

**Charles ZINHEK**

COMMENT NÉGOCIER  
COMME UN PRO ET  
SURPERFORMER LORS  
DE VOS RENCONTRES

---

**SURPERFORMER**

ISBN : 978-2-9555675-5-5

## MISES EN GARDE

Suite à l'achat et à la lecture de cet ouvrage, vous vous engagez à respecter toutes les lois en vigueur. Vous agréez également que les contenus à caractère comportemental et financier de ce livre sont fournis seulement à titre informatif et d'exemples. Ils doivent être lus et interprétés avec discernement, ils sont subjectifs et ne reflètent pas des vérités absolues. Ils ne constituent donc en aucun cas des incitations à changer d'activité professionnelle. Ils ne doivent pas non plus être considérés comme des prévisions, conseils, recommandations, encouragements à procéder à des investissements, des achats, des ventes, de quelque nature que ce soit, qu'il s'agisse de logements (le marché de l'immobilier est soumis à des variations haussières mais aussi baissières pouvant générer des diminutions de rentabilité ou des pertes à certains propriétaires) ou d'autres produits ou services, à des fins privées ou pour le compte d'un tiers.

Plus globalement, vous validez que l'auteur de ce livre ne pourra pas être considéré comme responsable de la manière dont vous déciderez d'agir dorénavant. Je vous accorde d'ailleurs ma confiance pour que vous adoptiez, en toutes circonstances, un comportement irréprochable.

Ce document a été rédigé avec le plus grand soin par l'auteur qui ne pourra toutefois pas être tenu responsable des éventuelles informations éculées, erronées ou incomplètes qu'il présente.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire ou de publier intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation préalable de l'auteur ou de ses ayants droit.

Ce livre est exclusivement destiné à un usage personnel : il ne peut en aucun cas être donné ou vendu.

© 2016 C. ZINHEK. Tous droits réservés

« *Le savoir est le pouvoir.* »

Francis BACON

# TABLE DES MATIÈRES

## ***PREMIÈRE PARTIE : QUELQUES BASES DU SUCCÈS ..... 13***

<b>I - ORIENTEZ VOS MODES DE PENSÉE ET DE PERCEPTION VERS LA RÉUSSITE .....</b>	<b>15</b>
A. ADOPTEZ DES ÉTATS POSITIFS.....	15
B. RESTRUCTUREZ VOS SCÉMAS INTERNES À VOTRE AVANTAGE .....	16
C. DES CROYANCES QUI VOUS PERMETTRONT D'ATTEINDRE VOS OBJECTIFS .....	19
D. BRISEZ VOS CARCANS SOCIAUX S'ILS VOUS BRIDENT.....	21

<b>II - AUGMENTEZ VOTRE PROPRE VALEUR.....</b>	<b>22</b>
A. CULTIVEZ DES QUALITÉS ESSENTIELLES.....	22
B. LE TRAVAIL ET L'APPRENTISSAGE AU SERVICE DE VOTRE RICHESSE.....	26

<b>III - COMMENT RECHERCHER LE SUCCÈS ET AUGMENTER VOS PROBABILITÉS DE L'ATTEINDRE .....</b>	<b>28</b>
A. LA RÉUSSITE : LE FRUIT DU HASARD ? .....	29
B. ATTEIGNEZ DES OBJECTIFS ADAPTÉS À CE QUE VOUS ÊTES ET À CE QUE VOUS SOUHAITEZ DEVENIR ...	32
C. CHERCHEZ LES OPPORTUNITÉS DE SUCCÈS FINANCIERS DANS VOTRE ENVIRONNEMENT PROCHE.....	34
D. LE MIMÉTISME AU SERVICE DE VOTRE RÉUSSITE.....	36

<b>IV - AUTRES PRINCIPES GÉNÉRAUX LIÉS À LA RÉUSSITE.....</b>	<b>38</b>
A. UNE BONNE GESTION DE VOS TÂCHES VOUS MÈNERA AUX SUCCÈS .....	38
B. OBTENEZ TOUT CE QUE VOUS DÉSIREZ .....	42
C. SUIVEZ LA LOI DE LA RÉCIPROCITÉ .....	44
D. BÂTISSEZ ET ENTRETENEZ VOTRE RÉSEAU .....	45
E. NE METTEZ PAS TOUTS VOS ŒUFS DANS LE MÊME PANIER.....	46

## ***DEUXIÈME PARTIE : RÉUSSIR VOS ENTRETIENS ..... 49***

<b>I – LES PREMIÈRES SECONDES DE LA PRISE DE CONTACT SONT DÉCISIVES .....</b>	<b>51</b>
A. FAITES-VOUS RAPIDEMENT APPRÉCIER .....	52
B. POUR ENGAGER UNE CONVERSATION .....	55

<b>II - L'IMPORTANCE DU CONTENU DE VOS ÉCHANGES ET DE LA MISE EN ŒUVRE D'ATTITUDES GAGNANTES .....</b>	<b>57</b>
A. ENTRETENEZ LA CONVERSATION.....	57
B. PRIVILÉGIEZ LES ATTITUDES QUI VOUS MÈNERONT À LA RÉUSSITE .....	60
C. LA PERSUASION .....	65

<b>III – PARLEZ ET AGISSEZ AUSSI EN FONCTION DE VOTRE INTERLOCUTEUR.....</b>	<b>72</b>
A. DÉTERMINEZ LE SYSTÈME DE VALEURS DE VOS INTERLOCUTEURS .....	72
B. APPRENEZ À DÉCELER LE SYSTÈME SENSORIEL PRINCIPAL D'UNE PERSONNE.....	74

C. PRENEZ CONNAISSANCE DE L'IMPORTANCE DU LANGAGE DU CORPS ET DE SA SIGNIFICATION .....	80
D. UTILISEZ LA SYNCHRONISATION ET DEVEZ UN CAMÉLÉON .....	84

<b>IV – ABORDER DES INCONNUS :</b>	
<b>L'EXEMPLE DE NICHOLAS BOOTHMAN .....</b>	<b>86</b>

## ***TROISIÈME PARTIE : LA SÉDUCTION AMOUREUSE..... 89***

**Non incluse : à découvrir sur [reussirsenrichir.com](http://reussirsenrichir.com)**

## ***QUATRIÈME PARTIE : LA NÉGOCIATION..... 131***

### **I - LES MÉCANISMES DU MARCHANDAGE..... 133**

A. DÉTERMINEZ LA ZAP.....	133
B. UTILISEZ LA TECHNIQUE DE L'ANCRAGE .....	136
C. DEVEZ-VOUS ÊTRE LE PREMIER À PROPOSER VOTRE PRIX ? .....	137

### **II - LA NÉGOCIATION RAISONNÉE ..... 140**

A. NÉGOCIER SUR LA BASE DE CRITÈRES OBJECTIFS.....	141
B. UN BON NÉGOCIATEUR SAIT ÊTRE FERME TOUT EN RESTANT CONCILIANT.....	144
C. GÉRER DES SITUATIONS DE TENSION ET DE FRANCHES OPPOSITIONS .....	146
D. LA RECHERCHE D'INTÉRÊTS ET DE SOLUTIONS PROCURANT UN BÉNÉFICE MUTUEL.....	150

### **III - LA MESORE..... 156**

A. QU'EST-CE QUE LA MESORE ? .....	156
B. COMMENT CHOISIR VOTRE MESORE ? .....	157
C. COMMENT PROCÉDER APRÈS AVOIR TROUVÉ VOTRE MESORE ? .....	160
D. EXEMPLES CONCRETS : COMMENT J'AI ÉCONOMISÉ DES SOMMES D'ARGENT SIGNIFICATIVES.....	161
E. PEUT-ON TOUT NÉGOCIER AVEC LA MESORE ? .....	166
F. TENTEZ DE DEVINER LA MEILLEURE SOLUTION DE RECHANGE DE VOTRE ADVERSAIRE .....	167
G. TERMINEZ VOTRE NÉGOCIATION PAR LA TECHNIQUE DE L'ACHÈVEMENT.....	169

## ***CINQUIÈME PARTIE : DE NOMBREUX AUTRES MOYENS DE S'ENRICHIR..... 173***

**Non incluse : à découvrir sur [reussirsenrichir.com](http://reussirsenrichir.com)**

CONCLUSION GÉNÉRALE.....	231
REMERCIEMENTS.....	233



---

# PRÉFACE

par une personne de l'entourage proche de l'auteur

Contrairement aux autres écrivains spécialisés dans le développement personnel, Charles ZINHEK est un parfait inconnu, n'a jamais animé aucun séminaire ni formation. Il ne gagne pas des millions de dollars, n'est pas un grand séducteur. Il occupe un emploi qui ne fait rêver personne et n'a jamais vraiment brillé en société. Vous l'avez compris, il ne dispose pas d'un statut de star ou de référence dans quelque domaine que ce soit (cependant, il le vit vraiment très bien !). Malgré tout cela, il a réussi à accumuler dans les pages qui suivent de nombreux contenus intéressants et de qualité qui pourraient bien changer rapidement votre vie et celle de votre entourage...





---

# INTRODUCTION

Je vous félicite vivement d'avoir fait l'acquisition de cet ouvrage. Les heures que vous consacrerez à sa lecture feront peut-être partie des plus rentables de votre existence.

Récemment, j'ai pris connaissance d'une croyance digne d'intérêt et partagée par plusieurs individus ayant connu de francs succès dans leur vie : après plusieurs années d'activité professionnelle, chaque personne perçoit en général les mêmes revenus que la moyenne des rémunérations de ses cinq amis les plus proches. Considérez ce livre comme l'un de vos meilleurs camarades richissimes qui boostera cette moyenne. Il regroupe en effet de très nombreux savoirs utilisés par les plus grandes fortunes de notre monde.

Les êtres humains attachent généralement une très grande importance à leur propre réussite. Pour beaucoup d'entre eux, elle est liée à leur aisance pécuniaire, et également à de saines et nombreuses relations interpersonnelles entretenues régulièrement.

C'est la raison principale pour laquelle, à travers cet ouvrage, j'ai choisi d'aborder de manière approfondie deux notions que je considère comme fondamentales : l'argent et la séduction. Elles peuvent se révéler interdépendantes. En effet, en plus d'apporter une aide précieuse dans le cadre de relations amoureuses et amicales, bien maîtriser l'art de la séduction peut également augmenter les chances d'un individu de se voir recruté à un poste et à un niveau de rémunération qui lui conviendront. En outre, si une personne qui est déjà salariée parvient à améliorer significativement ses capacités à charmer ses interlocuteurs, ses possibilités d'évolutions professionnelles pourraient être plus nombreuses et les probabilités qu'elle les concrétise plus grandes.

