadre familial lorsque mon fils me demandait quand il aurait la dernière console de jeux "machin" je cherchais toujours à connaître les spécificités du produit pour analyser s'il était ou non judicieux de l'acquérir.

Fort de la réponse technique j'avais des arguments à lui proposer ou opposer en fonction de mon analyse et de son envie. Si vous respectez les valeurs de l'autre, vous êtes sûrs d'être en harmonie et donc pas en conflit.

Un conflit n'est pas forcément une opposition cela peut aussi être une personne butée qui dès le départ ne voudra pas se mettre en position d'écoute. La solution consiste à le faire parler pour que, quand la source sera tarie pouvoir lui demander: **"et si cela se passait comme ça, quand penses-tu!"**

S'il vous dit que c'est mieux il a perdu, car il recréera le blocage. Il est obligé de donner des arguments et ceux-ci sont discutables. Alors que dans le cas précédent le champ de l'acceptation vient de l'autre. Il m'est même arrivé de dire: "waouh, tu viens de me donner une idée géniale je te remercie énormément: qu'en penses-tu"?

Secret numéro 3 : se mettre en situation dès que possible.

Il n'y a pas de mystère : pour être à l'aise au cours de ventes, il faut se mettre en situation le plus souvent possible.

Pas de place pour l'approximation ! Alors, lancez-vous, peut-être d'abord avec un collègue, puis tout seul. Aller sur le terrain de façon répétée est en effet la seule façon d'acquérir l'expérience indispensable à une argumentation efficace et spontanée.

Que l'échange précédant une vente soit initié par le client ou par le vendeur, il doit se faire sous le signe de la cordialité. L'acquéreur doit trouver chez le vendeur un écho à ce qu'il recherche, que ce soit à travers son attitude ou dans ses paroles.

En outre, interroger le client permet de cerner sa demande et de diagnostiquer ses besoins. Reprenons l'exemple du sac à dos : un sac à dos, oui, mais pour quoi faire ? Une partie de pique-nique ? Ou bien du tourisme urbain dans les églises et les musées ? Qui va le porter : un adulte, un enfant, une seule personne pour toute la famille... ?

S'il s'agit d'un grand sac : est-ce pour le porter plusieurs jours sur des sentiers de

randonnée ou bien servira-t-il surtout de sac de voyage entre deux trajets en train ou autobus, donc avec peu de portage ?

S'enquérir de tous ces détails n'est pas de la curiosité mal placée. Cela sert à établir un lien entre les deux interlocuteurs dans un climat de confiance et de cordialité, à comprendre exactement de quoi le client a besoin et de ce fait, cela sert à lui proposer le produit le mieux adapté à sa recherche.

Ce ne sera pas forcément le plus cher du rayon ; mais un client satisfait est un client qui revient et/ou qui en parle à son entourage.

Le public apprécie beaucoup d'avoir en face de lui quelqu'un à qui il puisse se fier, qui comprenne ses souhaits à leur juste valeur et sache partager son expérience avec lui.

En effet, trouver des points communs renforce le lien et met les interlocuteurs sur un même pied d'égalité : "votre sac à dos, c'est pour faire le GR20 en Corse ? Moi je l'ai fait il y deux ans, j'avais un sac comparable à tel modèle, et j'ai beaucoup apprécié la ceinture molletonnée et les élastiques extérieurs (ou le sur sac intégré, ou les poches de ceinture, ou....)". Ou bien : "oui, cette nappe est garantie anti taches et en polyester infroissable.

Personnellement j'étais sceptique, mais j'ai essayé et j'en suis très contente".

Il peut arriver qu'en dépit de tous vos efforts, vos produits ne conviennent pas et que le client reparte sans achast. Les compétences du vendeur n'en sont pas forcément la cause : jusqu'au passage en caisse, la conduite d'un processus de vente est un équilibre fragile, qui requiert diplomatie et maîtrise de soi, et il y a toujours une part d'aléatoire.

Tout l'art d'un bon négociateur est de faire en sorte que celle-ci soit la plus petite possible.

Bien entendu, il ne s'agit pas d'inventer une expérience uniquement pour le plaisir de jeter de la poudre aux yeux du client... mais de trouver un parallèle entre sa recherche et nos connaissances.

Un fabulateur se trouvera vite à court d'arguments et ne sera pas crédible bien longtemps. Prendre un certain temps (limité) dans un dialogue n'est pas du temps perdu, mais doit être constructif, concis, et avec une argumentation à bon escient.

Toujours sans perdre de vue l'objectif, à savoir la conclusion d'une vente satisfaisante

pour les deux parties prenantes sans perdants.

Au final, il est tout à fait naturel pour un jeune vendeur de redouter de perdre ses moyens et de rester coi devant une rafale de questions pointilleuses...

Pour conserver son assurance, nous avons vu que la connaissance, au sens large, et la capacité de relativiser dans sa tête avant de continuer, est sans aucun doute ses alliés : quels que soient les produits que l'on vend, matériel ou conseils ou autres :

Résumé:

Pour réussir dans ce métier, il faut aimer les gens ! Sourire et être spontané.

Pour ne pas se laisser emmener dans une peur, il faut se créer les moyens d'anticipation.

Devancez dans votre tête les questions, et surtout:

Laissez les gens s'exprimer.

Le temps qu'ils s'expriment vous donnera le recul pour VOUS mettre à l'aise et décompresser.

Soyez naturel sans en rajouter.

Travailler votre aisance en vous mettant dans des discussions perdues d'avance et sans importances.

Faites en sorte de gagner cette joute verbale pour vous forger le mental avec recul.

Astuce supplémentaire: Si vous laissez votre interlocuteur s'exprimer, cela vous donne le temps de réfléchir, mais, si vous êtes en panique, respirez doucement par le ventre et expirez de la même manière.

Vous vous calmez naturellement.

Le oui, mais

Trop souvent, de mauvaises habitudes empêchent le bon fonctionnement d'une négociation. Ces mauvaises habitudes ont un effet terriblement néfaste sur le bon déroulement d'une négociation voire d'une vente.

Le manque d'écoute. Il est très fréquent que deux personnes qui discutent entre elles ne s'écoutent jamais. Elles posent leurs questions, des fois y répondent sans entendre et sans attendre la réponse de son vis-à-vis.

Si vous avez besoin d'une certitude, je vous invite à regarder les interviews télévisées notamment de politique, et vous apercevrez qu'il est très fréquent que le journaliste pose 56 questions d'affilée sans jamais se préoccuper de la réponse, et souvent sans même attendre que la personne interviewée ait eu le temps de répondre. Comment voulez-vous avoir une bonne négociation qui normalement aurait dû commencer par une bonne communication ?

Un autre phénomène usité au quotidien par la majorité des gens est le fameux : "oui, mais"!

Ce fameux « **oui, mais** » ôte toute possibilité d'avoir une réponse cohérente et un développement des arguments. Ce « oui, mais » permet à celui qui l'emploie d'anticiper, très souvent inconsciemment, une justi-

fication, voir une dénégation à la question posée. Je vous donne un exemple simple :

-je pensais que tu arriverais plus tôt !

-Oui mais, il y avait de très gros embouteillages et je n'ai pas pu faire autrement.

Personnellement, lorsque j'ai un rendez-vous, je tiens compte des embouteillages potentiels pour programmer mon déplacement en arrivant à l'heure. Néanmoins la problématique rencontrée n'est absolument pas le problème de l'heure, mais bien le fait que j'attendais mon rendez-vous plus tôt.

En employant le « oui, mais », mon interlocuteur se positionne immédiatement comme un martyr. Il veut déculpabiliser pour ne pas avoir besoin de dire qu'il est peut-être fautif. Si je suis très fâché de ce retard, je vais rester bloqué sur cette position désagréable. Mon interlocuteur, lui ne cherche qu'à me faire comprendre, qu'il n'est pas fautif de ce retard et que, quoi qu'il ait pu faire il n'aurait jamais pu être là à l'heure.

Nous sommes donc, à ce moment-là, deux personnes en communication, qui ne s'écoutent pas, ne s'entendent pas, ne parlent pas de la même chose, et pire que tout, ne sont absolument pas en harmonie pour traiter leurs discussions. L'un est énervé du fait du retard, l'autre est énervé, car il ne comprend pas en quoi son interlocuteur ne veut pas accepter de comprendre son retard. Il semble évident que la communication ne va pas être simple.

Ce fameux « oui mais » engendre également une autre problématique. Beaucoup de personnes ayant une conversation, une communication avec une tierce personne en sachant que son interlocuteur possède un charisme fort ou est toujours convaincant lorsqu'il parle, se cachera derrière ce « oui mais » pour tenter de s'affirmer avec plus de force dans la discussion ou la négociation en cours.

Cela est une faute lourde en termes de sémantique, et donc dans la compréhension des différentes parties de cette négociation.

Simplement le mot « oui » est positif. Le mot « mais » est négatif. Il est impossible de dire : la soupe est chaude, mais elle est froide. C'est complètement antinomique. Et pourtant, tout autour de vous, vous entendrez couramment cette réflexion.

Cette façon de faire crée une opposition qui peut très vite déboucher sur un conflit. Je ne parle pas d'un conflit pour en venir aux mains, ou un conflit qui nous fasse claquer la porte. Je parle d'un conflit de forme intellectuelle qui va créer une résistance à la capacité d'écoute de son interlocuteur.

C'est là que va intervenir votre force à relativiser, afin de bien prendre le temps d'entendre le questionnement, et je vais immédiatement vous dévoiler une astuce fabuleuse pour pouvoir justement relativiser et ne pas rentrer dans ces formes de conflit.

Entraînez-vous par jeux, à ce que chaque fois que vous avez le mauvais réflexe d'employer le « oui mais », soit de le remplacer, si vous en avez conscience, soit de le faire suivre si vous avez déjà lâché le "oui mais" par : **je suis d'accord.**

Comme vous le constatez, ce n'est pas très compliqué ni à apprendre, ni à retenir. L'intérêt, pour vous d'employer cette phrase « je suis d'accord » a plusieurs avantages. En effet le premier avantage que vous allez avoir, et que même si vous n'êtes pas d'accord et que vous dites « je suis d'accord » vous allez enlever la possibilité de générer ce conflit. Vous êtes donc dans cette communication du même côté de la barrière, et non plus en opposition.

Il est évident, que de dire je suis d'accord alors que vous ne l'êtes pas, peut poser un problème. Nous allons le résoudre très rapidement de la manière suivante.

Acceptez, et ensuite expliquez :

–je t'attendais beaucoup plutôt.

–Je suis d'accord avec toi. Étais-tu au courant des problèmes de circulation aujourd'hui dans la région ?

J'ai établi la communication en étant d'accord avec mon interlocuteur. Le fait de poser une question sur le sujet qui nous divise me permet de cette manière d'associer mon in-

terlocuteur à la problématique que j'ai rencontrée.

À partir de là, il paraît évident que nous allons rester dans une qualité d'écoute puisque si mon interlocuteur à un tant soit peu d'empathie, son réflexe spontané sera de compatir à cette problématique. Nous ne sommes plus en opposition.

L'importance de l'attitude.

Quel que soit le produit ou le service que vous voulez négocier ou vendre, il est obligatoire d'avoir la bonne attitude et posture si vous voulez arriver à un résultat. C'est le but de votre démarche et il ne faut surtout pas l'oublier tout en ménageant votre vis à vis avec respect.

Les deux parties se doivent de trouver un intérêt commun pour que la négociation ou la vente soit effective.

Ceci est valable, quel que soit le montant de la vente ou le motif de la négociation que vous souhaitez réaliser. Il faudra intéresser votre interlocuteur, même si c'est lui qui est

venu à vous. Rien n'est jamais acquis et vous ne serez pas le seul sur le marché, loin de là.

Aujourd'hui, il est très facile de mettre en concurrence les marchés. Il faut aussi penser que, de nos jours on ne s'attache plus à une **personne et son apparence** contrairement à nos parents et encore plus grands-parents qui ne pouvaient franchir le pas du changement à cause du "quand dira-t-on".

Le NET permet à des milliers de gens de ne pas se déplacer. Le vendeur est de moins en moins sollicité. Dans une négociation directe, il faut faire une bonne impression.

Vos résultats en dépendent!

À vous de faire ce qu'il faut pour que cela change, car il y a toujours une clientèle qui aime et qui aimera le contact direct. Pour certaines personnes, le contact physique est indispensable, ceci plus facilement parmi les personnes âgées. Mais ces personnes ne sont pas seules et peuvent vous envoyer leurs amis ou leur famille. Lisez notre E-book sur la recommandation.

Avoir une bonne attitude c'est comprendre votre clientèle et lui montrer votre respect, quelle qu'elle soit.

Ayez une attitude bienveillante, ouverte. Il faut savoir parler sans brusquerie, mais avec une bonne élocution. Parlez distinctement et regardant bien la personne. Elle doit vous comprendre et savoir ce que vous lui proposez. Vous devrez montrer que vous connaissez bien votre sujet et que vous souhaitez lui faire **partager votre produit et encore mieux votre enthousiasme.**

S'il pose des interrogations, il sera impératif de lui répondre sans penser à éluder et refuser la question ni répondre trop brusquement si celle-ci vous déplaît. En aucun cas, si vous souhaitez devenir un bon négociateur, vendeur, il ne faudra oublier que vous n'êtes pas tout seul sur le marché. D'un clic sur le net, des centaines de références lui seront proposées. Si vous avez le client devant vous, vous avez déjà une longueur d'avance sur les autres. À vous de mettre à profit cette facilité pour gagner du terrain.

Bien comprendre sa clientèle est primordial.

Bien sûr, on se dit que tout se vend, se négocie, mais il est bien plus difficile de vendre un objet Wifi à une personne âgée qu'une horloge classique par exemple. Le client ne doit pas être trompé et si vous

voyez qu'il comprend mal votre offre, il faudra le mener sur la bonne voie.

C'est là que votre attitude physique est très importante, car elle montrera votre capacité à être ouvert ou pas. Votre capacité à l'empathie ou pas. C'est uniquement cela, votre professionnalisme.

Ne pas se sentir supérieur par exemple, mais égal à égal sera une bonne attitude. Dans la négociation, comme dans tout autre domaine il faut penser que l'on a tous à apprendre de son prochain. Vous, connaissez bien votre produit et c'est normal, mais votre futur acheteur peut connaître aussi ce produit suite à une expérience similaire ou proche. À vous de ne pas salir l'autre vendeur qui est passé avant vous, mais de comprendre aussi sa vente. Si c'est vous qui êtes là aujourd'hui, vous avez de bonnes chances de conclure l'affaire.

Il ne faut d'ailleurs pas tomber dans l'excès inverse et sombrer dans la servitude et la bassesse. Ce serait interprété très négativement.

Il y a des mots à bannir dans beaucoup de cas, en négociation comme en société. Nous allons d'ailleurs éditer un tableau sur ce thème très important.

Il faut éviter, sauf si cela concerne votre vente bien sûr, de vous diriger sur le sentier épineux de la politique, de l'école ou encore de la religion. Vous ne trouverez pas forcément quelqu'un qui aura le même avis que vous, et ce serait dommage de gâcher une négociation par des propos indéclicats.

J'ai eu l'expérience d'un vendeur qui se moquant de son futur client en le sous-estimant sur son apparence physique et vestimentaire a raté sa vente. Il pensait que la personne en face de lui était certainement une personne de petits moyens alors qu'en fait elle était très riche, mais vivait décontractée. Il en est de même sur la discrétion.

Même si vous connaissez les mêmes personnes, il n'est pas nécessaire de dire qu'elles sont aussi vos clients. Pour certains produits, ce serait peut-être gênant, voire déplacé.

Vous n'appréciez certainement pas que d'autres divulguent votre vie privée. Soyez délicat et ne racontez rien de ce que vous entendez, même si parfois on laisse supposer certaines choses pour arriver à savoir la bonne histoire.

Si vous arrivez par votre attitude ouverte et souriante, à capter **la confiance** de votre vis à vis, c'est celui-ci qui vous divulguera des informations importantes. Souvent, même, si vous connaissez en amont ce qui vous est dit, ne le faites pas savoir. **Votre interlocuteur est content de vous raconter et cela renforce le besoin de reconnaissance des gens en vous unissant.**

À la ville ou à la campagne, les comportements ne sont pas les mêmes.

Cependant il est inutile de penser que les gens de la campagne ne sortent pas de chez eux et ne connaissent rien.

Aujourd'hui, même dans une région reculée, on voyage, on s'informe et internet est pratiquement dans tous les foyers. On connaît autant de choses que les autres et les personnes qui y habitent aiment aussi se sentir valoriser par leur savoir. De plus, il est commun de savoir qu'à la campagne les gens sont plus terriens que ceux de la ville. Le bon sens rural n'est pas un euphémisme.

Votre habillement pourra aussi parfois faire la différence. Il n'est pas toujours facile d'arriver en campagne dans une tenue qui va dévaloriser l'acheteur ou l'écraser.

Tout dépend encore de ce que vous voulez vendre. Une attitude courtoise est toujours préférable à une attitude prétentieuse.

Vous trouverez dans ce cas, face à vous, le plus souvent une personne courtoise et l'échange sera gratifiant pour les deux parties.

C'est le principe du miroir ou du mimétisme: calquez une partie de votre attitude sur celle de votre vis à vis. Bras croisés? Vous aussi!

Vous générerez indirectement un mimétisme et serez ainsi du même bord dans votre négociation.

Dans une vente, il y a toujours une question d'argent. Ne mésestimez jamais cet aspect primordial si vous ne connaissez pas votre vis à vis.

Vous ne connaissez pas les moyens de l'autre et il est inutile de faire des suppositions. L'habit de fait pas le moine et des exemples célèbres en font parfois la une des journaux. Ce n'est pas parce qu'une personne a les "moyens" qu'elle vous achètera votre produit à n'importe quel prix. Loin de là. Là aussi, on a tendance à dire que c'est l'inverse et qu'on est plus regardant. En

France on n'aime pas parler d'argent, contrairement à d'autres pays européens. On cache son salaire, ses revenus comme si c'était mal. Soyez non obséquieux et respectez la personne que vous avez en face de vous.

Une vente ou une négociation c'est sérieux, on parle de son but et on le connaît bien. Ensuite bien sûr, on peut parler de choses et d'autres, mais essayez de revenir bien vite à votre idée de négociation, car si vous voyez qu'elle n'aboutira pas, vous aurez perdu votre temps. Si c'est le cas, concluez, surtout sans paroles malencontreuses, car ce serait néfaste pour vous, mais aussi pour votre société. Même si c'est vous le vendeur, et que vous dépendiez d'une entreprise ou si vous avez votre propre entreprise, négliger la fin de vente de façon discourtoise, dédaigneuse ou agressive, ce serait fermer une porte pour plus tard. Tous les jours des vendeurs concluent des ventes, alors que d'autres peinent à arriver à décrocher un contrat. Il faut savoir se remettre en cause sauf si bien sûr le produit n'est pas adapté. Pour schématiser:

Il est inutile de vendre des bonnets en été alors que la casquette fait fureur sur la plage.

Par contre lorsque vous démarrez une négociation ou une vente, faites tout pour créer un climat de confiance. C'est relativement facile. En effet, créer un contexte permettra de mettre en évidence les éléments factuels de votre négociation. Si vous arrivez fermé, obtus, votre vis-à-vis réagira de la même manière et risque d'être identique à vous. Ce sera fait par mimétisme.

Sans tomber dans l'exagération, être simplement chaleureux rendra votre interlocuteur dans le même état d'esprit. Si l'ambiance de votre négociation est humaine, il sera difficile d'avoir un conflit dans votre discussion.

Faites donc le test de vous mettre en colère face à une personne qui vous sourit, et est sincèrement aimable. C'est très difficile. De ce fait, vous serez dans ce fameux climat de qualité dans lequel l'empathie sera réciproque.

Ne laissez surtout pas vos émotions prendre le pas sur la réalité économique de vos discussions et négociations. J'aurai l'occasion de reparler de cet aspect émotif dans un autre chapitre. N'oubliez jamais, que l'ambiance et donc la facilité de discussion ne dépend uniquement que de votre attitude.

Être aimable n'a jamais voulu dire ne pas être sérieux et ne pas être compétent.

En cas de que négociation avec plusieurs personnes, il est impératif de discerner quelle est la personne qui décide réellement. En effet il est fréquent que dans ce type de situation, le décideur laisse les « soldats » à l'avant pour avoir de la marge et apparaître ensuite. Si vous arrivez à découvrir quelle est la personne qui réellement est décideur, votre attitude devra s'adapter à cette personne. Ce n'est pas pour autant qu'il faudra négliger les autres.

Revenons à la création d'un lien, en imaginant qu'il n'y a qu'un seul interlocuteur. Pour créer un état de congruence, il suffit de découvrir et de s'en servir comme d'un levier d'un point commun. Ce point commun vous rapprochant il sera plus aisé d'avoir une communication de qualité, car vous aurez tacitement créé une reconnaissance en ayant une appartenance commune. C'est appartenance commune peut très bien-être, un loisir, un plaisir ou toute autre chose.

Une chose, sauf si vous avez une certitude absolue, c'est de ne jamais établir un lien en parlant de politique ou de religion.

Ce type de terrain est totalement miné. Il pourrait vous conduire très rapidement à l'échec. À proscrire et éviter.

Demandez par exemple, ce que font ses enfants, s'il pratique du sport, des loisirs, etc. cela permet d'établir un lien et donc un terrain où vous vous rejoindrez dans une complicité sincère.

Je vous livre une anecdote: j'étais sur un trottoir avec mon interlocuteur, quand celui-ci a suivi du regard une femme qui passait. Je lui est simplement dit "avec respect": "jolie femme, n'est-ce pas?" le lien était établi.

Il ne faut pas croire qu'il existe des produits plus faciles à vendre que d'autres.

Chaque négociation, chaque vente, est importante. C'est un peu la théorie des dominos. Toutes les négociations ont un enjeu.

C'est certain et pourtant tout cela dépend de l'époque où l'on vit. Aujourd'hui, vous vendez des tablettes, même en faisant du porte-à-porte au moment des fêtes, vous ferez sans doute un tabac. Idem pour les cigarettes électroniques. Tout ceci parce que ce sont des produits dans l'air du temps et qui, même si ça coûte un certain prix, il n'y a pas

besoin de s'endetter pour en faire l'acquisition.

Il n'en est pas de même pour une voiture ou une maison. Là, d'autres paramètres rentrent en compte, car il faudra compter avec le banquier ou le notaire avant d'avoir la conclusion de votre vente.

Des ventes éphémères arrivent tous les jours sur le marché. La plus belle affaire, c'est pour celui qui verra clair et assistera à la montée du produit. Mais un article qui monte très vite peut redescendre encore plus vite. Rien n'est jamais acquis dans la vente.

En aucun cas, il ne faudra pas oublier qu'une négociation ou une vente perdue n'est pas une fin. Un autre jour, ce client vous reviendra peut-être. Sauf bien sûr, si en cours de vente, vous lui avez démontré du mépris. Dans ce cas, il sera inutile de revenir bien sûr.

Votre attitude se doit d'être respectueuse, mais pas obséquieuse.

Il faut impérativement montrer que vous êtes un égal ou que vous êtes sur le chemin d'être l'égal de votre vis à vis.

Surtout, jamais de mépris ni de condescendance.

Une arme redoutable que vous pouvez utiliser constamment: le sourire sincère.

Regardez toujours votre en face interlocuteur et surtout ne laissez pas votre regard "s'enfuir" ailleurs. Si votre interlocuteur s'en aperçoit, il le prendra comme du dédain de votre part.

Un dernier point très important: soyez vous-même. Ne cherchez surtout pas à faire comme... Être souple et naturel vous décomplexera.

La seule chose que vous risquez c'est un non ou un oui.

La confiance

Il y a effectivement, un cas très important, qui ne vous permettra pas de négocier ou de vendre, si vous voulez laisser prendre par vos émotions.

Le véritable problème des émotions, c'est qu'elles laissent transparaitre nos faiblesses. Et malheureusement, notre attitude voire notre posture (lisez bien le paragraphe sui-

vant) est très souvent le reflet de nos émotions. Je suis très conscient que vous avez du mal à comprendre en quoi, l'attitude est une vitrine de nos émotions.

Pourtant, ce n'est pas tout le monde bien évidemment, mais beaucoup de gens se trahissent par leurs attitudes. Je vous en donne quelques exemples :

- Les gens qui décroisent et croisent leurs jambes sans arrêt.
- Les gens qui lorsqu'ils sont assis bougent sans arrêt une jambe voire les deux.
- Les gens qui se frottent les mains.
- Les gens qui font craquer leurs doigts.
- Les gens qui se touchent le menton, ou l'oreille.
- Les gens qui pianotent de leur doigts sur une table.
- Les gens qui haussent les sourcils
- Les gens qui consultent leur téléphone, en plein cours de négociation.

Nous pourrions continuer longtemps comme ça, tellement les réactions physiques nous trahissent. Je reviens donc à un cas où il est primordial de faire très attention.