Dans le cadre de l'interdépendance que nous venons d'évoquer, soulignons un autre élément important : gagner beaucoup d'argent peut permettre à un individu d'augmenter son pouvoir de séduction. Il n'est en effet pas nécessaire d'expliquer en détails pourquoi un conducteur qui se déplace dans une voiture neuve d'une valeur de 50 000 € séduira amoureusement avec davantage de facilité que s'il était au volant d'une épave dont la valeur marchande serait de seulement 2 000 €.

Plaçons maintenant nos deux thèmes dans un contexte plus contemporain.

- La démocratisation d'Internet a permis l'émergence de nouveaux outils augmentant les opportunités de séduction. C'est par exemple le cas de plusieurs sites de rencontres comme Meetic et de réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter. D'autre part, et même si nous n'aborderons pas ce sujet dans cet ouvrage, nous pourrions citer des pages Web pouvant faciliter la mobilité professionnelle comme celles de Viadeo.com ou LinkedIn.com. Elles incitent des personnes ambitieuses à mettre en œuvre des stratégies pour charmer plusieurs experts en ressources humaines.
- Malheureusement, nous constatons que, dans notre époque actuelle, un écart financier se creuse quotidiennement entre les personnes qui peuvent être considérées comme riches et celles qui sont dans le besoin. Parallèlement et paradoxalement, le développement de certaines technologies de l'information et de la communication a permis de faciliter significativement l'accès à de très nombreuses connaissances de manière gratuite ou peu onéreuse. Nous pouvons là encore citer Internet qui en est l'exemple le plus représentatif. Chaque individu dont la rémunération est inférieure aux revenus moyens pourrait profiter de cette opportunité d'accès à des savoirs ciblés qui leur seraient utiles pour gagner de l'argent. Ainsi, ils participeraient à combler progressivement l'écart financier que nous avons souligné précédemment, et à diminuer les inégalités présentes dans notre société.

J'ai moi-même tenté de saisir cette opportunité et j'ai parcouru le Web de manière assidue et sélective pour y rechercher des perles de connaissances.

Associé à l'étude de nombreux livres imprimés sur support papier et à l'utilisation d'autres technologies de l'information et de la communication, je me suis autoformé dans des domaines très divers après que j'ai obtenu mon dernier diplôme universitaire. J'ai ainsi découvert avec agacement que de très nombreux principes – et même les plus simples et basiques faisant appel au bon sens le plus élémentaire – qui pourraient aider chaque être humain à favoriser sa réussite ne m'avaient jamais été enseignés lors de mon cursus scolaire. Il a pourtant duré plus de vingt ans !

J'ai donc pensé qu'un grand nombre de mes semblables, y compris ceux qui avaient étudié pendant une période extrêmement longue, se trouvaient peut-être dans le même état que le mien après la fin de mes études : ils ignoraient l'existence d'autres connaissances majeures et très utiles.

Je me suis donc attelé à les regrouper et à les agencer dans cet ouvrage, avec la conviction qu'ils faciliteraient significativement la vie de mes lecteurs. Je me suis

inspiré de la loi de Pareto dans ce projet. Ainsi, par exemple, j'ai tenté de restituer les 20 % des enseignements des livres que j'ai lus qui représentent 80 % de la valeur qui aurait pu être attribuée à ces ouvrages si quelqu'un avait estimé la qualité de leurs contenus liée à l'argent et à la séduction. Peut-être que ce condensé d'érudition sera lui-même à l'origine de 80 % de vos succès lorsque vous tenterez d'augmenter votre propre niveau de richesse financière et de désirabilité ?

Je dois me confier à vous sur un point : j'aurais rêvé avoir lu ce livre lorsque j'avais quatorze ans. Il m'aurait évité bien des tracas, notamment en m'orientant vers des bonnes pratiques spirituelles et comportementales que j'étais à l'époque loin d'avoir assimilées ou bien qui m'étaient inconnues. Il aurait également augmenté la qualité de ma communication intérieure et de mon introspection.

L'ensemble des connaissances qui vous seront présentées sont majoritairement issues de travaux et de réflexions de sages, de chefs d'entreprise, d'hommes d'affaires, d'avocats, de coaches en développement personnel, d'experts et de chercheurs en négociation, communication, psychologie, neuromarketing, programmation neurolinguistique, immobilier, séduction... Je ferai donc référence à de nombreux auteurs dans mon exposé. J'apporterai également humblement des éléments que j'aurai moi-même produits.

Je suis conscient que certains lecteurs estimeront quelquefois que « j'enfoncerai des portes ouvertes » par l'intermédiaire de quelques-uns des enseignements et conseils que je vous soumettrai. Ils les considéreront en effet comme étant trop évidents et logiques pour justifier leur intégration dans un ouvrage. Cependant, j'attache une importance toute particulière à m'adresser à un large spectre de personnes dont font partie les plus jeunes lecteurs. Fournir quelques connaissances basiques présente également l'avantage d'intéresser d'autres individus. Il s'agit de ceux qui me ressemblent en ce qu'ils n'ont pas eu la chance d'imaginer ni de prendre connaissance, très tôt dans leur existence, de nombreux principes leur permettant d'être rapidement performants dans les actes de séduction et d'enrichissement financier.

À l'école, les leçons précèdent toujours les examens. Dans la vraie vie, c'est souvent l'inverse : nombreux sont ceux qui ont connu de lourdes difficultés lorsqu'ils ont dû affronter certaines de leurs nouvelles expériences. Par exemple, les audacieux qui ont essayé pour la toute première fois, sans recevoir aucun conseil, de frapper une balle de golf pour tenter de l'envoyer à plus de cent mètres de distance savent que les probabilités de réussir ce coup sont quasiment nulles.

J'espère que les apprentissages intégrés dans cet ouvrage vous aideront à mieux appréhender et domestiquer le monde.

L'évolution de chaque être humain peut être comparée à un ensemble de grands couloirs parsemés de nombreuses portes fermées. Franchir chacune d'entre elles nous permet d'avancer positivement dans nos existences. Certains dépensent beaucoup de temps, de souffrances, d'énergie ou d'argent pour défoncer ces obstacles. D'autres sont inactifs devant une grande partie de ces accès car ils ne ressentent pas le besoin de les outrepasser ou parce qu'ils pensent qu'ils n'en sont pas capables. Enfin, des personnes privilégiées ont la chance de détenir les clés qui permettent de les ouvrir sans beaucoup d'efforts. Un grand nombre de ces clés – et même des passe-partout qui déverrouilleront plusieurs serrures – vous sera fourni dans les pages qui suivent.

Après avoir abordé dans un premier chapitre quelques bases du succès, je vous expliquerai comment réussir un entretien. Par la suite, nous étudierons successivement les bonnes pratiques liées à la séduction amoureuse et au succès d'une négociation. La dernière partie de ce livre sera destinée à vous présenter de nombreux autres moyens de vous enrichir financièrement.

---

## PREMIÈRE PARTIE

# QUELQUES BASES DU SUCCÈS



Anthony ROBBINS, dans son ouvrage *Pouvoirs illimités*, nous communique une vision intéressante de la réussite : « *C'est le processus par lequel on s'efforce de devenir « plus ». C'est la possibilité de se développer sur le plan affectif, social, spirituel, psychologique, intellectuel et matériel, tout en apportant quelque chose de positif aux autres.* »

Dans le développement qui suit, nous présenterons des outils et des éléments, qui, je l'espère, vous inciteront à construire votre vie comme si elle allait devenir un chef-d'œuvre. Considérez-la comme une toile blanche, vous en êtes le peintre...

---

## I - ORIENTEZ VOS MODES DE PENSÉE ET DE PERCEPTION VERS LA RÉUSSITE

« *Contrôlez votre esprit, et vous contrôlerez votre vie.* »

Bill PROVOST

### A. ADOPTEZ DES ÉTATS POSITIFS

Un état peut se définir comme l'ensemble des phénomènes neurologiques produits dans notre cerveau de manière consciente ou inconsciente à un moment donné. Vous venez de marquer un but lors d'un match de football important ? Vous pourriez en être euphorique. Un médecin a décelé une tumeur cancéreuse à l'un de vos amis ? Il est probable que cette information vous rendra malheureux et inquiet.

Un état peut bien évidemment évoluer en fonction des situations que nous vivons, mais aussi à travers notre physiologie (nos pensées et nos réactions face à un stimulus seront différentes si nous sommes en pleine forme ou dans notre lit avec 40 °C de fièvre). Nos réflexions et la manière dont nous nous représentons le monde et notre environnement peuvent également jouer un rôle important dans la constitution d'un état.

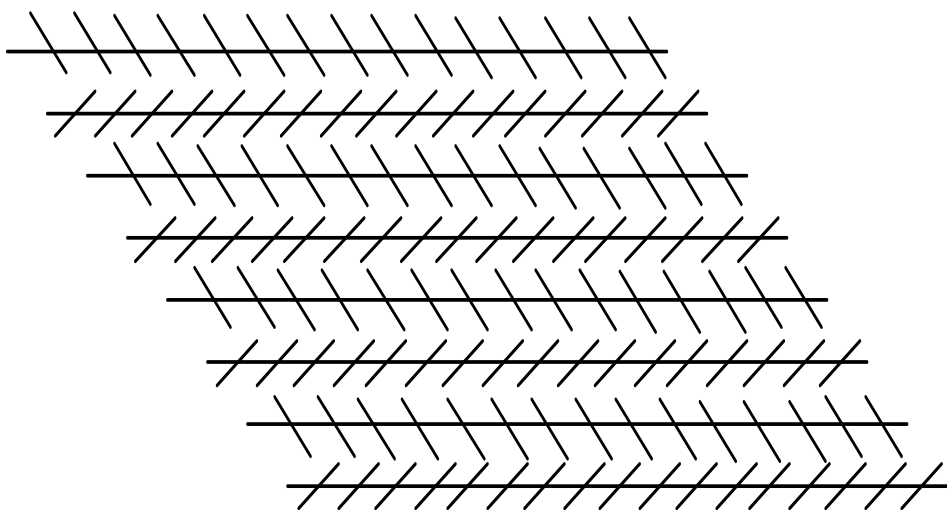
Certains d'entre eux peuvent brider considérablement les chances de succès des individus : la peur, l'angoisse, la tristesse, la frustration.