Ce cas, est celui où votre interlocuteur qui dans le cadre d'une vente ou d'une négociation, vous dit :

« vous ne me faites pas confiance ? »

C'est fondamentalement une question piège. En effet il est très difficile de répondre non à une telle question alors que nous sommes en pleine négociation. Votre interlocuteur peut considérer cela comme une insulte. La négociation sera très mal engagée.

Si vous répondez oui, je vous fais confiance, vous allez au-devant d'un problème. Votre interlocuteur peut donc très bien décider de vous donner de fausses informations voir même carrément de vous mentir. Dans tous les cas, vous êtes devant un problème.

Je vous invite donc à répondre d'une autre manière. D'ailleurs, lorsque vous ne voulez pas répondre à une question qui vous embarrasse, vous pouvez tou-

jours vous servir de cette même technique :

« Ce n'est pas ce dont nous parlons, je ne vous parle pas de confiance, je vous parle de... »

La posture physique doit être ouverte à ce moment de la négociation.

Il vous sera toujours possible de remplacer le mot confiance par le sujet que vous n'avez envie d'aborder.

Ne laissez surtout pas votre corps parler à votre place. Tout le monde a tendance à avoir un geste montrant une certaine nervosité. Appelons ça, la déstabilisation. Si cela vous arrive, ne soyez surtout pas impulsif.

Regardez votre interlocuteur en face, bien dans les yeux. Inspirez beaucoup d'air par le ventre et non pas par les poumons, et souffler tout doucement par la bouche. Faites-le deux, ou trois fois.

Cela vous donnera le temps de réfléchir à votre réponse, mais également, vous per-

mettra de vous calmer immédiatement, cela sans laisser transparaître aucune émotion.

C'est réellement, un cas relativement fréquent dans lequel il faut faire terriblement attention.

Une fois de plus, je vous invite à vous entraîner dans des discussions simples, en famille entre collègues ou entre copains, afin de vous familiariser avec cette technique.

L'intérêt pour vous, et de vous familiariser avec ces petites choses qui vont faire grandir dans l'expertise de la négociation et de la vente.

Renforcer vos ambitions.

Dans ce chapitre, il n'est pas question pour moi de vous transformer. Le but est plutôt de vous amener à réfléchir sur vous-même afin de vous faire évoluer dans le bon sens. Beaucoup de gens actuellement parce que c'est la mode, vous parle de procrastination. Qu'est-ce que c'est : c'est le fait de repousser à demain voire après-demain, ce que j'aurais pu faire aujourd'hui.

Il y a même beaucoup de gens qui se prétendent coaches et qui vous explique qu'il faut les payer relativement cher pour apprendre à ne plus procrastiner. Je ne vais pas vous faire un cours de cinq heures là-dessus, ni même vous coacher ou pas sur ce que vous avez à faire journallement.

Par contre ce que je peux faire, c'est vous offrir ma méthode, qui a toujours fonctionné, et qui même en cas de fatigue ou d'ennui ne me fera pas repousser au lendemain ce que je peux faire aujourd'hui.

Je vous pose la question suivante : « quelle est pour vous la différence entre un rêve et un objectif ? » Qu'allez-vous me répondre ? Fréquemment les gens répondent que le rêve est immatériel, et que l'objectif est matériel. C'est en gros et d'une manière totalement résumée les réponses que font la majorité des gens.

Je vais vous offrir une réelle recette qui va peut-être changer votre vision des choses et vous permettre d'évoluer nettement plus vite.

La différence entre un rêve et un objectif n'existe pas. C'est strictement la même chose, à un détail près. Ce détail, c'est que lorsque l'on possède un objectif fort, on souhaite sa réalisation à une date précise. Le rêve par essence même ne sera jamais daté. C'est toute la différence.

Le fait de mettre une date à un rêve, le transforme spontanément en objectif.

J'imagine vos réactions : ça n'est pas une grosse différence. Au contraire elle est énorme. Imaginez que vous rêviez d'une très belle maison, ou d'une très belle voiture, ou de ce que vous voulez, mais qui vous semble démesuré.

Tant que vous ne savez pas à quelle date vous avez envie de le posséder, cela restera toujours un rêve et vous ne passerez jamais à l'action. Maintenant, si vous mettez une date qui reste intelligente par son accessibilité, ce rêve devient maintenant un objectif. Et inconsciemment, si vous vous répétez cet objectif, comme un mantra, il arrivera forcément un moment où vous allez vous mettre

dans l'action. Et de vous ne serez plus dans la procrastination.

C'est beaucoup trop souvent le manque d'objectifs, qui empêche les gens de se projeter dans un futur et donc dans l'action. J'ai, ces derniers temps, eu plusieurs occasions de rencontrer des gens qui veulent apprendre les techniques Internet pour se créer leur propre business. Ces personnes, très souvent géniales, avec de réels esprits créatifs, ont énormément de mal à passer à l'action. Elles pensent qu'il faut toujours en savoir beaucoup plus, car elles estiment qu'elles ne sont pas prêtes. J'ai toujours envie de poser la question prête à quoi ?

Le véritable problème, c'est que leurs objectifs, s'ils sont clairs, ne sont pas datés. Ce ne sont donc que des rêves. Pour sortir de ce cercle vicieux, il ne s'agit pas de perfectionner à l'infini le chemin, mais plutôt que de se voir sur le chemin, s'imaginer, au bout du chemin.

Lorsque j'ai réellement débuté dans la négociation, et la vente, j'ai eu la chance de rencontrer une femme beaucoup plus âgée

que moi et extraordinaire. Elle était d'accord pour m'embaucher, mais à une seule condition, que j'ai un costume. J'avais 20 ans et je n'avais pas de costume. Elle m'a emmené dans le huitième arrondissement de Paris et devant une vitrine de magasin elle m'a demandé quel serait mon choix entre deux costumes. L'un valait autour de 1000 fr, l'autre plus de 4000 fr, mais sur-mesure. Le second me plaisait bien, mais étant hors de mes moyens, je lui ai dit : « je vais prendre le moins cher. »

Sa réponse a été comme une gifle. Elle m'a demandé, lequel était le plus beau. Évidemment le deuxième. Alors elle a eu une réaction qui m'a marquée et que bientôt 40 ans plus tard, me motive encore. Elle m'a simplement dit : « si tu préfères le second, et que tu prends le premier pour une question d'argent, c'est que tu n'as pas d'ambition.

Fais tout ton possible, tout de suite, pour te voir et t'imaginer avec le second costume sur ton dos. Et, s'il te plaît vraiment, alors le problème d'argent de-

vient secondaire. Achète le premier, car tu en as besoin et fais de ton mieux pour savoir à quelle date tu pourras acheter le second.

C'est exactement pareil pour une voiture une maison ou ce que vous voulez. Imaginez-vous en train de déambuler dans la maison de vos rêves, de siroter un café sur la terrasse avec un panorama extraordinaire. Visualisez-vous. Pareil pour une voiture, une moto un bateau, ce que vous voulez. Imaginez-vous au volant d'un bolide de luxe. Imaginez-vous en train de passer les vitesses, accélérer doucement et entendre la mélodie du moteur.

Et surtout, mettez une date cohérente à laquelle vous aimeriez posséder ce qui vous tient à cœur. C'est à ce prix que vous ferez de grandes choses.

Tous mes objectifs, je les écris sur des post-its, que je colle partout dans la maison. Exemple : je veux une maison de 500 000 € à la date du 31 décembre 2018. Il est évident qu'il faut que la date de votre projet soit

cohérente avec votre vie actuelle. Cela vous laisse trois ans aujourd'hui. Il ne s'agira pas forcément d'avoir 500 000 € en cash, mais plutôt de me créer une situation de solvabilité. Un peu de cash, et un emprunt. La maison n'est pas si loin que ça. Mes post-its sont collés sur le frigo, sur ma table de chevet, même dans la salle de bain. Le fait de les lire tous les jours me met dans l'état d'esprit de faire aboutir mon projet.

Là, plus de procrastination. D'ailleurs je vous invite à lire un livre extraordinaire, un peu dépassé, de philosophie américaine plus qu'européenne, mais tellement exact dans l'esprit que je vous en donne le titre et l'auteur : **"la magie de voir grand" de David Schwartz.**

Dans le cadre d'une négociation ou d'une vente, si en même temps que vous vendez ou que vous négociez, la date à laquelle vous souhaitez qu'il se réalise, vous ne perdrez pas de vue l'objectif que vous avez. Vous serez inconsciemment renforcé et solide. Car vous ne visualiserez pas les étapes du chemin, mais le bout du chemin.

Ce qui m'amène à vous démontrer l'importance de la motivation.

Il existe également la démotivation. Tout le monde s'en charge autour de vous. Toujours et continuellement.

- Tu n'y arriveras pas.
- Ce n'est pas fait pour toi.
- Tu n'as pas assez fait d'études.
- C'est trop compliqué.

Le monde autour de nous se charge vraiment de nous démotiver.

Surtout, il ne faut pas réussir. Ce n'est pas forcément dans un mauvais esprit. Souvent même, les gens craignent un échec pour nous. Mais la personne au courant de votre rêve (pas encore transformé en objectif) se chargera volontiers de vous expliquer que ce n'est pas bien pour vous. Très souvent en réalité elle vous transmet ses propres peurs.

Si deux ou trois personnes, voire plus, vous donnent du négatif, vos objectifs risquent de repartir dans la case rêve.

En fait, si vous êtes capables de relativiser, vous vous apercevrez que ces personnes qui vous aiment d'ailleurs, et qui craignent que vous ayez un échec sont très souvent des personnes à qui l'on fait confiance, car sinon nous ne leur aurions pas dévoilé nos projets. Ces personnes dignes de votre confiance, et respectables, ne sont pas comme vous. **Vous êtes unique.**

Ma mère était réellement ce que l'on peut appeler une femme bien, mais dans son quotidien c'était une femme totalement désabusée, et qui n'avait jamais d'enthousiasme. Tout ce que l'on pouvait dire était voué à l'échec. De plus, son caractère manichéen lui donnait à penser que rien ne pouvait être amélioré, et surtout pas l'être humain.

Dans de telles conditions ce n'est pas simple d'avoir des ambitions et des motivations. Ça ne faisait pas de ma mère, une mauvaise personne bien au contraire. Mais sa

vision globale n'étend pas enthousiaste il lui était très difficile de se projeter dans l'avenir.

Peu de gens se rendent compte que l'enthousiasme est une bombe nucléaire dans l'esprit humain. Rappelez-vous votre enfance. Combien de fois sautiez-vous sur place simplement parce que vous saviez que le week-end d'après vous alliez faire la fête ou tout autre chose. Les approches de Noël. Ces excitations ressenties ne le sont qu'à travers un enthousiasme souvent exacerbé d'une situation ou d'un contexte qui vous plaît.

Cet enthousiasme est un peu comme la joie d'un enfant devant un nouveau jouet. Il ne faut surtout pas s'en moquer. Il faut au contraire le stimuler, le pousser à grandir. Avoir de l'enthousiasme et surtout être capable de s'enthousiasmer, c'est gardé son âme d'enfant. Et il est clair qu'un enfant ne possède pas au fond de lui les aprioris que nous adultes possédons et pratiquons constamment.

Cette capacité de s'enthousiasmer devant un sapin de Noël avec ses guirlandes, est le même que devant un très beau panorama, et

toujours le même devant un grand projet. Un projet qui vous tient à cœur. Un projet qui vous motive et qui vous donne envie de tout exploser.

Si vous êtes capables de conserver ce côté de joie enfantine au fond de vous, alors je vous prédis que vous serez un extraordinaire négociateur ou vendeur.

Je vais vous avouer un secret : dans toute ma vie chaque fois que je rencontre une personne qui a en sa possession quelque chose de remarquable et qui m'impressionne et dont par mimétisme me fait envie, ne me jamais rendu jaloux. Bien au contraire. Ma réaction primaire est de me dire: que dois je faire pour avoir la même chose. Ensuite, j'écris dans un cahier quel est ce nouvel objectif, et ensuite je le détaille en étapes. Vous verrez tout ça dans quelques lignes.

Il est donc très important que vous gardiez votre motivation, votre persévérance, et votre enthousiasme intacts.

Les mots clés d'un expert en négociation et en vente sont très simples :

motivation et enthousiasme

Si dans le cadre d'une négociation, vous ne perdez pas votre objectif de vue, un, vous serez très motivé, deux, vous resterez toujours enthousiaste. C'est grâce à ces deux moteurs, que vous réussirez.

C'est vrai que la motivation et l'enthousiasme sont propres d'une manière différente pour chaque individu. Permettez-moi de vous donner la vision de ma motivation.