Cependant, afin de tirer partie de manière optimale de nos ressources spirituelles, il est intéressant de privilégier la recherche permanente de sentiments intérieurs

positifs comme « la confiance, l'amour, la force intérieure, l'extase, la conviction<sup>1</sup> ». Vos probabilités de réussir seront plus grandes si vous parvenez à diriger votre esprit vers cette typologie d'états, et également si vous...

## B. RESTRUCTUREZ VOS SCHÉMAS INTERNES À VOTRE AVANTAGE

Notre cerveau construit sa propre représentation mentale d'un événement en filtrant les informations que lui fournissent principalement trois de nos cinq sens : la vue, l'ouïe et le toucher. Cette représentation est complètement subjective et ne reflète pas exactement la réalité.



---

1. ROBBINS, A., *Pouvoirs illimités*, Robert Laffont, Paris, 1989, p. 52.



Regardez à présent cette autre image.



A priori, les lignes horizontales sont parallèles dans la deuxième image, contrairement à la première ?

Sachez que ces lignes horizontales, qu'elles soient présentes sur l'image 1 ou 2, sont exactement les mêmes. Seule votre perception change.

Les événements de la vie peuvent eux aussi donner lieu à différentes interprétations et à des représentations erronées. Chaque individu donne sa propre signification aux choses, à ce qui lui arrive. Pour cela, il utilise des schémas de références qu'il a façonnés en fonction de ses expériences antérieures. Il nous est possible de modifier ces schémas internes. De ce fait, même dans des situations qui nous paraissent très difficiles à vivre, nous pourrions orienter les filtres de notre esprit de manière à ce que nos représentations de ces événements soient positives, nous donnent du pouvoir et ne constituent plus des limites dans l'accomplissement de nos projets.

Par exemple, certains individus considèrent qu'être victime d'un accident de voiture générant de nombreux mois d'hospitalisation est une expérience négative qu'ils ne souhaiteraient à personne. D'autres, comme Bernard LAPORTE, ancien entraîneur de l'équipe de France de rugby, estimeront que ce type de mésaventure peut être bénéfique. En effet, il l'a connue à l'âge de vingt ans. Il est resté plusieurs mois dans le coma, puis son état physique lui laissait penser qu'il ne pourrait

peut-être plus rejouer un jour au rugby. Il en a profité pour lire de nombreux ouvrages sur le coaching et la motivation, l'amenant ainsi à orienter sa carrière professionnelle vers le métier d'entraîneur. Il n'aurait jamais connu un si grand succès à ce poste s'il n'avait pas vécu cet « accident de la vie ».

À l'inverse, l'exemple suivant vous montrera comment une nouvelle qui peut sembler heureuse au premier abord générera une fin tragique. C'est l'un des médecins de Koh Lanta qui en a fait la triste expérience. En effet, il a dû ressentir de la satisfaction lorsqu'il a appris qu'il était choisi pour travailler dans le cadre de cette émission de télévision. Sa perception aurait été bien évidemment différente s'il avait su que cette nomination l'amènerait quelques années plus tard à se suicider, après les controverses mettant en doute ses qualités professionnelles suite au décès de l'un des candidats au cours d'une des épreuves de ce programme de télé-réalité.

Ces deux exemples vous permettent de constater que les interprétations et les perceptions positives ou négatives des individus concernant leurs expériences peuvent ne pas toujours refléter la réalité.

Dans ce contexte, et afin d'améliorer votre niveau de bien-être et votre réussite, vous pourrez donc considérer comme bénéfiques des expériences qui vous semblaient ou qui vous semblent générer des conséquences nuisibles. Pour cela, adoptez des schémas intérieurs, des filtres perceptuels positifs.

- Vous venez de perdre votre emploi ? Il s'agit là d'une très bonne opportunité pour enfin trouver un métier qui correspondra davantage à vos attentes.
- Il est prévu qu'il pleuve tout le week-end ? Profitez-en pour inviter plusieurs connaissances qui vous aideront à rénover cette chambre d'amis qui vous déplaît depuis si longtemps.
- Votre taxi a du retard ? Mettez en évidence le fait que, grâce à cela, vous avez peut-être évité un grave accident de la route qui aurait pu se produire si le taxi était arrivé à l'heure convenue.
- Vous payez trop d'impôts ? Félicitations, vous gagnez bien votre vie !

Sollicitez le plus souvent possible ces restructurations bénéfiques, ce positivisme. Faites en sorte qu'il constitue pour vous une philosophie de vie. Il existe peu de choses qui sont a priori désagréables dans nos existences qui ne peuvent pas être transformées plus positivement. Cette dernière phrase fait partie...

## C. DES CROYANCES QUI VOUS PERMETTRONT D'ATTEINDRE VOS OBJECTIFS

Les croyances peuvent être définies comme des « accès préétablis à la perception, qui filtrent la communication avec nous-mêmes de façon systématique<sup>2</sup> ». Plus prosaïquement, une croyance correspond au fait d'admettre une chose comme réelle, certaine.

Un individu peut générer ses propres croyances par l'intermédiaire de l'environnement dans lequel il a grandi, les connaissances acquises lors de ses lectures ou de ses visionnages d'œuvres cinématographiques, les personnes qu'il considère comme ses modèles, les expériences qu'il a vécues (ce qu'il a déjà su faire, il pourra le reproduire)... Ces différentes sources peuvent lui permettre de façonner ses idées concernant :

- la politique. Exemple : « *Il est faux de penser que tous les politiciens sont malhonnêtes.* »
- la famille. Exemple : « *Les enfants qui disposent d'une chambre individuelle sont satisfaits d'être ainsi plus indépendants.* »
- le sport. Exemple : « *Pratiquer une activité sportive est bénéfique pour la santé.* »...

Cependant, votre réussite sera probablement davantage liée à vos croyances concernant :

- vos capacités personnelles. Exemple : « *J'ai travaillé de manière efficace à tous les postes qu'il est possible d'occuper dans un bar restaurant, c'est pourquoi je deviendrai certainement un très bon gérant de bistrot.* »
- votre accession au bonheur. Exemple : « *Surperformer est une des conditions qui me rendra heureux.* »
- la manière dont vous considérez le travail. Exemple : « *le travail est nécessaire à mon épanouissement personnel* » ou bien « *le travail est un jeu* ». Dans ce dernier cas, vous serez incité à choisir un travail que vous appréciiez et à renforcer sa perception ludique par votre esprit. Tentez de l'aborder en vous disant intérieurement que vous éprouverez du plaisir lors de sa réalisation et que vous en tirerez de nombreuses connaissances et compétences utiles à l'amélioration de votre vie.

---

2. ROBBINS, A., *op. cit.*, p. 71.

« L'accomplissement suprême est d'estomper la frontière entre le travail et le jeu. »

Arnold TOYNBEE

Vous trouverez ci-dessous deux autres croyances intéressantes.

- « *Comprendre des choses de manière trop approfondie n'est pas une condition obligatoire pour mener à bien les actions qui vous permettront d'atteindre le succès.* » Dans une optique de gain de temps, les personnes qui réussissent peuvent se limiter à connaître et à comprendre seulement les éléments essentiels qu'ils auront sélectionnés et qui les mèneront vers leur objectif. Ainsi, un vendeur de voitures n'aura pas forcément besoin d'être un expert en mécanique automobile pour réaliser des niveaux de ventes records.
- « *Les gens qui réussissent le mieux ne sont pas systématiquement les plus intelligents ou les plus forts, mais ils peuvent être les plus engagés.* » Cette croyance met en lumière les bénéfices de l'engagement total pour atteindre un objectif, elle se traduit souvent par :
  - un rythme d'entraînement ou de travail bien plus soutenu et assidu que la moyenne (voir aussi la page 26 de la partie « Le travail et l'apprentissage au service de votre richesse ») ;
  - une fixation intense et permanente des pensées vers un but précis. Cette activité spirituelle peut inciter l'individu qui la maintient à utiliser ou imiter certaines bonnes pratiques permettant d'atteindre les objectifs convoités (la page 29 détaille ce sujet par l'intermédiaire du « SECRET »).

Assurez-vous que vos croyances soient positives, utiles et efficaces dans votre accession au succès. Comme vous vous en doutez, vous pourriez en trouver bien d'autres qui regroupent ces caractéristiques.

En revanche, certaines de vos croyances entraveront votre réussite. Exemples : « mes connaissances et mes compétences sont trop limitées pour que je puisse obtenir cette promotion », « je ne suis pas assez beau pour oser aborder des filles que je ne connais pas »... Listez-les puis modifiez-les ou remplacez-les à votre avantage.

Vous êtes peut-être habité et entravé par la croyance suivante qui est partagée par la grande majorité de la population : « *Les individus sont amenés à suivre l'exemple du groupe social dans lequel ils évoluent.* » Si tel est le cas, voici mon conseil :

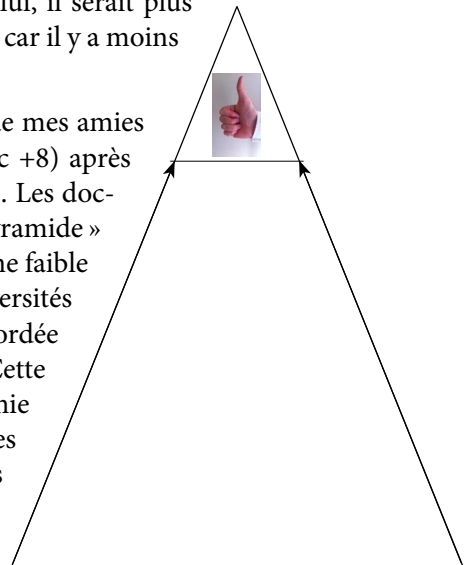
## D. BRISEZ VOS CARCANS SOCIAUX S'ILS VOUS BRIDENT

Nous avons grandi avec une multitude de références véhiculées par notre famille et nos amis : leur vision de la vie, leurs ambitions, leur travail, leurs attitudes, la manière dont ils occupent leur temps libre, les diplômes qu'ils ont obtenus... La majorité des personnes vivant dans les pays industrialisés a l'avantage de pouvoir vivre de manière convenable sans être obligée de produire des efforts importants. Certains évoluent « tranquillement » dans leur vie, comme s'ils conduisaient une voiture à cinq vitesses sans dépasser la première, et cela leur convient.