Je n'ai jamais travaillé salarié de ma vie, sauf au tout début de ma carrière professionnelle. Je me suis très vite rendu compte que le confort de vie que je souhaitais ainsi que la possibilité d'aider d'autres gens et c'est très important ne pouvait se faire qu'avec certains moyens.

À l'heure où j'écris ces lignes, il est difficile lorsqu'on est salarié de viser des ambitions importantes. Un salaire est fixe, mais pas extensible.

J'ai donc toujours travaillé en indépendant. La seule raison de ce choix a toujours été, mes ambitions. Et l'analyse de ce choix est évidente.

Imaginez que vous désirez vous offrir une très belle voiture, un beau voyage ou ce que vous voulez. Nous allons le chiffrer cet objectif. Imaginons qu'il coûte, mettons 30 000 €.

Un bon salaire à ce jour tourne autour de 3000 € mensuel. Mais lorsque vous aurez enlevé l'ensemble de vos charges, loyer, nourriture, électricité, téléphone, déplacements, etc. posez-vous la bonne question. Combien vais-je devoir économiser, pour m'offrir mon objectif. Apparemment très longtemps. Si vos revenus ne dépendent que de vos propres efforts, le problème sera le même.

Néanmoins, toujours à titre d'exemple, imaginons que vous vendiez des produits à 1000 €. Si vous êtes salarié, vous touchez votre paye en fin de mois 3000 €. Si vous êtes à votre compte, vos ventes vous rapportent 3000 €. Pour l'instant c'est strictement pareil. Pourtant la solution est sous vos yeux : il vous suffit de vendre plus. Si vous ven-

dez plus et que vous êtes salarié, vous gagnerez la même somme tous les mois. Mais si vous travaillez pour vous et que vous vendez plus, vous pourriez certainement vous offrir l'objectif de vos rêves.

Combien de plus. Facile 30 000 € divisés par 1000 € égale 30 clients. Nous allons en compter 60 soit le double pour tout ce qui est impôts, charges et autres. Je vous entends déjà dire, mais où vais-je trouver 60 clients de plus !

Continuons cette théorie : 60 clients divisés par 12 mois font cinq clients par mois. Cinq clients par mois, c'est égal à un client de plus toutes les semaines. Vous voyez, si votre ambition est à la hauteur de votre motivation, il est très facile de réduire l'aspect trop important qui vous freine en quelque chose de plus léger. Et si le but de votre objectif est daté dans deux ans, par exemple, et bien nous reproduisons par deux ce dernier calcul.

La seule chose que vous allez devoir analyser c'est que devez-vous faire pour avoir

deux clients par mois supplémentaires pendant deux ans.

Cette technique qui consiste à fragmenter son chemin en plusieurs étapes a elle aussi plusieurs avantages. Un premier avantage évident, et de ne pas regarder l'ensemble de la montagne. La première halte est plus facilement atteignable. Un autre avantage, est que lorsqu'on atteint le deuxième ou troisième palier intermédiaire à son but final, il est très possible qu'un nouveau but, donc un objectif, émerge et semble plus en congruence avec ses propres aspirations.

La concentration sur l'objectif est la source même de sa motivation. Et la motivation est dépendante de mes ambitions.

Votre entourage saura vous dire, et ne s'en privera certainement pas : « tu te rends compte, 60 clients de plus tu n'y arriveras jamais. » Maintenant si à votre entourage vous dites je n'ai besoin que d'un client supplémentaire par semaine ou deux, je suis persuadé qu'ils seront de très bons conseils, pour vous aider à les trouver.

Dans un des autres chapitres, vous avez lu qu'il faut relativiser. C'est étonnant comme d'un seul coup ce sont vos ambitions, qui vont vous permettre d'avoir de véritables motivations à portée de main.

Cette relativisation, dans cet exemple, est faite juste pour vous montrer, et démontrer que si l'on réduit réellement les actions à mener à des actions quotidiennes, il n'est pas si difficile que ça de bien avancer. Vous pouvez, si vous le souhaitez, m'écrire et me dire oui, mais tu n'as pas compté telle charge ou telle autre charge qui coûte X. Je sais bien, le but est de vous donner la vision avec le mode de calcul de base qui va vous permettre de fixer d'une manière extraordinaire où peut se situer votre ancien rêve qui maintenant est un objectif à une date très précise.

J'ai pris dans mon exemple, des sommes totalement abstraites. Concrètement, il n'y a pas si longtemps mes deux fils faisaient du judo dans un club qui comme beaucoup de clubs de sport ne sont pas très argentés. Pour les accompagner à acquérir le minibus dont ils avaient besoin pour leurs déplace-

ments et sachant que les 6000 € qui leur manquaient étaient cruciaux pour l'avenir du club, j'ai intégré ces 6000 € dans mes processus de vente de l'époque.

Je n'ai pas augmenté mes prix de vente, j'ai augmenté le nombre de mes clients.

Et je peux vous garantir que ma motivation était très importante. Aider le club et le plaisir que j'en ai retiré était énorme. La satisfaction personnelle, de savoir que grâce à moi les enfants pouvaient se déplacer en stage ou en compétition était un véritable bonheur.

Je constate souvent chez les gens qui parlent de motivations, d'ambitions, qu'ils mettent systématiquement en avant le besoin du rêve. Je mets en avant le besoin de l'objectif net, précis, chiffré. Ce que je chiffre c'est le rapport de mes actions par rapport à la date de mon objectif. Cela génère en moi, mais, je crois, en tout le monde, de l'enthousiasme et plus encore, cela me permet d'exacerber ma volonté.

La volonté est le moteur de vos actions futures et vos convictions sont l'essence de ce moteur. La volonté est un véritable facteur de pouvoir et d'actions. Encore faut-il qu'elle soit canalisée, et ma méthode ci-dessus, appliquée d'une manière équilibrée, juste et rationnelle va pouvoir vous permettre de vous mettre en marche.

N'écoutez personne d'autre que vous, et plus vos ambitions seront importantes plus vos résultats seront remarquables. J'ai récemment dit à une personne proche : « achètes des billes vends des billes tu gagnes des billes, achètes des châteaux, vends des châteaux, tu gagnes des châteaux. »

Arrêtez d'avoir peur de l'ambition.

Si votre ambition n'est pas suffisamment importante, c'est que votre rêve est bien trop petit. D'ailleurs, la première ambition n'est pas de ce contenté d'un rêve, mais bien de plusieurs. Je fais parti des gens convaincus que les rêves font partie réellement de l'ambition.

Et cela permet d'ajuster avec un véritable point d'équilibre un dernier point. **La persévérance. Toutes les réussites sont basées sur ces points : ambition, motivation, persévérance.**

Comment imaginer avoir de la persévérance si la motivation et donc ambition ne sont pas à la hauteur.

Je vous donne un exemple : imaginez qu'à plusieurs vous économisez pour constituer une cagnotte et vous offrir un restaurant. L'idée en elle-même est très séduisante. Mais imaginons que le restaurant dans lequel vous voulez passer tous ensemble un bon moment n'est que la cafétéria de l'hypermarché d'à côté. Pouvez-vous me décrire votre motivation ? Maintenant si c'est pour aller dans le restaurant d'un chef étoilé : l'excitation ainsi que le plaisir de goûter déguster dans un environnement réputé vous motivera nettement plus. Alors, pourquoi ne pas vous motiver vous-même ? Pourquoi ne pas créer vos propres rêves ? Et là, pourquoi ne pas créer des ambitions fortes ?

Il y a quelque temps, j'ai rencontré une personne fabuleuse, ce que l'on appelle une « belle personne ». Ce jeune homme (il a la trentaine) m'a raconté un moment de sa vie. À 15 ans il était amoureux d'une jeune fille, mais ne savait pas lui exprimer.

La vie fait qu'ils se perdent de vue. Un nouveau hasard fait qu'ils se retrouvent 15 ans plus tard. Aujourd'hui ils vivent comme Roméo et Juliette. Vous ne trouvez pas que c'est une très belle histoire ? Je suppose que vous allez me dire oui. Cette personne existe vraiment. **Elle fait partie des gens qui m'accompagnent dans mes OBJECTIFS.**

Personnellement je trouve que c'est une histoire triste. Si le dénouement est fabuleux, il n'en demeure pas moins que ce jeune homme et cette jeune fille ont perdu 15 ans. La cause principale ?

La peur de l'échec. C'est trop souvent le principal obstacle de tous projets, de tous rêves, de tous objectifs. La peur de l'échec. Pour castrer toutes motivations, il n'y a pas mieux.

Lorsque j'ai demandé à ce jeune homme pourquoi il ne s'était pas exprimé 15 ans plus tôt, sa réponse a été très simple : « j'avais peur de me faire jeter. » Superbe non ? Perdre 15 ans de sa vie par manque d'audace. Par peur d'un échec. Cet échec, si échec il y a, est-il crédible ? Non. À part se vexer, ce qui peut être déstabilisant, quel était le risque encouru d'oser ? Aucun!

C'est pour cela que dans un des tout premiers chapitres de ce livre, j'ai tenté de vous expliquer qu'il est intéressant de comprendre quelles seraient les pertes que l'on peut avoir, plutôt que les bénéfices. Le bénéfice que vous voulez retirer d'une négociation ou d'une vente est évident. Vous négociez pour obtenir quelque chose.

Pour ne pas se sentir frustré, vexé, humilié, n'ayons pas peur des mots, le plus simple est de relativiser et de mesurer quels seraient vos pertes. Hormis le fait que cela vous permet de relativiser et de ramener les choses à un juste

équilibre, sachant ce que vous n'allez pas obtenir, il sera facile mentalement de se préparer à éventuellement recommencer.

Prenez l'habitude de mesurer les risques encourus. Le jeune homme de mon histoire, s'il avait mesuré que 15 longues années se passeraient avant de revoir l'amour de sa vie, il aurait certainement osé lui parler. Le risque de se faire jeter est bien le même, mais d'avoir proposé, il y avait une chance sur deux que cela n'arrive pas. Et l'histoire était indifférente.

C'est en cela que les mots : motivation, ambition, persévérance accompagnée du verbe oser devrait être le mantra de toutes personnes.

N'oubliez jamais ce proverbe tellement il est extraordinaire :

« Vouloir c'est pouvoir. »

C'est vrai que cela fait simple à entendre ou à lire. Mais c'est tellement la vérité dans

notre quotidien. Il ne faut pas prendre le mot pouvoir comme une autorité. Il faut traduire le mot pouvoir par les mots : mettre en action.

Commencez donc par définir quels sont vos rêves par écrit. Je vous mets trois lignes écrivez trois rêves différents à raison de un par ligne. En commençant chaque ligne par : « je veux obtenir..... Pour le..... ».

1-----

2-----

3-----

Maintenant que vous avez écrit ces trois rêves **avec leurs dates**, il vous suffit de reprendre vos rêves qui viennent de devenir des objectifs, **car vous les avez datés**, et de les décomposer en étapes. Il est même possible de décomposer de nouveau chaque étape en sous-étapes.

Vous allez vite vous rendre compte, que vous objectifs issus de vos rêves deviennent accessibles. C'est là que la notion de persévérance sera votre meilleur atout. Si le découragement vous gagne à un moment ou un autre, il vous suffit de vous visualiser dans le contexte dans lequel vous seriez si vous allez au bout de ce rêve devenu objectif.

Tous les grands humanistes, les grands hommes politiques qui ont marqué l'histoire, les grands businessmen, sont tous des gens qui ont eu des rêves les ont transformés en objectifs et plus que tout, n'ont jamais doutés de la possibilité de réussite.

Mon père avait coutume de dire dans ma jeunesse : « tous les pas inutiles qu'il faut faire, pour n'aller nulle part. » Traduction : arrêtez de vous disperser, allez à l'essentiel dans les étapes de vos objectifs.

Et surtout, je vous invite à arrêter définitivement de voir petit. Plus vos rêves devenus objectifs seront grands, et plus chaque étape réalisée vous semblera être un très grand pas en avant.

Je ne résiste pas à l'envie, de vous citer une maxime très vieille, mais qui a énormément de poids dans mon esprit, et qui a toujours été un des piliers de ma vie.

« Point besoin d'espérer pour entreprendre, ni de réussir pour persévérer »,

Guillaume le Taciturne, politicien et prince d'Orange du XVIe siècle.

Je vous recommande fortement pour décomposer vos objectifs en étapes de vous servir d'un logiciel de "mindmapping". C'est ludique et facile.

(freeplane est gratuit)

La vision de vos actions sera beaucoup plus claire.

Un point très important sur lequel, si vous voulez performer, et ne jamais vous décourager, est la comparaison. Trop de personnes fabriquent leurs fils conducteurs, et leurs objectifs par comparaison des autres.