Je me souviendrai toujours d'une phrase que m'a dite une personne de ma famille lorsque j'étais étudiant : « *Attention à ne pas obtenir trop de diplômes, tu risques d'avoir plus de difficultés à trouver du travail plus tard.* » Cet avertissement correspond-il vraiment à la réalité ? Après avoir lu la partie précédente, vous avez rapidement compris que cette phrase constituait une croyance principalement relayée par les médias lorsqu'ils montrent des jeunes diplômés à la recherche d'emplois et éprouvant des difficultés à trouver du travail malgré leur très haut niveau d'études.

Comment inciter alors un jeune situé dans une classe sociale relativement basse ou moyenne à atteindre le sommet de la pyramide ? Il serait nécessaire de lui expliquer, et cette information peut également être utile à des individus de tout âge, que les 5 % de personnes ayant réussi dans leur vie de manière hors norme sont souvent amenés à suivre un chemin indépendant de ceux empruntés par 95 % de la population atteignant des succès « moyens ». Earl NIGHTINGALE, dans son ouvrage *Lead The Field*, va même plus loin : pour lui, il serait plus facile de gagner au sommet de la pyramide, car il y a moins de compétition à ce niveau.

L'exemple suivant lui donne raison : une de mes amies s'est engagée dans un doctorat (niveau bac +8) après avoir obtenu son Master 2 (niveau bac +5). Les doctorants correspondent au « sommet de la pyramide » des étudiants en commerce / marketing. Une faible proportion de jeunes fréquentant les universités atteignent ce niveau. Une bourse était accordée aux deux meilleurs élèves de sa classe. Cette dernière n'en comptait que... trois. Mon amie disposait donc de plus de 66 % de chances d'obtenir l'aide financière. Jusqu'alors, dans le cadre de son cursus scolaire, cette probabilité lui était bien moins favorable.



Elle réussit à recevoir sa bourse d'État qui lui a permis de vivre convenablement pendant ses trois années de thèse. Elle n'était alors pas obligée de travailler pour subvenir à ses besoins et pouvait se consacrer plus sereinement à ses études.

Et vous, à quelle partie de la pyramide préférez-vous accéder ?

Ce chapitre a mis en lumière quelques méthodes permettant de conditionner favorablement notre esprit à nous aider à atteindre le succès. Il nous apprend notamment qu'il est nécessaire de faire preuve de positivisme et d'orienter à notre avantage nos croyances, nos sentiments intérieurs, mais également nos représentations mentales et nos perceptions liées aux événements.

La partie qui suit traite elle aussi de perceptions. L'un de ses objectifs est d'améliorer celles que portent les autres à votre égard. Pour cela...

---

## II - AUGMENTEZ VOTRE PROPRE VALEUR

### A. CULTIVEZ DES QUALITÉS ESSENTIELLES

#### 1. Persévérez car les échecs mènent souvent aux succès

Le manque de persévérance est un des principaux facteurs qui mènent à l'échec.

*« Un lâcheur ne gagne jamais et un gagnant ne lâche jamais.  
Si vous voulez réussir plus rapidement, doublez vos échecs. »*

Napoleon HILL

Parmi les individus obstinés, beaucoup ont tendance à reproduire de manière répétée les mêmes comportements avec l'espoir de générer des résultats différents.

Albert EINSTEIN lui-même disait : *« La folie, c'est de tout le temps faire la même chose et de s'attendre à un résultat différent. »*

Vous essayez d'obtenir quelque chose et vous n'y parvenez pas ? Recommencer l'action après avoir identifié les causes probables de l'échec que vous avez subi.

Vous pourrez alors mettre en place des mesures correctives ou des approches différentes qui vous permettront d'atteindre le succès, une ou plusieurs tentatives plus tard. Gardez à l'esprit que ceux qui appliqueront ce principe vous dépasseront. Puisque j'ai décidé avec une conviction étonnante de battre le record mondial du nombre de citations au centimètre carré intégrées dans un chapitre d'un livre, en voici une autre :

*« L'échec est seulement l'opportunité de recommencer  
d'une façon plus intelligente. »*

Henry FORD

Par exemple, Abraham LINCOLN a démontré son caractère très persévérant : il a fait faillite deux fois et a perdu huit élections différentes. Il est ensuite devenu le président des États-Unis en 1860.

## 2. L'intégrité

Elle peut se définir comme la capacité d'un individu à agir en conformité avec ce qu'il est réellement. La notion d'honnêteté peut également être associée à ce terme. Soyez intègre en permanence : la qualité de votre amour propre, de vos relations et de vos récompenses en sera améliorée.

### FOCUS

#### HONNÊTETÉ

Je vous serai reconnaissant de retenir davantage la phrase précédente que le développement qui suit. En effet, je ne souhaite pas présenter une affirmation trop cynique qui irait à l'encontre de l'intégrité que j'ai prônée dans cette partie. C'est la raison pour laquelle j'ai décidé de vous apporter une simple information que vous pourrez interpréter comme vous le souhaitez : de très nombreuses personnes qui ont atteint un succès hors norme n'ont pas toujours été excessivement honnêtes.

Par exemple, il est unanimement reconnu que de nombreux hommes politiques de très grande qualité ont été élus en mettant en avant des promesses qu'ils n'ont pas tenues. Souvenez-vous de l'ancien président Jacques CHIRAC annonçant qu'il se

baignerait dans l'eau de la Seine à Paris ou de Nicolas SARKOZY qui promettait pendant sa campagne présidentielle que plus aucun sans domicile fixe ne mourrait de froid dans les rues pendant son quinquennat.

Cette « honnêteté partielle » peut également se matérialiser dans le monde de l'entreprise. Un de mes supérieurs hiérarchiques unanimement reconnu pour son énorme talent de manager commercial m'a dit un jour que, pour atteindre un objectif, il était possible d'être très légèrement malhonnête en mentant rarement et sous conditions :

- votre interlocuteur ne doit pas avoir la possibilité de vérifier la véracité de vos affirmations mensongères ;
- il est nécessaire de se rappeler les mensonges que l'on dit. Certaines personnes ont une très bonne mémoire et pourraient vous décrédibiliser si vous apportez plusieurs versions d'un même événement lors de conversations espacées dans le temps.

### **3. La fiabilité**

Avez-vous déjà failli à l'un de vos engagements envers une connaissance, proche ou non ? Par exemple, vous aviez prévu d'organiser une rencontre avec un ami avant une date précise que vous aviez convenu ensemble, et par la suite vous vous êtes dit que vous n'aviez « pas le temps » ? Vous n'avez pas pris la peine d'appeler cette connaissance pour l'informer de votre indisponibilité car vous pensiez que cela était inutile... Si tel est le cas, quel était votre niveau d'embarras à ce sujet ?

À l'inverse, une personne vous a-t-elle déjà annoncé qu'elle devait vous rappeler sans que cela soit suivi d'effets ? Quelle impression avez-vous ressentie suite au non-respect de la parole de cet individu ?

Beaucoup d'entre nous ont vécu ce type d'expérience, et une majorité avouerait certainement un niveau d'embarras plus élevé dans le second cas.

Deux enseignements peuvent être mis en exergue suite à ces exemples :

- il arrive que de nombreuses personnes sous-estiment l'inconfort généré chez leurs interlocuteurs lorsqu'elles ne tiennent pas leurs engagements ;
- lorsqu'une personne nous fait une promesse qu'elle ne respecte pas, nous avons tendance à être déçus, certains pouvant aller jusqu'à dénigrer l'individu en question ou conserver une rancœur tenace envers lui.



Si vous-même êtes victime d'une personne n'ayant pas tenu sa parole, n'y accordez pas une importance démesurée. À ce sujet, j'affectionne tout particulièrement la citation suivante qui peut se montrer utile dans bien d'autres situations :

*« Les petits événements affectent les petits esprits. »*

Benjamin DISRAELI

La fiabilité est une qualité rare et très appréciée : tenir vos engagements, même les plus insignifiants, vous apportera une grande aide dans la construction et l'entretien de vos relations interpersonnelles et de votre renommée. Dans le chapitre suivant, nous évoquerons le fait que...

#### **4. D'autres qualités contribueront à vous forger une bonne réputation**

Commençons par une définition succincte : une réputation repose sur la façon dont sont perçus le caractère et la manière d'agir d'un individu.

Travailler activement à ce qu'elle soit bonne et solide vous permettra de susciter plus rapidement la confiance, la bienveillance, l'amitié (voire l'amour) d'autres personnes à votre égard. Comme vous l'imaginez, elle se construit généralement sur le long terme et exige des efforts quotidiens et constants. Les qualités que nous venons d'évoquer dans les paragraphes précédents, à savoir la persévérance, l'intégrité, l'honnêteté, la fiabilité, contribueront bien entendu à faire croître votre réputation positive. Afin de la renforcer, il vous serait également utile de montrer – et cette liste n'est pas exhaustive – que votre vie est équilibrée, que vous avez des passions, des projets, que vous êtes sociable, charismatique, sympathique, intéressant, de bonne humeur, réfléchi. Enfin, vous entourer de personnes dont le caractère et la manière d'agir sont perçus positivement vous aidera grandement dans la construction et la communication de votre renommée.

Posséder toutes les qualités que nous venons d'aborder constitue un excellent préalable au succès. Pour le bâtir, le consolider, l'élever, vous devrez ajouter quelques ingrédients supplémentaires...

## B. LE TRAVAIL ET L'APPRENTISSAGE AU SERVICE DE VOTRE RICHESSE

Comme beaucoup d'individus, vous estimez ne pas être assez rémunéré ? Avant de vouloir gagner plus, il vous sera nécessaire de valoir plus.

Ainsi, dans une démarche globale d'amélioration personnelle, il serait intéressant de vous comparer à une entreprise. Imaginez que vous en êtes son président et principal actionnaire, les autres actionnaires étant les membres de votre famille qui ont investi en votre personne et qui ont toujours cru en votre potentiel de réussite élevée. Votre objectif : faire augmenter en permanence la valeur de vos actions. Déterminez leur niveau de croissance annuelle : certaines sociétés connaissent des hausses de plus de 150 % par an, pourquoi pas vous ? Pour cela, investissez dans un domaine souvent délaissé par les individus après qu'ils ont terminé leurs études : l'activité de recherche et développement.

Comme nous l'avons déjà évoqué dans l'introduction de cet ouvrage, notre époque moderne nous permet, notamment grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, d'accéder à des quantités impressionnantes de connaissances en tout genre gratuitement ou à coûts réduits. Profitez-en : pour les premiers êtres humains apparus sur Terre, le pouvoir était monopolisé par les individus ayant la plus grande puissance physique. Ensuite, concernant les rois, ce pouvoir pouvait être transmis par le sang, alors qu'au début de l'ère industrielle, le capital était souvent la source des êtres les plus puissants. Aujourd'hui, c'est le Savoir qui est le Pouvoir : il mène aux succès. Nous aborderons ci-dessous deux thèmes qui pourraient vous permettre d'augmenter votre niveau de savoir : la bonne connaissance d'une langue et la grande quantité d'informations pointues assimilées sur un sujet précis.

### 1. Travaillez votre vocabulaire

Il est statistiquement prouvé que la richesse du vocabulaire d'un individu et son degré de maîtrise du langage sont directement corrélés à sa réussite. Ces éléments sont révélateurs de son niveau socioculturel, ils améliorent également l'efficacité de l'apprentissage et la qualité des communications interpersonnelles. De ce fait, dès que vous entendez ou lisez un mot inconnu, jetez-vous sur votre dictionnaire pour en comprendre la signification et tentez de le mémoriser. Cette habitude pourrait vous permettre d'augmenter vos revenus financiers. Vous pourriez aussi accroître le niveau de votre vocabulaire en lisant davantage. Constituez-vous une

bibliothèque avec de nombreux ouvrages de qualité. Les personnes qui réussissent sont souvent de grands lecteurs, ces œuvres pourraient de plus...

## 2. Améliorer votre expertise

Même si, sur la base de l'éthique, chaque être humain a la même valeur, le système de rémunération des pays capitalistes est bien moins égalitaire et se base principalement sur la quantité et la rareté du savoir, des aptitudes de chacun (voir aussi la loi de la réciprocité page 44 qui est également applicable aux rétributions salariales). Par exemple, un balayeur peut apprendre son métier pendant une période relativement courte : il pourrait être facilement remplaçable. Il n'accèdera pas aussi aisément aux richesses de ce monde qu'un chirurgien reconnu qui a suivi de très nombreuses années d'études.

Vous souhaitez augmenter vos revenus ?

Vous êtes rémunéré pour effectuer un certain nombre d'activités dans votre profession : travaillez davantage. Augmentez chaque jour le niveau de qualité de la réalisation de toutes vos tâches.

*« En fait de préceptes, on n'en a encore trouvé que deux : le premier qui conseille de naître avec du génie ; c'est l'affaire de vos parents, ce n'est pas la mienne ; le second qui conseille de travailler beaucoup, afin de bien posséder son art ; ce n'est pas non plus la mienne. »*

Hippolyte TAINÉ

Prenez la responsabilité de votre propre développement. Spécialisez-vous dans un domaine que vous connaissez déjà très bien. Par exemple, celui dans lequel vous travaillez ou pour lequel vous êtes passionné (pour atteindre cet objectif, vous pourriez entre autres vous aider du focus « Ce principe peut également s'appliquer sur votre manière d'utiliser votre temps » de la page 176 de cet ouvrage).

Comme nous l'avons expliqué précédemment, une personne détenant des compétences rares pourra espérer obtenir des revenus importants. De ce fait, cherchez à acquérir un niveau de connaissances et de compétences exceptionnellement élevé dans l'activité que vous aurez choisie (voir aussi focus « L'expert » dans la partie « Séduction » page 121). Suivez en permanence les actualités qui font référence à ce thème, assistez à des formations, lisez de nombreux livres traitant de ce sujet.

Après avoir prouvé que vous étiez meilleur que tous les individus occupant les mêmes fonctions que vous, cherchez à surperformer les experts les plus pointus dans le domaine que vous maîtrisez. De cette manière, votre présence tendra à devenir indispensable pour la bonne marche d'une ou de plusieurs organisations. Vous pourriez même approfondir vos efforts en rédigeant vous-même un ou plusieurs ouvrages ou en gérant un blog rémunérateur concernant l'activité pour laquelle vous êtes très qualifié.

## ILLUSTRATION

### *LA REINE DU BAL*

Pour vous faire comprendre de manière plus claire cette dernière partie, souvenez-vous de la fille célibataire (elle ne l'est d'ailleurs pas restée très longtemps), la plus belle que vous ayez connue lorsque vous étiez au lycée. Si vous êtes une femme, vous l'avez certainement jalouée, si vous êtes un homme, peut-être la désiriez-vous à l'instar de la quasi-totalité des garçons de votre école à l'époque ? Sachez qu'en vous spécialisant à l'extrême en maîtrisant des connaissances et compétences pointues, vous pourriez ressentir certaines émotions ressemblant à celles qu'a connues cette fille. Vous serez notamment étonné par le nombre de sollicitations (professionnelles bien évidemment) que vous recevrez, vous n'aurez qu'à choisir parmi celles qui vous intéresseront le plus.

Afin de devenir un être remarquable et exceptionnel, multipliez les qualités, connaissances et compétences qui vous habitent. Dans le même temps, vous pourriez également tenter de découvrir des opportunités de création de richesse et d'appliquer des enseignements qui vous permettront d'« attirer » davantage la chance vers vous. La partie suivante vous aidera dans ces projets en vous expliquant...

### III - COMMENT RECHERCHER LE SUCCÈS ET AUGMENTER VOS PROBABILITÉS DE L'ATTEINDRE

#### A. LA RÉUSSITE : LE FRUIT DU HASARD ?

Nombreux sont les individus qui ont tendance à faire porter la responsabilité de leurs échecs sur des éléments extérieurs à leur propre personne. D'autres sont convaincus que c'est leur propension à être chanceux qui leur a permis de rencontrer plusieurs succès. Les principes développés ci-dessous traitent de ces réflexions.

##### 1. Le Secret

Une ancienne croyance révèle que notre cerveau est un organe récepteur et transmetteur d'informations par l'intermédiaire d'ondes. Afin d'atteindre un objectif, il nous suffirait d'émettre assez d'ondes qui partent de notre cerveau vers l'univers entier, et donc assez de pensées concernant cet objectif pour faire en sorte qu'il se réalise. Il serait nécessaire d'envoyer ces ondes de la manière la plus fréquente et la plus intense possible. Si par exemple, vous souhaitez gagner dix millions d'euros dans les trois prochaines années, il vous suffirait de penser de manière permanente à gagner cette somme, qu'elle devienne un désir ardent, une obsession, pour que l'univers fasse en sorte d'amener vers vous la richesse attendue.

J'ai tout d'abord trouvé cette croyance très étrange d'autant que personnellement, j'estime que cette théorie relève plus de la magie que d'éléments concrets. Mon esprit cartésien m'empêchait d'y adhérer aveuglément. Après réflexion, je pense qu'elle est digne d'intérêt bien que la partie « transfert d'ondes » ne m'ait pas pleinement convaincu. En effet, j'estime que conditionner son propre cerveau de manière permanente à la réussite d'un objectif, mobiliser une grande partie de son temps de réflexion et d'analyse dans l'optique de l'atteindre, sont des éléments qui boosteront sans doute la propension d'un individu à se rapprocher de son but. Ainsi, il serait beaucoup plus attentif aux éléments qui favoriseraient l'accomplissement de ses projets et il pourrait davantage s'ouvrir à son environnement afin de trouver lui-même des solutions et des personnes qui l'aideront à cette fin.

Même s'ils font aujourd'hui partie de la population des adolescents ou des adultes, de nombreux individus se considèrent encore comme de grands enfants. Afin d'aller à l'encontre du désenchantement du monde, au fond d'eux-mêmes, certains d'entre eux espéreront peut-être que la magie de ce secret sera réelle...

Dans l'hypothèse où la véracité de cette croyance serait un jour prouvée, elle donnerait encore plus de poids à l'évidence suivante...

## **2. Vous seul êtes responsable de la très grande majorité de ce qu'il se passe dans votre vie**

Prenez votre vie en main, ne croyez pas que vos échecs sont seulement le fruit de votre éducation qui n'aurait pas été aussi parfaite que celle dont vous auriez souhaité bénéficier. De même, si votre job actuel ne vous satisfait pas, inutile de vous dire que les raisons en sont :

- la jalousie de votre supérieur hiérarchique qui ne veut pas que vous risquiez de lui prendre sa place en vous attribuant une promotion ;
- la pauvreté de votre famille qui ne vous a pas permis d'accéder aux plus grandes écoles ;
- votre manque de réseau de personnes influentes qui auraient pu vous proposer un travail digne de vos ambitions...

Ne vous lamentez pas sur les raisons qui ont généré vos échecs, vous gaspillerez une énergie précieuse.

*« Le remords c'est comme un chien qui mord dans un caillou, c'est une bêtise. »*

Friedrich NIETZSCHE

Comme nous l'avons déjà évoqué dans la partie nommée « Persévérez car les échecs mènent souvent aux succès » page 22, utilisez vos expériences malheureuses pour gommer vos points faibles et trouvez des solutions qui vous permettront d'atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés. D'autre part, si vous avez observé de manière répétitive dans votre vie que vous aviez beaucoup de chance ou de malchance, vous en êtes là encore le principal responsable.

Vous êtes l'artisan de votre vie, vous seul pouvez œuvrer significativement pour la transformer, cela sera notamment le cas si vous...

### 3. Provoquez votre chance

*« Le hasard ne favorise que les esprits préparés. »*

*Louis PASTEUR*

La chance peut être considérée comme une compétence. Vous pourrez l'améliorer. Chacun de nous dispose en effet d'une capacité à créer un environnement propice (ou non) à la réussite. Évitez de vous enfermer dans un système de vie et de travail routinier. Soyez curieux, ouverts sur le monde, faites preuve de vigilance et de discernement pour sélectionner les secteurs d'activité et les lieux géographiques qui vous seraient les plus favorables aux moments propices. Identifiez également les opportunités, les idées, les personnes qui seront susceptibles de favoriser votre succès. Provoquez, créez les situations qui vous permettront de vous rapprocher de vos objectifs. Tentez par l'intermédiaire de votre réseau (nous traiterons ce sujet plus en détails page 45 dans « Bâtissez et entretenez votre réseau »), par vos projets, connaissances et compétences, de créer de la chance pour d'autres individus, de devenir LEUR CHANCE. Ils pourraient en retour vous proposer leur aide, cette dernière pouvant se montrer infiniment plus précieuse que celle que vous leur avez apportée par le passé.