Vos rêves et vos objectifs n'appartiennent qu'à une seule et unique personne : **VOUS !**

Vouloir comparer c'est se mettre immédiatement dans l'échec. Si une personne a strictement le même objectif que vous, n'oubliez jamais que les mobiles qui l'amènent à cet objectif ne sont pas les mêmes que les vôtres. Donc les étapes intermédiaires pour concrétiser vos ambitions ne peuvent pas être les mêmes. Vouloir se comparer, c'est déjà se mettre du stress, et surtout une pression qui n'a absolument pas lieu d'exister, car personne ne va à la même vitesse et au même rythme et pour les mêmes raisons.

Il faut être honnête avec soi-même, ne surtout pas jalouser. Si vous voulez arriver au même résultat qu'une autre personne qui à un objectif identique au vôtre, n'oubliez pas que les contextes sont forcément différents, vous n'aurez pas la même vision de cet objectif. Lorsque je crée des séminaires, je fais souvent ce test : je me mets de face et je demande qu'on décrive mon visage. Un front, un nez, deux yeux, un menton. Je me mets de profil et je demande qu'on décrive mon visage : une joue, une oreille, le profil d'un menton. Les deux descriptions sont totale-

ment différentes, mais la personne décrite est strictement la même. C'est donc bien à la base une vision et une interprétation de ce que l'on voit.

Si donc vous voulez vraiment avancer, faites-le que pour vous et par vous. Ce n'est pas être égoïste. C'est simplement avoir la capacité de regarder le chemin à parcourir et pouvoir le faire sereinement.

Atteindre un objectif n'a jamais été une course. C'est la volonté de réaliser une chose qui vous tient à cœur. Et pour que votre objectif vous tienne à cœur, il suffit simplement qu'il représente quelque chose pour vous, mais qu'en plus, il ait du sens et de la valeur.

Contrairement aux idées reçues, un bon négociateur ou un bon vendeur ne cherche pas forcément à tirer des bénéfices de la négociation. Le nombre de vendeurs que je connais, dont l'enthousiasme et la motivation sont tournés vers l'apport de valeur et de vrais sens humains représentent plus de 90 % de ces gens.

L'enthousiasme a la particularité d'être contagieux. Tout comme le sourire ou la positive attitude. Et quelle fierté que de résoudre une problématique avec la motivation et l'enthousiasme. J'ai même envie de vous donner un exemple qui me touche très près : les restaurants du cœur. Chaque fois que les médias les présentent, vous voyez tout le temps des gens avec le sourire. Le rapport avec les négociations ? Facile, croyez vraiment qu'il n'y a pas négociation avec les mairies, les grands centres d'alimentation, les hypermarchés, les politiques, etc.

Qui croyez-vous qui s'occupe de toutes ces négociations ? Des négociateurs, des vendeurs. N'oubliez jamais qu'un bon vendeur est avant tout un bon acheteur. Je pourrais vous donner d'autres exemples, ils sont très nombreux, de domaines où la négociation intervient non pas dans un but lucratif, mais dans un but humanitaire.

Avoir de l'ambition n'est pas une maladie ni rare ni contagieuse. C'est avant tout un état d'esprit. Ce chapitre n'y déroge pas. Mon désir profond dans ce

chapitre est de vous communiquer cette fois que j'ai en moi qui fait que la communication devient le maître mot avant le mot négociation ou le mot vente.

L'ambition est loin d'être égoïste, elle peut être le départ d'extraordinaires aventures humaines.

Vos ambitions vous appartiennent. Que votre environnement vous accompagne pour faire le chemin c'est parfait. Mais pour mesurer vos ambitions, c'est inutile.

Vous et vous seul êtes en mesure de qualifier le niveau de vos objectifs. Personne d'autre que vous. Assumez-le, et vivez mieux.

Il est difficile d'obliger un végétarien a manger de la viande, alors pourquoi vous obligerait on à réduire vos objectifs et les décrire comme infaisables?

Tous les grands hommes de l'histoire sont ambitieux; Regardez Obama!

Ne doutez plus jamais de vous.

Ne jamais douter de soi. Quel bonheur n'est-ce pas. Le doute est un véritable polluant de l'esprit, et par la même, de la capacité à se mettre en action.

Avant de vous donner une méthode, qui vous évitera, si vous l'appliquez au quotidien, de ne plus douter de vous-même, je voudrais que l'on revienne sur la définition du mot douter. Que veut donc dire douter.

Douter c'est : ne pas être sur de l'authenticité de quelque chose, de sa réalité, de sa vérité.

C'est également être dans l'incertitude quant à la réalisation, l'existence d'un fait, l'accomplissement d'une action.

C'est également, suspendre son jugement, faire preuve de scepticisme dans une démarche philosophique ou être en proie au doute sur ses propres valeurs. Douter n'est en aucun cas une faiblesse. Le doute peut même, être positif. En effet, il détermine la

capacité à se remettre en cause. Cette capacité de remettre une action en cause, et de pouvoir la réaliser ne veut pas dire qu'il faut cesser son action, car elle est mauvaise. Bien au contraire. C'est très lié, à la décomposition de votre objectif en étapes. Analyser les différentes étapes du chemin qui mène à l'objectif, permet d'avoir des actions beaucoup plus efficaces et bien ciblées.

J'aime associer l'image du doute, au jeu de curling. Lorsque le joueur de curling lance son palet sur la glace, un autre joueur avec un balai frotte la glace très vite, pour la chauffer, devant le trajet du palet. Le fait de chauffer la glace par le frottement du balai permet au palet d'aller plus loin, voire même de changer de trajectoire. Balayons les doutes quittent a se tromper. Nous apprenons beaucoup plus d'un revers que de ne rien faire.

Le doute ne sert pas à remettre tout en cause, annuler votre but, il doit servir vos ambitions, et améliorer votre créativité dans les actions que vous entreprenez pour arriver à vos objectifs. Il ne doit servir qu'à ça, et

surtout ne pas être polluant. Je sais pertinemment qu'il est difficile d'enlever les pensées négatives de sa tête, et il est plus souvent facile de baisser les bras, plutôt que de prendre les problématiques à bras-le-corps.

J'ai une véritable méthode qui me permet souvent de franchir les barrières du doute. Cette méthode est basée sur un questionnement personnel. Vous savez la petite voix dans la tête. Vous avez acheté ce livre, et bien, rien que cette méthode, à elle seule vaut 10 fois ce prix modique. Évidemment il vous faudra la mettre en application.

Cette méthode est toute simple. C'est juste une phrase, qui répétée à chaque fois que le doute s'insinue en vous, vous permettra de relativiser. Comme vous le voyez, ce n'est pas une grosse difficulté. Surtout qu'elle est très courte.

Chaque fois que le doute s'immisce en vous, posez-vous cette unique question :

" est-ce que c'est vrai ?"

Cette question paraîtrait banale. Elle ne l'est pas. Je vous en donne un exemple. Il est ar-

riqué à tout le monde, de penser très fort dans sa tête que son interlocuteur est très bête. Au moment où vous pensez fortement que cette personne est bête, posez-vous très vite la question dans votre tête: " est-ce que c'est vrai".

Il n'y a que deux issues à cette question : oui ou non. Si finalement vous estimez que c'est non, alors vous êtes en capacité de revoir votre analyse. Si c'est oui alors vous allez-vous poser une deuxième question : sur une échelle de un à dix, elle est bête à combien. Peu importe dans cette échelle de valeurs à combien la personne est. Ce qui compte, ce sont les chiffres restants. Elle est bête à six, alors intéressons-nous à cette personne sur les quatre positifs. C'est aussi simple que ça.

Ce qui est difficile, c'est d'avoir le réflexe d'utiliser cette phrase :

« est-ce que c'est vrai ? »

Vous pouvez vous servir de cette méthode dans n'importe quel cas.

-Cette personne est très malade : est-ce que c'est vrai ?

-Cette voiture est une épave : est-ce que c'est vrai ?

-Ce restaurant est très mauvais : est-ce que c'est vrai ?

-Cette personne veut me voler : est-ce que c'est vrai ?

-Cette action est une erreur : est-ce que c'est vrai ?

Comme vous le voyez, cette formule fonctionne partout et pour tout. La réponse à : est-ce que c'est vrai, sera pratiquement toujours non. Il ne vous reste donc plus qu'à quantifier la vraie valeur, positive par rapport à la vraie valeur négative.

Vous n'avez plus qu'à vous concentrer sur le positif. Et si cette analyse concerne une personne et non pas une action ou un objet, vous saurez immédiatement jusqu'où vous pouvez aller avec cette personne.

Cela vous permettra de mesurer et de vous créer des certitudes sur lesquelles pour-

ront s'ancrer beaucoup plus facilement vos actions.

Entraînez-vous régulièrement au quotidien pour faire taire la petite voix dans la tête. Vous savez maintenant comment relativiser. Je vais en profiter, pour vous aider sur un autre sujet. Lorsqu'une personne est dans une situation d'échec, trop souvent elle ne s'arrête que sur la phase négative. Vous savez c'est un peu l'histoire du verre à moitié plein, moitié vide.

Je vais vous raconter une histoire. Courte rassurez-vous. Imaginez que vous achetez à crédit une voiture de luxe de plus de 100 000 €. Imaginez que le jour où vous allez au garage récupérer votre voiture de luxe vous ayez oublié de payer l'assurance. Vous vous dites, ce n'est pas grave j'habite à 300 m. Vous prenez la voiture, vous quittez le garage vendeur, et au moment de tourner sur la rue un bus arrive et éclate votre voiture de luxe.

Vous avez un crédit de 100 000 € à payer, vous n'avez plus de véhicule, et vous n'avez pas les moyens d'en avoir un autre.

J'ai bien envie de vous demander comment vous vous sentez. Stressé, peut-être au bord des larmes, anéanti, découragé. À vous de choisir. Ce qui est sûr c'est que dans une telle situation il est très difficile de relativiser. Comme précédemment, j'ai très envie de vous poser une question. La voiture est détruite, c'est une certitude. Le bus est abîmé, c'est une certitude. Vous, vous n'avez rien.

Est-ce que la voiture pleure ? Non ! Alors pourquoi pleurez-vous. C'est la voiture qui est abîmée par vous. Je répète : est-ce que la voiture pleure ? Non toujours pas. Alors pourquoi pleurez-vous.

Il me semble beaucoup plus important, de réfléchir immédiatement à la situation et les solutions qu'il va falloir y appliquer plutôt que de se lamenter désespérément sur le fait que la voiture soit cassée.

D'ailleurs ce type de leçon de vie, nous est démontré très fortement, par tous les handicapés qui font du sport à très haut niveau. Le handicap ne compte pas, ce qui compte c'est leurs objectifs.

Et nous, nous nous plaignons ?

Je conçois bien que dans ce type de situation il est normal d'être affaibli.

Néanmoins, Luc de clapiers, marquis de Vauvenargues, vivant au XVIIIe siècle a écrit :

"l'homme a ses raisons de se plaindre, mais n'a pas raison de le faire."

Devant des échecs, demandez-vous si c'est vrai, et relativisez. L'échec est souvent constructif. Il sert de base pour rebondir.

Nous allons faire un test. Répondez le plus honnêtement aux questions suivantes, et surtout, écrivez sur les lignes que je laisse à votre disposition vos réponses. Ce livre est le vôtre il n'appartient qu'à vous. Ne vous laissez pas tenter par la facilité non pas de mentir, mais de tricher avec vous-même. Soyez réellement intègres ça vous rapportera beaucoup.

Aimez-vous votre vraiment et sincèrement travail:.....

.....

.....

Quel autre travail aimeriez-vous faire

:.....

.....

.....

Êtes-vous capables de finir ce que vous commencez :.....

.....

.....

Avez-vous confiance en vous et dans quel domaine

:.....

.....

.....

Qui a le plus d'influence sur vous et pourquoi

:.....

.....

.....

Que craignez-vous vraiment le plus:

.....
.....
.....

Aimez-vous communiquer avec les autres sur vos idées et vos certitudes

:.....
.....
.....

Y a-t-il autour de vous quelqu'un que vous aimez et dont l'influence vous bloque et pourquoi

:.....
.....
.....

Que devriez-vous faire tous les jours pour rester enthousiaste, ne pas perdre votre motivation, et persévérer:.....

.....
.....

Puisque vous êtes capables de savoir ce que vous devriez faire, pourquoi ne le faites-vous pas et que vous manque-t-il pour le faire :.....

.....

.....

Si vous n'avez pas triché, avec vous-même, et que vous avez bien répondu à toutes ces questions, vous êtes en capacité d'analyser les points sur lesquels vous devez vous concentrer.