D'autre part, faites preuve d'anticipation : il est toujours utile d'avoir un projet, une longueur d'avance sur les autres. Les chanceux ont déjà dans la tête ce qui va leur créer plus tard des opportunités de succès. La vie est semblable à un jeu d'échecs, préparez chaque coup avec minutie et essayez d'anticiper ce qu'elle vous réservera, comment elle fera évoluer les événements ou les autres personnes qui influenceront votre propre existence.

Une autre notion primordiale associée à l'anticipation est la profondeur de vision. Choisissons un exemple simple pour l'expliquer : imaginons un gland que vous trouvez sous un arbre. Si vous laissez s'exprimer votre profondeur de vision : que voyez-vous à l'avenir pour ce fruit ? Certains verront un chêne... D'autres, visionnaires à plus long terme, s'imagineront une forêt qui a été générée par les glands de l'arbre initial, qui auraient à leur tour fait pousser d'autres chênes après plusieurs années de croissance. Enfin, les personnes dotées d'une profondeur de vision encore plus importante pourraient imaginer un groupe d'immeubles construits avec le bois des arbres de la forêt en question... Tentez de faire partie de ce dernier groupe de personnes visionnaires.

Associée à tous les autres enseignements de ce paragraphe, cette précaution vous permettra de maximiser vos chances de réussir. Toutefois, ce processus d'optimisation n'aura de sens que si vous...

## B. ATTEIGNEZ DES OBJECTIFS ADAPTÉS À CE QUE VOUS ÊTES ET À CE QUE VOUS SOUHAITEZ DEVENIR

Comme vous l'avez constaté dans la partie soulevant la nécessité de briser ses propres carcans sociaux, seulement 5 % de la population réalise des succès peu communs. En effet, les démarches qui amènent aux succès désirés peuvent être longues et embarrassantes. Ne gaspillez donc pas votre temps précieux en tentant d'accéder à des réussites futiles. Il est important de souhaiter atteindre des objectifs dignes d'intérêt (il ne s'agit pas systématiquement d'objectifs qui seront créateurs de richesse financière) : devenir l'ami proche d'une personne que vous appréciez beaucoup ? Apprendre à bien jouer d'un instrument de musique ? Devenir meilleur ouvrier de France en pâtisserie ? Avoir une promotion dans la société que vous emploie ? Acheter cette maison qui vous fait tant rêver ? Monter un commerce de location de bateaux sur une île paradisiaque ? Les buts que vous souhaitez atteindre devront bien évidemment être bénéfiques pour vous-même et ne nuiront pas aux autres ni à notre planète.

Utilisez des termes positifs pour les désigner : pensez à ce que vous voulez plutôt qu'à ce que vous aimeriez éviter. N'ayez pas peur des éventuelles critiques qu'ils pourraient susciter. Privilégiez des objectifs sur lesquels votre propre action sera déterminante à leur réalisation : évitez ceux qui dépendront de manière trop importante d'autres personnes (nous aborderons dans la partie qui suit qu'il est néanmoins intéressant de recourir à l'aide d'autres individus dans certains cas) et plus généralement de facteurs indépendants de votre volonté. En plus de vos différentes connaissances et compétences que nous avons déjà évoquées précédemment, identifiez vos buts en fonction de vos motivations, de la vie que vous rêvez idéale, de vos traits de caractère, de votre temps disponible, des ressources financières que vous pourriez investir si vous avez la chance d'en disposer...

Un autre élément pourrait vous aider dans cette recherche. Posez-vous la question suivante : si vous étiez certain de réussir chaque chose que vous entreprenez, quels objectifs vous fixeriez-vous ?

### FOCUS

#### *FAITES-VOUS AIDER*

Dans le cadre d'un projet, il est très utile de faire appel à d'autres personnes compétentes dans des spécialités que vous ne maîtrisez pas complètement (exemples : psychologie, management, design, vente, marketing, ressources humaines, ingénierie, conception et maintenance de sites Internet, comptabilité). Elles



contribueraient ainsi à le faire avancer et le concrétiser. Le temps de réalisation du projet en question serait bien évidemment nettement raccourci, sa qualité pourrait également être améliorée de manière significative. Dans la mesure du possible, choisissez des personnes bienveillantes, réfléchies, intelligentes et prêtes à vous aider en s'harmonisant avec vos pensées. De nombreuses fortunes se sont formées sur ces bases.

Attention :

- votre projet a pour objectif de vous rendre riche et vous vous associez avec d'autres personnes pour le réaliser ? Prenez garde à ne pas trop divulguer de détails concernant ce projet car il existe un risque que ces personnes profitent de manière déloyale de vos idées ;
- si vous parlez à certaines de vos connaissances (amis, famille, collègues de travail) de votre dessein, vous pourriez éveiller en eux un sentiment de jalousie qui pourrait nuire à sa bonne réalisation. Soyez donc vigilant sur le choix des personnes avec qui vous échangerez à ce sujet. Vous pourriez également choisir de demander des conseils à certaines de vos connaissances sans leur parler de manière précise de votre projet.

*« C'est dans la modestie et le silence que réside la vraie sagesse. »*

Napoleon HILL

D'autre part, dans le cadre de l'optimisation de votre temps, il serait intéressant que vous estimiez la durée qui vous sera nécessaire pour l'accomplissement de chacun de vos objectifs. Vous pourrez ainsi plus facilement faire preuve d'anticipation pour le choix des autres projets que vous tenterez de réaliser. Si vous le souhaitez, vous pourriez même continuellement vous fixer de nouveaux buts, pourquoi pas chaque jour, avec toujours plus d'ambition après les avoir atteints.

Commencez tout de suite : établissez votre longue liste d'objectifs sur une feuille de papier ou sous format informatique, vous devrez bien sûr la faire évoluer et croître dans le futur. Isolez ensuite ceux que vous considérez comme prioritaires. Comme vous le savez peut-être déjà, chaque être humain est loin d'utiliser la totalité du potentiel de son cerveau. Pour solliciter son aide précieuse, rédigez chaque jour (ou presque) l'une de ces aspirations prioritaires. Vous l'aurez préalablement puisée dans la longue liste évoquée précédemment ou bien vous pourriez l'avoir déterminée le

jour même. Pendant l'heure qui suit, dans le cadre d'une sorte de *brainstorming*<sup>3</sup> que vous réaliserez seul, listez l'ensemble des idées qui vous aideraient à l'atteindre. Cette technique contribuera à ce que vous en accumuliez des milliers... Parmi celles qui seront exploitables et qui vous permettront de vous améliorer, vous pourriez même peut-être trouver celle qui changera votre vie.

Par ailleurs, vous découvrirez peut-être d'autres éléments qui changeront de manière significative le cours de votre existence si vous...

## C. CHERCHEZ LES OPPORTUNITÉS DE SUCCÈS FINANCIERS DANS VOTRE ENVIRONNEMENT PROCHE

Nous avons tous le potentiel de devenir richissimes. En effet, chacun d'entre nous dispose intérieurement de nombreuses mines d'or. Il est simplement nécessaire de les rechercher activement puis de les exploiter intelligemment afin d'en obtenir les bénéfices.

Dans cette optique, vous pourriez modifier en profondeur la manière dont vous appréhendez chaque situation, chaque difficulté que vous rencontrez dans votre vie. Tenter de les observer de manière détaillée avec comme objectif de déceler les opportunités de création de richesse (elles sont infinies) et de succès qu'elles pourraient renfermer.

L'homme anatomiquement moderne est né il y a 200 000 ans. La roue a été créée il y a environ 5 500 ans. Cela signifie que pendant presque 195 000 ans, aucun homme n'a pu concevoir un outil révolutionnaire qui lui aurait évité bien des efforts ! De nombreux exemples de découvertes de ce type existent et, aujourd'hui encore, des solutions aussi simples pourraient vous permettre de faire fortune.

De manière plus ciblée, nous avons évoqué dans une partie précédente (« Améliorer votre expertise » page 27) l'utilité d'augmenter votre niveau d'expertise dans une activité que vous connaissez bien, afin d'augmenter vos chances d'atteindre le succès. De même, vous pourriez faire le choix d'être créatif en recherchant des idées de production de valeurs dans le ou les domaines que vous maîtrisez.

Par exemple, réfléchissez attentivement au travail que vous effectuez chaque jour,

---

3. Un *brainstorming* est une méthode de créativité permettant de trouver en groupe des solutions pertinentes à un problème. L'une des règles est que chaque membre du groupe exprime toutes ses idées, qu'elles soient sérieuses ou complètement absurdes, sans réserve ni censure.

ou à vos passions : tentez de les observer avec un regard nouveau. Ainsi, disséquez tous les éléments qui les composent, les actions que vous réalisez, les problèmes que vous rencontrez et qui ne sont pas résolus.

Ensuite, identifiez et mobilisez toutes vos connaissances, compétences et motivations. Elles vous serviront peut-être à conceptualiser un projet révolutionnaire qui, s'il ne change pas le monde, pourrait au moins changer votre vie.

Dans tous les cas, vous devrez déterminer :

- le **type d'activité** qui vous permettra de produire de la valeur ;
- le **rôle** dans lequel vous pourriez optimiser votre propre efficacité à créer cette nouvelle valeur.

Par exemple, un ingénieur dans l'aéronautique pourrait estimer que la société qui l'emploie réalise de manière peu efficace des tests de contrôle sur des pièces assemblées. Ses atouts pour créer de la richesse sont : sa formation, sa connaissance du marché aéronautique et des sous-traitants de son secteur, son expertise dans les tests de contrôle qu'il a acquise dans le cadre de son mémoire de fin d'études consacré à ce thème.

Il a donc décidé de créer puis de gérer (c'est le nouveau rôle qu'il a choisi : créateur et gérant d'entreprise) sa société de sous-traitance de tests de contrôle (c'est le type d'activité dans lequel il travaillera).

Abordons un autre exemple plus détaillé : ma décision de rédiger cet ouvrage.

**Postulat de départ** : je suis commercial et j'apprécie les livres liés au développement personnel.

**Mes connaissances personnelles utiles au projet** :

- celles que j'ai assimilées lors de mes lectures ;
- des connaissances très diverses récoltées durant mes expériences personnelles ;
- la maîtrise des règles rédactionnelles et bureautiques basiques ;
- des acquis dans le domaine de l'économie et d'autres liés au fonctionnement d'une entreprise.