Par rapport à toutes vos réponses, mettez-vous une note de 1 à 10. Cela vous permettra au fur et à mesure de votre perfectionnement de changer votre note et de vérifier votre évolution. Faites-le, votre indépendance est à ce prix.

L'enthousiasme : c'est un état privilégié où l'homme se sent soulevé par une force qui le dépasse, se sent capable de créer. Def: le Petit Robert.

Communiquer, la clef de tout!

La **communication**, c'est établir une relation avec autrui, c'est transmettre quelque chose, qui fera réagir la personne qui recevra cette communication.

Elle peut aussi désigner l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message, ou l'action pour quelqu'un ou une organisation d'informer et de promouvoir son activité auprès d'autrui, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique.

Ne croyez surtout pas qu'il faut prendre la communication à la légère. Si vous comprenez les différents sens de la communication, vous serez en mesure de devenir réellement et concrètement un expert en négociation et en vente.

Ce chapitre est très important, essentiel pour une bonne négociation.

Il y a énormément de types différents de communication. Je vais vous en donner un premier exemple :

1) J'ouvre l'eau chaude du robinet de ma cuisine, et lorsque je mets mes mains sous l'eau, elle est brûlante, je crie. Je viens de communiquer, mais étant seul c'est une communication vide de sens. Personne ne la reçoit.

2) J'ouvre l'eau chaude du robinet de ma cuisine, et lorsque je mets mes mains sous l'eau, elle est brûlante, je crie. Une personne est à mes côtés. Elle entend mon cri. Elle entend donc ma communication. Inconsciemment, elle va interpréter mon cri : « je me suis fait très mal, ou j'exagère, ou elle va penser que je suis douillet. »

3) Au moment où j'ouvre l'eau chaude du robinet de la cuisine, une personne à mes côtés me prévient : « attention, l'eau est brûlante. » Cette information m'est donnée en amont. Je peux donc à mon tour interpréter la situation. Ouvrir un peu l'eau froide, par exemple.

Vous voyez dans cet exemple simple qu'une communication banale peut amener des interprétations différentes, en fonction des personnes qui les reçoivent. Pour bien comprendre les effets de la communication, j'écrirai « l'émetteur » pour celui qui envoie le message, « le récepteur » pour celui qui reçoit le message. En réalité, chaque fois que je communique je transmets une information. Cette information comme nous venons de le voir, sera systématiquement interprétée.

Une excellente communication, sera celle que vous aurez effectuée en sachant anticiper, quelle sera l'interprétation possible de votre interlocuteur. Nous retrouvons immédiatement la notion de négociation, car la base d'une négociation est bien de faire basculer mon interlocuteur en lui faisant adhérer à mon message.

Trop de gens oublient cette base, car ils laissent dans une discussion (qui est en faite une communication) l'émotionnel voire l'affectif prendre le pas dans la discussion. Le manque de capacité à prendre du recul pour

ne pas communiquer sous le coup de l'émotion est la clé de voûte d'une négociation de qualité. D'où l'intérêt d'apprendre à bien relativiser.

Faites appel à votre mémoire, et vous vous apercevrez si vous repensez à des discussions que vous avez eues, que bien souvent les émetteurs et les récepteurs se coupent la parole pour répondre avant même que leurs interlocuteurs n'aient fini leurs phrases. Cela se vérifie au quotidien, et d'ailleurs, regardez les journalistes avec les hommes politiques, ce sont les champions du monde pour poser des questions et ne jamais attendre la réponse. Il passe immédiatement à une seconde question.

Même si l'émetteur fait des phrases trop longues alors que vous avez compris son message, laissez-le l'émettre sereinement. Tous les émetteurs n'ont pas le même mode de fonctionnement. Il y en a qui ont un débit très rapide, il y en aura qui seront très lents, d'autres, très volubiles, certains, auront besoin de faire des périphrases, etc.

N'oubliez jamais que l'émetteur dans une négociation est un être humain, et qu'à ce titre dans notre type de société il a absolument besoin de reconnaissance. Donc lorsqu'il a la parole, souvent il en profite.

Si vous avez la capacité, de vous taire et de bien écouter, les premiers renseignements que vous aurez sur votre émetteur seront très importants. Ils vous diront si vous êtes en face d'une personne autoritaire, stressée, anxieuse, nerveuse, etc. Si vous travaillez sur cet aspect, vous aurez un atout majeur dans le cadre d'une négociation. Sachant par exemple que mon interlocuteur est une personne nerveuse, je pourrai adapter mon discours et mes arguments de telle manière à être rassurant. Si par exemple mon interlocuteur est une personne très volubile, je sais d'avance qu'il va falloir que je trouve le moyen de couper son flot de paroles, sans qu'il se vexe.

Coupez-lui la parole en vous excusant de le faire et recentrez-le sur un point précis. Pour le stopper, vous pouvez même dire aimable-

ment: vous me donnez trop d'informations. Pourriez-vous me faire un point plus simple.

Dans la multitude de possibilités de communiquer, il existe deux types de communication qui sont les plus importants : la communication verbale, la communication non verbale.

La communication verbale c'est tous les mots que nous allons employer pour communiquer. Ne vous y fiez pas, la manière dont vous prononcerez vos phrases, le ton que vous y apporterez, l'intonation même de ses phrases, ainsi que le débit dont vous servirez auront une incidence au moins aussi importante, que les mots eux-mêmes.

La communication non verbale est composée de trois éléments qui auront chacun une incidence profonde sur votre communication:

Le contexte dans lequel vous serez. (Vous proposez, vous demandez, vous soumettez, vous ordonnez.) Si vous connaissez votre interlocuteur quel est votre degré d'intimité avec, et surtout êtes-vous en bons termes. Il semble évident que si vous êtes en

position de demande vous serez plus malléable que si c'est vous qui proposez.

L'environnement dans lequel vous serez. En tenant compte du contexte dans lequel vous serez, il est important que votre négociation et donc votre communication soit faite dans un environnement adéquat. Il ne viendrait à l'esprit de personne d'avoir une négociation importante à la fin d'un match de foot à la sortie du stade. Si vous savez d'avance que vous avez à faire un interlocuteur nerveux, une pièce ou une salle avec des plantes vertes auront une incidence sur votre négociation.

Si vous êtes demandeur dans une négociation, faites en sorte que votre environnement vous soit familier. Cela renforcera votre potentiel, car vous serez en terrain connu.

Votre posture physique. Si par exemple, vous négociez avec les mains dans vos poches, en ne regardant pas la personne dans les yeux, il est clair que vous êtes soit sur la défensive, soit indifférent. Croiser les bras et, ou croiser les jambes donneront les mêmes effets.

Nous aurons l'occasion au cours de ce chapitre de revenir sur ces trois éléments.

Observez-vous, et écrivez sur les lignes suivantes sincèrement et sans tricher avec vous-même votre façon d'être.

Question 1 : décrivez votre façon de dire bonjour. Comment est votre poignée de main. Ferme, molle, très forte ou autre ?

.....
.....

Question 2 : décrivez où est votre regard pendant votre négociation. Vous arrive-t-il tout en communiquant de regarder même très rapidement autour de vous ?

.....
.....

Question3 : décrivez la posture de votre buste, que vous soyez debout ou assis. Votre buste est-il droit, peu ou beaucoup, penché en avant, les épaules hautes ou basses ?

.....
.....

Question 4 : vous êtes assis autour d'une table. Où sont vos bras et que faites-vous avec vos mains. Sont-elles à plat sur la table, les doigts croisés. Êtes-vous en arrière au fond du fauteuil les bras croisés sur la poitrine ?

.....
.....

Question 5 : vous êtes assis. Êtes-vous statique, bougez-vous sur votre chaise. Bougez-vous vos jambes ?

.....
.....

Question 6 : quelle est l'attitude de votre interlocuteur qui vous met le plus à l'aise.

.....
.....

Lorsque vous aurez avancé dans ce chapitre, et que vous aurez les réponses corollaires à ces six questions, vous écrirez sur la dernière ligne dans une autre couleur, ce que vous devez travailler pour être dans un contexte idéal.

Cet aspect du non verbal est très important. Relisez avec attention le chapitre vestimentaire ainsi que le chapitre l'attitude. Ce sont des fondamentaux auxquels peu de gens portent attention, mais qui inconsciemment vous feront prendre un avantage sur votre négociation.

Nous sommes tous des récepteurs avant même d'être un émetteur : un bébé dès sa naissance ne fait que recevoir. Ces émissions de cris ou de pleurs, sont uniquement liés à l'interprétation de son environnement est donc bien évidemment de son contexte.

Ces réactions sont spontanées et même s'il pousse des cris, des pleurs, c'est avant tout une réaction « non verbale » qui se rapproche énormément de mon exemple de l'eau chaude en étend seul à me brûler. Ce n'est que plus tard lorsqu'il aura pris à décoder les mots qu'une vraie communication s'instaura.

Un autre point important dans une communication non verbale, c'est votre regard.

Il est arrivé à tout le monde, au moins une fois, de se trouver dans un lieu public, et d'avoir le sentiment d'être observé. La force du regard en tant que véhicule de message est également très importante. Fixez donc une personne du regard et il arrivera un moment où celle-ci se rendra compte.

De plus, le fait de regarder son interlocuteur lui fera comprendre que vous êtes réellement à son écoute. Même si pour vous son message n'est pas très important, ce n'est pas à vous de juger cette importance. Il est possible pour votre interlocuteur que ce qu'il vous dit représente l'essentiel de son message. La manière dont il le délivre, ne prévaut pas la qualité du message. Ne l'oubliez jamais. Tout le monde n'est pas forcément à l'aise à l'oral.

Comme nous l'expliquons dans une de nos formations universitaires, dans le mot communiquer, les premières lettres sont : commun. Également nous avons le mot unique. Cette étymologie est très importante. En effet une discussion, une négociation n'a lieu qu'une seule fois. Vous pouvez la reprendre

ultérieurement, la compléter, mais chaque conversation reste unique en tant que telle. Donc nous avons bien une logique respectée : **mettre en commun d'une manière unique.** C'est cette communication qui va permettre de créer un échange, un partage, d'informations ou d'arguments, aboutissant à un mode de négociation.

Cette communication qui est la clé de vos négociations est présente à tout instant de notre vie quotidienne. Elle est également valable dans le cadre familial, amical, ou dans toutes autres formes de relation.

Il faut garder à l'esprit, que lors d'une négociation et donc d'une communication, votre corps, votre attitude, délivreront 70 % de votre message. Nous n'y faisons jamais assez attention, et pourtant c'est cela qui donne de la crédibilité à la personne que vous êtes, au cours d'une négociation.

J'ai très envie de vous démontrer que beaucoup de gens ne font jamais attention à l'image qu'il donne d'eux-mêmes, car inconsciemment ils ont une très mauvaise opinion

d'eux-mêmes. Ce n'est pas pour rien que les psys et les coachs commencent invariablement leurs thérapies par la phrase suivante : « vous devriez commencer par vous aimer. » Je vous imagine déjà en train de rire, en disant, mais, je m'aime bien. Déjà si vous commencez par enlever le «bien » nous serons dans une situation moins difficile. En effet la phrase est : « vous devriez commencer par vous aimer. » Il y a là une forme de négation sous-jacente non formulée.

Je vous imagine en train de dire que je me moque de vous. C'est faux.

La majorité des gens aime faire des photos. Mais si vous êtes honnêtes, combien de personnes aiment être sur les photos? Peu d'entre nous. Sauf lorsqu'on est jeune, il est assez rare que les gens aiment être immortalisés par le biais d'une photo. Lorsqu'on est jeune, il y a le côté comique et drôle lié à l'insouciance. Quand on est plus âgé et que l'on n'a pas envie d'être sur une photo bien souvent c'est qu'inconsciemment, nous nous faisons une idée (souvent fausse) de ce que pourrait être notre représentation physique.

Et pire encore, cette idée fausse que l'on va créer de notre représentation n'est pas le plus grave. Le plus grave, c'est que l'on va inconsciemment interpréter ce que va penser votre interlocuteur. Dans le cadre d'une négociation, tant que je ne connais pas les besoins réels de mon interlocuteur, de quelle manière, je peux me risquer à interpréter à la place de mon interlocuteur ce qu'il pense. C'est impossible.

Cette peur de ne pas être assez bien, de ne pas assez bien présenté, de ne pas être « photogénique », prouve bien que l'apparence est donc par conséquent non verbale est finalement très importante.

C'est pour cela que souvent, lorsque l'on sait que l'on va avoir une négociation à effectuer, il est important d'adapter son look et son attitude en harmonie avec votre futur interlocuteur.

Si vous respectez ce simple code, vous aurez déjà gagné beaucoup. Relisez l'E-book qui vous a été offert sur l'impact du vestimentaire, et vous prendrez pleine conscience que ce n'est pas que pour être beau.

Il est très rare que les gens qui ont une négociation à mener réfléchissent réellement à l'image qu'il projette d'eux-mêmes. Qui pense avant d'aller à un rendez-vous important à la façon dont votre futur interlocuteur va vous voir.

Réfléchissez bien à cet aspect. Vous allez voir votre banquier pour demander un prêt, vous n'y allez pas en short. Vous allez voir votre entraîneur de sport, vous n'y allez pas en costume-cravate. Ça, c'est automatique et spontané.

Maintenant imaginez-vous aller à un rendez-vous avec à la clé une négociation ou une vente voire même un achat, si vous n'êtes pas en harmonie avec la personne que vous devez rencontrer.

Dorénavant, lorsque vous vous préparez à engager une négociation avec une tierce personne, réfléchissez réellement à la manière dont l'autre va vous voir.

Comme je vous l'ai dit précédemment, grâce à des expériences menées par d'éminents professeurs, 70 % de votre

communication non verbale et non orale seront formulés par votre attitude et ce que vous « dégagez ».

Un marqueur d'attitude exceptionnel dans le cadre d'une communication, est la manière dont nous bougeons les mains et les avant-bras. Je vais vous en faire une description rapide :

-les mains fermées en forme de poing: cela exprime de la tension et surtout de l'énergie.

-Les mains parallèles perpendiculaires au sol : elles stigmatisent votre pensée. Elles délimitent le cadre dans lequel vous souhaitez rester.

-Les mains ouvertes, les paumes vers le haut : c'est une ouverture bienveillante, souvent amicale, et souvent empathique.

-Les mains ouvertes, les paumes vers le sol : cela détermine la volonté de chapeauter la négociation en en gardant la conduite.

-Les bras le long du corps, les mains pendent paumes vers l'interlocuteur : c'est concrètement une abdication, voir une soumission.

Il y en a beaucoup d'autres, il existe à cet effet des livres que vous pourrez retrouver facilement et lire si cela vous passionne.

Prenez la peine de vous rappeler chaque fois que vous discuterez avec une tierce personne, ces signes importants. Ils vous dévoileront l'état d'esprit dans lequel est venu votre interlocuteur.

Savoir ces bases très simples est réellement nécessaire. Souvenez-vous bien, que chaque individu, est constamment soumis à ses émotions. Et très souvent, pour ne pas dire à chaque fois, nos gestes trahissent systématiquement notre pensée. Et nous ne pouvons pas y faire grand-chose. Ces réactions sont presque des tics.

C'est pareil pour le visage. Il ne s'agit pas d'être un psychanalyste en vogue, il s'agit de comprendre que les bases les plus simples, si elles sont validées, vous renseigneront efficacement sur l'état d'esprit de votre interlocuteur. Ne négligez pas ces paramètres, si vous voulez obtenir des résultats, c'est comme monter sur un ring de boxe sans les gants.

Les émotions de base du visage sont :

-la tristesse

-la peur

-la colère

-le dégoût

-l'étonnement

-l'intérêt

-la joie

Je ne vais pas vous en faire un cours. Je vous suggère de vous mettre devant un miroir, et de tenter d'interpréter ces émotions. Comprenez évidemment l'importance de ses émotions qui nous trahissent régulièrement.

Les tressaillements des yeux, les hausses de sourcils, les plissements du front, les mâchoires bloquées sont autant de marqueurs qui associé aux réactions du visage, et des mains vous en diront long, sur l'état d'esprit de votre interlocuteur.

À ce sujet je vais vous faire une petite remarque. Lorsque vous êtes dans le cadre d'une communication à l'intérieur d'une négociation et que votre interlocuteur porte des lunettes de soleil, ou à verres sombres, et qu'il ne les retire pas, vous pouvez être certain qu'il est dans la dissimulation. C'est un grand classique.

Il ne m'est pas possible de terminer cette partie sans vous reparler comme dans le chapitre de l'attitude du sourire. Si le dicton veut que le rire soit communicatif, à tel point que certains médecins pratiquent des thérapies issues du rire, le sourire est également communicatif.

Le sourire crée immédiatement une convivialité, une invite, et dégage immédiatement un état heureux sans aucune agressivité. Faites le test suivant. Essayez de dire : « je vais te casser la gueule et te démolir complètement » en vous mettant dans l'état d'esprit que vous allez vraiment le faire. Faites cet exercice devant une glace... et en essayant de sourire. Impossible. Si vous souriez pen-

dant cet exercice, c'est que vous ne dégagiez pas l'agressivité.

D'ailleurs le sourire à deux associés indissociables, ce sont les yeux. Ils expriment avec le sourire toutes vos émotions. Souriez (sans exagération) dans une posture ouverte, et avenante, les gens avec qui vous négociez, par mimétisme, se comporteront comme vous. Cela aura l'avantage, de bien démarrer votre négociation.

À ce sujet je vous rappelle également un point relativement important dans la communication. Je viens d'employer à l'instant le terme « mimétisme ». Le mimétisme c'est la reproduction, un peu comme un miroir, des attitudes de la personne en face de vous. Vous croisez les bras elle croise les bras.

Si vous allez bien mettre en place les éléments précédents et que vous êtes en face d'une personne fermée, soyez, vous, ouvert. Si la personne en face de vous est neutre, alors calquez votre attitude sur la sienne. Si elle est avenante, soyez-le également.

En agissant de cette manière, vous ne risquez pas de vous retrouver en conflit. Car vous allez spontanément générer une forme d'appartenance. Votre interlocuteur va penser, même inconsciemment, que vous êtes de son bord. Il ne s'agit absolument pas de tricher ou de mentir. Il s'agit simplement de créer l'environnement, le contexte, dans lequel, vous et votre interlocuteur, serez au mieux pour entamer une négociation de qualité.

Un petit plus : lorsque vous négociez ou communiquez, ne tendez jamais l'index de votre main vers votre interlocuteur. C'est très clairement une agression. Vous voulez imposer. C'est d'ailleurs très souvent une forme de réflexe. Récemment dans une conférence, le conférencier voulant absolument nous prouver le bien-fondé de ses propos tendait son bras droit poing fermé et l'index tendu vers nous. Le message est très clair, sans aucun argument, il faut lui faire confiance.

Faisons un test : prenez la même attitude que ce conférencier. Prononcez en même temps que cette attitude la phrase suivante :

je vous garantis que ce moteur n'a jamais eu de problèmes et ne vous en donnera jamais. C'est fait ? Reprenez de nouveau la même attitude, la même phrase, et recommencez en souriant.

C'est impossible. Il est quasiment impossible d'avoir une forme agressive et sourire en même temps. Je sais, le simple fait de tenter cette expérience vous fais rire. Mais vous êtes incapables et moi non plus, de sourire en prononçant cette phrase avec un ton agressif.

Ce livre se veut éducatif. Je vous réinvite donc à ne pas hésiter à surligner en couleur les points sur lesquels vous savez ne pas être au mieux. Cela vous permettra en gardant ce livre avec vous de retrouver très rapidement, les passages qui vous permettront d'évoluer.

Avant une rencontre importante, vous prendrez le temps de vérifier si vous êtes au top. **N'oubliez pas que l'image que vous projetez, c'est votre carte de visite.**

La communication verbale.

C'est avant tout, les mots que vous allez prononcer. J'aurai l'occasion de reparler de la sémantique. En effet, peu de gens font est réducteur aux mots qu'ils prononcent. Ne pas y faire attention est réducteur dans une négociation.

N'oubliez surtout pas que si 20 % de notre message passe, ce sera déjà très bien. Il est donc très important que vos phrases soient courtes, précises, concises.

Dans une négociation ou dans une vente le facteur le plus important de la discussion, ce n'est pas vos mots, ce n'est pas les mots de votre interlocuteur, ce sont les interprétations que vous aurez. Je crois qu'il n'existe pas de discussion, pendant laquelle votre interlocuteur un moment ou un autre ne vous coupe la parole.

Couper la parole à une personne signifie très clairement que vous allez émettre une réponse, ou une objection, ou un contre argument, peu importe. Le fait d'avoir coupé la parole exprime très clairement que vous avez

interprété le début de la réponse de l'interlocuteur, sans avoir la certitude que son message a été entièrement développé.

Il n'existe pas 500 millions de solutions pour être capable de prendre du recul et laisser l'autre s'exprimer.

Il suffit simplement de rester calme. Si ce n'est pas votre nature comment le faire : je vous l'ai déjà dit précédemment, apprenez à respirer par le ventre en gonflant votre ventre au maximum en inspirant, et en expirant doucement. Faites-le deux ou trois fois, votre vis-à-vis ne le verra pas et vous verrez que vous retrouverez le calme. Tentez cette expérience chez vous et vous verrez le résultat. Cette méthode fonctionne également pour le stress, et la timidité.

Je vais vous décrire un exemple d'interprétation :

chérie, le chat a surgi entre mes jambes, en l'évitant, j'ai cassé la soupière en porcelaine de grande valeur de ta mère.

Que contient ce message : la soupière est cassée. C'est dans la réalité le seul message

à transmettre. Le fait d'expliquer que c'est le chat qui a surgi c'est transposer la faute du bris de la soupière afin de déculpabiliser. C'est également une manière de ne pas risquer la colère de son épouse qui tient à cette soupière. La seule vérité : la soupière est cassée. Le reste c'est de l'enrobage.

L'épouse pourrait légitimement penser que l'explication du chat mise en avant, est une excuse pour ne pas culpabiliser. D'autant plus que donner toutes les excuses avant d'expliquer l'accident, ne vous laisse plus de porte de sortie.

Il est plus facile d'annoncer clairement : chérie la soupière est cassée. Ne m'en veux pas, c'est le chat qui a surgi de nulle part alors que je la tenais en mains.

Le façon d'agir laisse la place à l'explication, ainsi qu'à l'ensemble de vos arguments.

Autre exemple :

je suis au café, debout au comptoir, avec un ami. Celui-ci me dit :

–« pouah, il n'est pas bon ce café. »

–Je prends un sucre et je le rajoute dans son café.

–« Mais tu sais bien que je n'aime pas le café sucré. Je ne le trouve pas bon, car il est brûlant.»

J'ai interprété que le café de mon ami n'était pas bon en lui rajoutant d'autorité un sucre. En fait, il est simplement trop chaud. Les mauvaises interprétations sont clairement le résultat d'un manque écoute.

J'aurais dû le laisser s'exprimer complètement afin de comprendre ce qu'il ressentait vraiment.

C'est exactement la même chose que de couper la parole à son interlocuteur. Même, si vous avez compris exactement ce qu'il veut dire, **laissez-le s'exprimer, sinon, ce n'est plus une discussion.**

Votre interlocuteur, en fonction de son tempérament, a peut-être, un véritable besoin de s'exprimer. Sa lenteur, ou même ses circonvolutions verbales qui peut-être vous ennuit, lui sont cer-

tainement nécessaire pour s'exprimer clairement devant vous.

Toutes les négociations passent obligatoirement par une communication, il est important de respecter l'autre.

Vous êtes unique. Acceptez donc que tous les autres humains ne soient pas comme vous. C'est à ce prix que vous

Vous le constatez, être négociateur, vendeur, fait plus appel un comportement réellement et sincèrement humain plus qu'à des techniques issues du vaudou.

Pour clore ce chapitre sur la communication, il reste un dernier facteur essentiel.

Appliquez tous ces principes, mais surtout rester vous-même, restez naturel.

Pour avoir une réussite optimisée, dans le cadre d'une négociation, n'ayez jamais une attitude agressive.

Pendant nos formations en présentiel, nous apprenons aux élèves de l'école EDN, les techniques qui permettent d'échapper à cette réaction néfaste pour toute négociation.

La bonne communication passe par l'ensemble des éléments que nous avons précités : l'attitude, le sourire, être avenant, empathique. Être ouvert, avec le sourire. Le sourire, comme toutes les émotions, est contagieux.

Pour avoir une bonne communication, faites en sorte de créer un lien avec votre interlocuteur avant de négocier.

Lors de la prise de contact, en vous intéressant sincèrement à l'autre, établissez un point commun qui pourrait être, le sport, un loisir, ou tout autre chose. Les deux seuls sujets à éviter sont : politique et religion.

Dans le domaine de la politique, si vous êtes de courants opposés, il vaut mieux éviter le sujet. De même façon, si vous êtes de la même famille politique et que vous appréciez chacun un leader différent, qui soit en opposition avec le vôtre, nous allons retomber devant le même problème.