### **Mes compétences utiles au projet :**

- un esprit synthétique ;
- un caractère travailleur ;
- des capacités rédactionnelles suffisantes.

### **Mes motivations utiles au projet :**

- transmettre des connaissances qui permettront à mes lecteurs d'atteindre leurs objectifs ;
  - leur faire gagner du temps et de l'énergie en leur fournissant des « bonnes pratiques » concernant les deux thèmes centraux de l'ouvrage : l'enrichissement financier et la séduction ;
  - augmenter mon propre niveau de connaissances ;
  - diversifier mes sources de rémunération, diminuer mon niveau de dépendance financière par rapport à mon employeur actuel.
- **Ma nouvelle activité sera le métier du livre.**
  - **Mon nouveau rôle sera écrivain.**

Les conseils évoqués précédemment ne vous auront peut-être pas permis de trouver LA bonne idée. Toutefois, un grand nombre d'autres opportunités existent et pourraient vous rendre riche. Vous les trouverez plus facilement si vous placez...

## **D. LE MIMÉTISME AU SERVICE DE VOTRE RÉUSSITE**

Mettre en œuvre des stratégies adaptatives d'imitation pourrait constituer pour vous une aide précieuse :

- dans la détermination de vos objectifs. Par exemple, dans le cadre d'un but à caractère financier, une autre très bonne manière de gagner de l'argent est de copier une idée qui a déjà permis à une personne de devenir riche. Améliorez-la si vous le pouvez (par exemple, en France, plusieurs marques de sodas aromatisés au cola ont réussi à séduire des consommateurs qui

trouvent que leur goût est meilleur que les traditionnels Coca-Cola ou Pepsi), et/ou développez-la dans un secteur géographique ou d'activité dans lequel le concept n'est pas présent.

Là encore, l'idéal est de choisir un concept dans un domaine que vous maîtrisez. Les sources intéressantes d'idées de création de richesse ne manquent pas : vos voyages à l'étranger, les émissions télévisées et radiophoniques, la presse papier... Certains sites Internet spécialisés vous seront également utiles. C'est par exemple le cas de *Hellobiz*, un webzine<sup>4</sup> présentant les nouvelles tendances business les plus prometteuses à travers le monde. L'un de ses objectifs affichés est de développer l'inspiration et l'esprit entrepreneurial de ses lecteurs ;

- dans la manière d'atteindre ces objectifs. Les personnes ayant réussi sont souvent des imitateurs de haut niveau. Il est donc préconisé de trouver des modèles d'individus ayant réussi à accéder aux buts que nous nous fixons puis de prendre exemple sur eux. Il s'agit là d'une des clés du succès.

Imitez les actions qu'ils ont réalisées, tentez de comprendre comment ils ont utilisé leur cerveau et leur corps pour parvenir au succès que vous attendez. Si vous avez la chance de les rencontrer, posez-leur des questions à ce sujet, demandez-leur des conseils et écoutez attentivement leurs réponses, leurs enseignements. Ainsi, vous gagnerez un temps précieux dans l'apprentissage des meilleures pratiques qui vous permettront d'arriver à vos fins.

Dans son ouvrage *Pouvoirs illimités*, Anthony ROBBINS nous donne un exemple d'une des « bonnes pratiques » de plongée qu'il a acquis par ce biais. Il a pu augmenter les périodes pendant lesquelles il restait sous l'eau avec des bouteilles d'oxygène, après avoir questionné son guide. Ce dernier lui avait conseillé, entre autres, de s'imaginer que sa cage thoracique était rétrécie et de se dire intérieurement que les battements de son cœur devaient se ralentir.

Dans cette partie, nous avons soulevé le fait que la probabilité qu'un individu atteigne le succès était plus importante dans la mesure où ce but deviendrait, pour lui, une obsession. Il devra aussi prendre conscience que ce sont ses propres actions et réflexions qui constitueront les principaux moteurs de sa réussite, mais aussi de ses échecs. De nombreux autres déterminants l'aideront dans sa quête du succès : être ouvert sur le monde, faire preuve d'anticipation, savoir choisir des

---

4. Un webzine est un magazine publié sous forme d'un site Web, sans contrepartie papier.

objectifs qui lui sont adaptés, rechercher des associés efficaces et des opportunités de création de valeur, si possible dans des domaines qu'il maîtrise bien, qu'il apprécie. Il pourrait déterminer lui-même ces idées pouvant le rendre riche, ou bien les copier sur un concept existant.

## IV - AUTRES PRINCIPES GÉNÉRAUX LIÉS À LA RÉUSSITE

### A. UNE BONNE GESTION DE VOS TÂCHES VOUS MÈNERA AUX SUCCÈS

Pour atteindre vos objectifs et concrétiser les idées que vous aurez sélectionnées, vous devrez déterminer et ordonner les tâches que vous projetez de réaliser.

#### 1. Un exemple concret

Julie est commerciale d'une entreprise de 500 salariés comptant 150 vendeurs. Son objectif : devenir la numéro un des ventes, c'est-à-dire qu'elle ambitionne de réaliser le développement de chiffre d'affaires le plus important de la société dans laquelle elle évolue. Elle a regroupé des idées et des tâches qui l'aideront à atteindre ce but :

Idée 1 - Se former aux meilleures techniques de vente				
Tâche 1	Tâche 2	Tâche 3	Tâche 4	Tâche 5
Demander une formation gratuite auprès de son employeur dans le cadre d'un Droit Individuel à la Formation	S'autoformer en lisant des ouvrages sur la vente	Trouver des moyens d'assister à des entretiens de vente avec les meilleurs commerciaux de sa société pour en extraire les meilleures pratiques	...	...

Idée 2 - Rationaliser son travail				
Tâche 1	Tâche 2	Tâche 3	Tâche 4	Tâche 5
Penser à la théorie de 20/80 : déterminer les 20 % des tâches quotidiennes de son travail qui génèrent 80 % de son chiffre d'affaires	Chercher ou se constituer une base de données avec tous les prospects à plus gros chiffre d'affaires potentiel et contacter chacun d'entre eux	Prendre contact avec des prescripteurs ou apporteurs d'affaires qui visitent la même clientèle que Julie et qui commercialisent des produits qui peuvent être complémentaires aux siens. Échanger des informations avec eux. Elle gagnera ainsi du temps dans ses démarches prospectives	...	...

Idée 3 - Réaliser davantage d'heures supplémentaires				
Tâche 1	Tâche 2	Tâche 3	Tâche 4	Tâche 5
Julie disposera de moins de temps libre : elle pourra s'abonner sur Internet à un service de livraison de courses à domicile	S'assurer que sa garde d'enfants accepte qu'elle les récupère à une heure plus tardive que celle prévue initialement	Demander un double des clés de la porte d'entrée de l'agence de son entreprise : elle arrivera quelquefois la première dans les locaux ou partira la dernière	...	...

Certaines des tâches de Julie seront à éclater en « sous-tâches » : concernant la tâche 2 de l'idée 1 « S'autoformer en lisant des ouvrages sur la vente », une des

sous-tâches serait d'acheter les livres en question. Une autre consisterait à prioriser les ouvrages qu'elle devra étudier, une troisième serait de lire au minimum trente pages par jour d'un des livres achetés...

## 2. Planifiez vos tâches

Afin d'explicitier ce concept de planification, j'ai choisi de vous présenter l'exemple qui suit.

Lorsque vous souhaitez vous rendre en voiture dans un endroit situé à 1 500 kilomètres à vol d'oiseau de chez vous, vous avez plusieurs possibilités de trajets pour vous y rendre. Certains se perdront et mettront deux fois plus de temps que la normale pour y arriver, d'autres planifieront minutieusement leur chemin, choisiront chacune de leurs étapes. De cette manière, ils rendront leur trajet plus agréable, réduiront leur niveau de fatigue, leur temps passé sur la route et les kilomètres parcourus.

Afin d'atteindre un objectif, vous pourriez procéder de la même manière. Dans un premier temps, déterminez un point précis auquel vous souhaitez arriver. Ensuite, étudiez en détails les différentes possibilités, les multiples voies qui s'offrent à vous, puis choisissez celles qui vous paraissent être les meilleures. Identifiez également les étapes et les sous-étapes que vous devrez obligatoirement franchir et préparez-vous à les affronter efficacement. Une planification réussie constitue un des secrets de la bonne réalisation d'objectifs, elle nécessite de mobiliser du temps, de l'énergie, de l'intelligence et des connaissances. En dépit de cette contrainte de préparation exigeante, vous serez largement gagnant car cette étape de planification vous permettra d'atteindre vos buts bien plus facilement et rapidement. Elle vous évitera notamment d'emprunter des chemins sans issue et des détours chronophages et inutiles...

Dans le cadre de cette optimisation des moyens que vous mettrez en œuvre pour concrétiser vos objectifs, vous devrez bien sûr adapter votre planification en fonction du contexte et des problématiques auxquelles vous devrez faire face.

Reprenons l'exemple de notre commerciale Julie. Elle estime que ses connaissances liées à un entretien de vente ne sont pas assez solides et que sa priorité est de se former de manière efficace avant de prendre contact avec des prescripteurs et les prospects les plus générateurs de chiffre sur son secteur. De ce fait, elle pourrait :

- commencer par valider la tâche 1 de l'idée 1 « Demander une formation gratuite auprès de son employeur dans le cadre d'un Droit Individuel à la Formation » ;



- choisir ensuite d'associer l'idée 3 « Réaliser davantage d'heures supplémentaires » avec l'idée 1 - tâche 2 « S'autoformer en lisant des ouvrages sur la vente » ;
- enchaîner avec l'idée 3 - tâche 1 « Julie disposera de moins de temps libre : elle pourra s'abonner sur Internet à un service de livraison de courses à domicile » ;
- adapter le déroulement de toutes les autres tâches de manière optimisée, puis terminer par :
  - l'idée 2 - tâche 3 : « Prendre contact avec des prescripteurs ou apporteurs d'affaires qui visitent la même clientèle que Julie et qui commercialisent des produits qui peuvent être complémentaires aux siens. Échanger des informations avec eux. Elle gagnera ainsi du temps dans ses démarches prospectives » ;
  - l'idée 2 - tâche 2 : « Chercher ou se constituer une base de données avec tous les prospects à plus gros chiffre d'affaires potentiel et contacter chacun d'entre eux ».