Il est évident que je mêle politique et syndicat. Pour la religion, c'est encore pire.

Oser toujours dire ce que vous avez envie de dire, car cela vous appartient à vous et vous seul. Négocier toujours en respectant l'autre. C'est le véritable cœur humain d'une négociation.

Comment s'améliorer

Vaste programme! En effet, tout le monde souhaiterait pouvoir s'améliorer. Que ce soit dans le domaine professionnel le domaine personnel il est évident que toute personne sensée souhaite avoir la possibilité de s'améliorer.

La seule raison qui fait que nous soyons en capacité de nous améliorer, c'est la prise de conscience évidente que nous avons des limitations. Les origines de ces limitations sont très nombreuses, et très souvent en regard de chaque personnalité.

Une délimitation principale, vient du fait que beaucoup de gens ne savent pas se jauger, et par là même n'ont pas confiance en elles.

C'est votre esprit, et vos émotions qui créent cette limitation. Je vous garantis qu'elle n'est pas réelle.

Vos valeurs valent bien celle des autres. Redressez-vous, peu importe que vous croyiez que ce que vous faites et ce que vous êtes ne soient pas importants. Le degré d'importance de vos actions ne dépend que de vous. Cette importance n'est égale qu'au regard de vos aspirations. Ce degré vous appartient, c'est le vôtre, il est unique. Chaque personne étant différente, il est évident que le degré d'importance pour l'un ne sera pas le même pour l'autre sur un sujet identique.

Ne vous préoccupez pas du regard des autres. Vos intérêts sont différents. Pourquoi vouloir absolument faire du mimétisme, ressembler absolument à une personne qui semble être un modèle pour soi. Aucun intérêt.

Il est évident que deux personnes peuvent avoir un même objectif. Pour autant, leurs valeurs sont différentes, et donc les chemins pour mener à l'objectif sont différents.

Tout faire pour réaliser son objectif est en soi une forme de réussite. **Mais, restez vous-même. Il n'est surtout par question de changer sa personnalité. Ce que vous êtes est bien. Il suffit de vous redresser. N'ayez pas peur de vous affirmer et d'imposer vos compétences.**

Vous croyez peut-être qu'il faut aller voir un psychologue, un psychiatre, un coach, ou toute personne dite crédible et capable de vous accompagner, pour pouvoir évoluer ?

Absolument pas. Tous ces gens qui au demeurant pour certains ont de très grandes qualités, vous diront tous la même chose. Tout vient de vous.

Votre vouloir est-il à la hauteur de vos actions ? C'est la grande question.

Tant que votre vouloir ne sera pas ancré dans votre tête comme une certitude, une obligation, votre amélioration ne sera pas visible.

Identifiez-vous à une personne qui réussit, en tant que modèle pour vous, mais par pitié restez vous-même.

Je ne vais pas vous dévoiler des « trucs » de gourous ou autres. Je n'en connais pas. Ce que je connais par contre, c'est comment s'améliorer non pas dans 10 ans, non pas dans cinq ans, mais **immédiatement**.

Impossible, incroyable ? Et pourtant c'est terriblement efficace, et tellement facile. Avant de vous donner deux petites techniques, je vais faire un petit rappel très simple.

Une personne ayant vaincu une très grave maladie, une personne qui surmonte un handicap physique important, une personne qui revit après un accident très grave, tout le monde en connaît. Elles ont toutes un point commun : la volonté de surmonter leurs problématiques. La volonté de se dépasser pour écraser et terrasser les problèmes qu'elles ont. Elles sont toutes des exemples.

Votre attitude doit immédiatement changer. Et c'est très facile à faire.

Je suppose que vous êtes assis pendant que vous lisez ces lignes. Continuez à lire et redresser simplement vos

épaules vers le haut et en arrière. C'est fait ? Nous venons à l'instant de changer votre posture. Dès que vos épaules vont commencer à s'affaisser, redressez les immédiatement. Que vous soyez dans votre maison, ou à l'extérieur à n'importe quel moment de la journée, dès que vos épaules redescendent visualisez-le, et redressez-les immédiatement. Je vous garantis que si vous jouez à ça tout le temps, il arrivera un moment où inconsciemment vous vous tiendrez droit.

Ce simple changement de posture, fera de vous une personne différente. Même les gens de votre entourage s'en rendront compte. Certains seront même capables de vous dire, tu as quelque chose de changé, mais je n'arrive pas savoir ce que c'est.

La deuxième technique est aussi simple à mettre en application. Quels que soient vos soucis, vos problèmes du quotidien, souriez.

Souriez naturellement, et comme pour les épaules, cela deviendra rapidement spontané.

Je n'ai pas inventé la poudre à canon, je vous ai donné deux techniques tellement évidentes et tellement simples qu'on n'y croit pas. Placez-vous devant un miroir, redressez vos épaules, souriez. La personne qui est devant vous dans le miroir vient déjà de changer. Ce n'est plus la même. Le fait de s'auto discipliner à surveiller ses deux points, vous donnera une assurance extraordinaire.

Un autre élément d'amélioration sur lequel il faut absolument que vous travailliez. Prenez des décisions. Ne pas prendre de décisions est une des causes premières d'échec.

Vous n'avez strictement pas besoin des autres pour prendre des décisions. Ce que vont vous apporter les autres c'est un regard différent sur un objectif très précis. Mais en aucun cas, les autres ne doivent décider pour vous.

Je vous l'ai déjà dit, pas besoin de rajouter du pessimisme à votre vie, notre entourage

s'y emploie au quotidien. C'est tellement vrai, que si vous y faites attention, vous vous rendrez compte très rapidement que le credo de 90 % des gens, c'est de se plaindre.

Le lundi matin, en arrivant au travail après un week-end, des collègues de travail se saluent et la première chose qu'ils font c'est de vous dire : « ah si tu savais ce qu'il m'est encore arrivé ce week-end. » Devant la sortie de l'école, les mamans entre elles : « ah si tu savais ce que mon enfant a encore fait. »

« Ah si tu savais mon fils à encore une grippe. »

Nous pourrions continuer longtemps comme ça. Cette constante attitude de 90 % des gens que nous rencontrons est liée au fait que notre société déshumanise les gens. Et l'humain a absolument besoin de reconnaissance, pour ce qu'il est, ce qu'il fait. Aujourd'hui, pour canaliser ce besoin de reconnaissance, ces personnes se mettent en avant avec des choses négatives. C'est plus facile d'attirer de la compassion en dévoilant ses problématiques que de l'admiration en dévoilant des actions très positives. D'autant

plus que si vous dévoilez trop d'actions positives aux autres, vous risquez de faire des jaloux.

Croyez-moi, je sais de quoi je parle. J'ai deux garçons extraordinaires, que j'aime passionnément, et avec qui, moi et leur mère n'avons jamais eu de problèmes. Je dis bien jamais. Lorsque j'emmenais les garçons au sport, et que d'autres parents d'enfants m'expliquaient les tracas bénins ou importants rencontrés avec leur progéniture, c'était toujours pour mettre en avant les soucis rencontrés. Lorsqu'à un moment ou il s'intéressait à moi, et qu'il me demandait comment allaient les miens. Je répondais toujours avec beaucoup de plaisir que tout allait bien. Rapidement, je me suis mis à éluder ce type de questions, car les gens finissaient par me prendre pour un mythomane simplement parce que je disais que tout allait bien tout le temps. Et c'était vrai !

Changez votre posture physique en vous redressant je vous promets c'est énorme, souriez régulièrement (mais naturellement) et je vais vous délivrer un troisième point

primordial lui aussi : **soyez enthousiastes sur vos actions.** (Je parle vos actions importantes, je ne parle pas des petites choses quotidiennes de votre vie.)

Pour être enthousiaste, c'est relativement simple. Il faut tout d'abord être soi-même naturellement. Ensuite, projetez-vous dans le résultat de l'action que vous entamez. Imaginez-vous, dans cette voiture qui vous plaît tant. Imaginez-vous dans ce costume qui vous plaît tant. Imaginez-vous dans cette maison qui vous fait envie. Projetez-vous dans le final de votre action.

Imaginez que vous ayez envie de déménager et d'acquérir une très belle maison. Si vous commencez par regarder le montant des échéances, la difficulté d'obtenir un prêt bancaire, les travaux qu'il va falloir faire, il va vous être très difficile de ressentir de l'enthousiasme.

Par contre, si vous ne visualisez que le résultat: la maison terminée, vous sur la terrasse un verre à la main entouré des gens que vous aimez, rajoutez une pointe de soleil, et une belle grillade sur le barbecue dans

le jardin, vous aurez immédiatement le sourire. À vous donc, de répartir les étapes entre aujourd'hui et l'objectif atteint.

C'est trop facile de dire je ne peux pas, je n'y arriverais pas, ce n'est pas fait pour moi. Avant de dire tout ça, il faut déjà se mettre dans l'action.

Remarquez que je n'emploie pas le verbe essayer. C'est totalement volontaire. Je fais parti de ces gens qui pensent que l'on n'essaye pas une action. On se met dans l'action où on ne s'y met pas. Je peux essayer un costume, je peux essayer une voiture. Je suis incapable d'essayer d'avoir une maison. Je fais tout pour l'avoir, je l'obtiens ou pas.

Ne pas l'obtenir ne sera pas un échec, ce sera simplement repousser la date à laquelle je l'aurais.

Méditez bien cette notion de rapport à l'échec ou à la réussite.

Si je n'ai pas d'argent pour payer l'autoroute, rien ne m'empêche de prendre la route

nationale. Et si la route nationale est encombrée, rien ne m'empêche de prendre les routes départementales.

Tout ne dépend que de votre volonté, et votre volonté ne dépend que de votre enthousiasme, de vos envies. Si vos envies sont très fortes alors vos actions seront déterminantes, et valorisantes.

Vous avez remarqué que très souvent à la télévision il y a des émissions de relooking. Les participants sont souvent réticents, et se trouvent dynamisés lorsqu'ils se rendent compte qu'ils ont réellement changé.

Faites comme eux, changez votre look, redressez-vous, souriez.

Votre comportement deviendra immédiatement différent, et vous serez perçus différemment par votre entourage.

Vous allez changer de camp, et devenir un gagnant.

Comme vous pouvez le constater, il n'existe pas de méthode digne des plus grands gourous. Si vous commencez d'ores

et déjà, à mettre en application ces quelques principes qui sont les principes de base, vous verrez votre communication se modifier et vous verrez également dans les yeux des gens qui vous côtoient au quotidien, l'impact obtenu.

Ne cherchez pas à tout changer en une journée. Prenez le temps pour modifier dans votre comportement petit à petit les éléments qui ne « sonnent pas juste » dans vos communications.

Si vous commencez à modifier votre posture, votre attitude, que vous vous mettez à travailler votre empathie, que vous vous mettez à relativiser au quotidien, jour après jour, alors tous ces changements affecteront votre comportement et vous commencerez à être dans la spirale de la réussite.

La citation de Lao Tseu dit que : « sur un chemin de 1000 km ce qui compte c'est le premier pas. »

C'est pour cela que je vous invite à décomposer chaque objectif en plusieurs étapes pour le faire aboutir

Pour finir, je veux vous rappeler ce proverbe chinois : 临河而羡鱼，不如归家织网

Il y a deux traductions possibles :

-au lieu d'être là, devant le fleuve à avoir envie d'un poisson, mieux vaut rentrer chez soi et tisser ses filets.

-Si tu donnes un poisson à un homme, il mangera un jour. Si tu lui apprends à pêcher, il mangera toujours.

Ma réflexion est simple : **oser !**

Rejoignez-nous, et inscrivez-vous gratuitement sur notre site de l'EDN afin de recevoir régulièrement, nos publications afin de vous perfectionner.

<http://ecoledesnegociateurs.fr/>

Table des matières:

Introduction.....	page 9
La négociation.....	page 12
Le marchandage.....	page 20
Les premiers principes.....	page 27
Les principes importants.....	page 37
Le bénéfice.....	page 38
Principes d'expert.....	page 45
Le questionnement.....	page 53
La valeur d'un produit.....	page 62
Le silence, une arme	page 65
Gérer sa peur.....	page 80
Secret n°1.....	page 81
Secret n°2.....	page 85
Secret n°3.....	page 89
Le oui mais.....	page 93
L'attitude.....	page 99
La confiance.....	page 111

Vos ambitions réelles.....	page 115
La motivation.....	page 126
Vouloir c'est pouvoir.....	page 136
Ne doutez plus de vous.....	page 144
Faites le point sur vous-mêmes.....	page 151
Communiquer.....	page 156
La communication verbale.....	page 177
Comment s'améliorer.....	page 183
Table des matières.....	page197