Après avoir planifié vos tâches et sous-tâches, prenez soin de les accomplir chaque jour avec assiduité, les unes après les autres de la manière la plus qualitative possible. Le succès est rarement consécutif à une seule tâche bien effectuée, mais plutôt à une succession de très nombreuses tâches réalisées correctement de manière régulière. Chaque jour compte et peut être comparé à des briques qui sont installées les unes après les autres par un maçon et qui finalement permettront de construire un édifice intéressant : votre réussite.

*« Des actions ordinaires, faites de façon constante,  
créent des résultats extraordinaires. »*

Keith CUNNINGHAM

Grâce à certaines d'entre elles, vous ferez d'ailleurs croître avantageusement et constamment votre niveau de compétences. D'autres, comme celle qui est présentée dans la partie qui suit, vous permettront de dépasser les performances de vos semblables...

## B. OBTENEZ TOUT CE QUE VOUS DÉSIREZ

Selon vous, quels sont les salariés qui réussissent à obtenir plus souvent que leurs homologues une augmentation de salaire ?

Qui obtient plus fréquemment des remises sur les choses achetées ?

Quel type d'individu aura plus de probabilités de recueillir les numéros de téléphone de ses cibles lors d'un processus de séduction ?

Ceux qui osent DEMANDER. Ce seul dernier mot constitue l'une des clés les plus efficaces pour qu'on vous donne, il vous permettra d'obtenir beaucoup plus que les autres. Dans tous les cas, aussi vrai que cent pour cent des gagnants du Loto ont tenté leur chance, si vous ne demandez rien, vous n'obtiendrez rien.

Je dispose de plusieurs dizaines d'exemples que j'ai moi-même vécus pour illustrer ce conseil, j'ai choisi le plus récent : alors que je rédigeais cet ouvrage, les taux d'emprunt étaient historiquement bas. J'ai donc renégocié mes crédits immobiliers avec une nouvelle banque (imitiez-moi si les conditions de taux d'intérêt en vigueur vous le permettent) et par cet intermédiaire, j'ai réussi à gagner plusieurs dizaines de milliers d'euros. Dans ce contexte, mon ancienne banque m'a facturé 60 € pour m'avoir remis deux documents officiels indispensables dans le cadre de ma renégociation. Après avoir ressenti de l'étonnement puis de la déception concernant ce montant qui me semblait trop important par rapport aux services rendus, j'en parlais à un ami travaillant dans un établissement financier. Il m'a expliqué que ma nouvelle banque pourrait me rembourser ces frais. Voici la première réflexion qui m'est venue à l'esprit : « *Je ne peux pas soumettre cette demande à cette société, elle me permettra déjà de gagner beaucoup d'argent grâce à ses faibles taux.* » Je me suis ensuite posé la question suivante : « *Qui serait lésé par ce remboursement de 60 € ?* » La réponse est : personne. Ni la banquière, ni l'organisme financier pour qui cette somme est plus que dérisoire par rapport à l'argent que je lui permettrai de gagner à l'avenir. Ma dernière réflexion à ce sujet fut : « *Je rédige un ouvrage dans lequel je propose à mes lecteurs de demander, et moi-même je me refuse à le faire ?* » J'ai alors décidé de demander ce remboursement... J'ai obtenu 60 € de gratuité sur mes frais bancaires.

Souvenez-vous que la conséquence la plus défavorable qui puisse survenir après que vous avez demandé est un simple... « non ». Un refus ne devra pas vous arrêter pour autant. Vous aurez en effet la liberté de soumettre votre requête d'une autre manière (voir la partie « Négociation raisonnée » page 140) ou bien, si les intérêts en jeu sont significatifs, de solliciter une autre personne qui aurait la possibilité de vous aider à obtenir ce que vous désirez.

## RÉTRIBUTIONS MÉRITÉES

Vous avez réalisé des services qui n'ont pas été rétribués ? Par exemple, vous êtes salarié d'une entreprise et vous avez produit des résultats exceptionnellement bons ?

Dans ce cas, demandez une récompense aux différentes personnes qui ont le pouvoir de vous l'accorder, par exemple votre supérieur hiérarchique direct ou le Directeur des Ressources Humaines. Votre requête aura davantage de poids si vous pensez être considéré comme un bon élément, un salarié efficace. N'éprouvez aucun sentiment de gêne à procéder de cette manière : ce sont les représentants de l'entreprise qui ont bénéficié de vos services qui devront être embarrassés par la situation. Utilisez la méthode de la négociation raisonnée (voir détails page 140). Si aucune rétribution ne vous est accordée, n'abandonnez pas. Comme nous venons de l'évoquer précédemment, tentez de trouver d'autres personnes influentes qui vous permettraient d'arriver à vos fins, comme votre N+2, le responsable financier ou même le PDG de votre société. Utilisez votre discernement pour les solliciter de manière adaptée et mesurée, et aussi pour estimer en fonction du contexte s'il est préférable de communiquer avec eux de manière informelle ou plus officielle. Dans l'hypothèse d'un échec momentané, vous pourriez profiter de chacun de vos entretiens annuels avec votre supérieur hiérarchique pour lui rappeler avec tact et diplomatie l'injustice dont vous avez été victime. Vous pourriez même effectuer ce rappel plus souvent qu'une fois par an, créer des graphiques explicatifs liés à vos chiffres, exposer des comparatifs avec les résultats des salariés de votre société évoluant au même poste que vous (ne les nommez pas précisément afin de réduire la propension de votre interlocuteur à croire que vous nourrissez des ressentiments ou de la jalousie envers eux)... Vous constaterez que, même s'il est possible que vous ne receviez pas de rétribution directe, votre chef sera plus enclin à vous accorder à vous plutôt qu'à un autre salarié plus « docile » une prime, augmentation de salaire ou avantage en nature. À ce propos, ne devenez jamais ce salarié docile si vous estimez que vous n'êtes pas assez rémunéré.

Ce thème lié à l'augmentation significative des revenus des salariés vous intéresse ? Il sera approfondi dans cet ouvrage, notamment dans la partie « Acquérir une rémunération élevée en tant que salarié » page 190.

Vous augmenterez encore davantage les probabilités que vos demandes soient satisfaites si vous...

## C. SUIVEZ LA LOI DE LA RÉCIPROCITÉ

Aussi vrai que le jardinier ne récoltera de beaux légumes que s'il sème et s'il prend soin de gérer son potager de manière fréquente,

---

**chaque être humain doit s'attendre dans sa vie à recevoir  
des récompenses proportionnelles aux différentes prestations qu'il fournira.**

---

Ces prestations peuvent correspondre au travail d'un individu, ses paroles et ses actes.

**NOTA n° 1 :** un des corollaires à cette loi est constitué par le fait que vous recevrez en général de la part des gens des quantités d'informations (qu'elles soient banales, confidentielles, importantes, intimes...) proportionnelles au nombre de celles que vous leur fournirez.

**NOTA n° 2 :** ceux qui croient au secret (voir page 29) nous informent que les pensées peuvent également influencer notre existence de la même manière.

Vous souhaitez constater des évolutions positives dans votre vie ? Mobilisez vos talents, votre intelligence, faites ressortir le meilleur de vous-même à chaque instant afin de trouver les moyens de multiplier et d'améliorer les prestations que vous proposez.

Ainsi, lors de vos interactions avec d'autres personnes, vous pourriez leur offrir de nombreuses choses : l'amour, la gentillesse, la bienveillance, la fidélité, la sincérité, la sensibilité, la joie, la générosité, la paix, la patience, la souplesse d'esprit, un sourire, faire ressentir à une personne qu'elle est importante...

Cette loi générale pourrait également vous rendre plus efficace, par exemple si vous avez une chose délicate à demander à un individu et que vous êtes conscient qu'il risque de vous répondre négativement, voire agressivement. Ainsi, vous pourriez augmenter les chances que sa réponse vous soit plus favorable juste après que vous lui avez accordé une aide quelconque ou après que vous lui avez offert un cadeau. Imaginons que vous ayiez besoin de solliciter les conseils de l'un de

vos collègues de travail. Vous savez qu'il dispose de grandes connaissances relatives aux thèmes d'un des dossiers complexes que vous devez traiter en urgence. Cependant, il s'est montré par le passé réticent à prendre le temps d'aider d'autres salariés qui lui en ont fait la demande. En plus des éléments que vous apprendrez dans cet ouvrage sur la séduction et la persuasion, lui offrir un café juste avant de lui soumettre votre demande pourrait constituer un des éléments qui pourraient l'inciter à accepter de vous accorder de son temps.

## EXCEPTIONS

- Nous connaissons tous des personnes (amis, collègues de travail...) à qui nous apportons beaucoup plus de prestations que les services qu'ils nous rendent. Évitez ces « profiteurs » dans la mesure du possible.
- Nous verrons dans la partie « Séduction amoureuse » de cet ouvrage, page 120, qu'une personne qui montrerait une trop grande gentillesse, une trop grande attention envers l'être aimé, ou envers une cible amoureuse, pourrait baisser dans son estime ou même se voir rejetée à cause de ce comportement « trop généreux ». Ainsi, cette attitude pourrait produire l'effet inverse de celui qui est généralement constaté dans le cadre de la loi de la réciprocité.

Vous l'avez compris, cette dernière peut vous permettre de tirer profit de vos relations interpersonnelles pour améliorer vos chances d'atteindre vos buts. Ces probabilités seraient boostées si vous...

## D. BÂTISSEZ ET ENTRETENEZ VOTRE RÉSEAU

Un réseau peut se définir comme un ensemble de personnes qui sont en liaison entre elles. Il peut désigner la totalité des individus que vous connaissez, qu'il s'agisse des membres de votre famille ou de personnes rencontrées dans un cadre professionnel, amical, scolaire, sportif, associatif...

Tout le monde reconnaît l'importance d'un réseau dans le succès professionnel d'une personne et cet ouvrage pourrait, entre autres grâce à la partie vous expliquant comment réussir vos entretiens (page 49), vous aider à le préserver et le faire croître tout au long de votre vie.

Je tiens cependant à insister dans ce paragraphe, notamment auprès des jeunes lecteurs, sur l'importance de constituer un tissu solide de connaissances pendant le cursus scolaire et universitaire.

Si vous-même évoluez actuellement dans cette période studieuse, si vous avez réussi à devenir l'ami d'une très grande partie des jeunes que vous côtoyez pendant vos études, et dans l'hypothèse où vous parviendrez à rester en contact avec eux, vous partirez avec une longueur d'avance dans l'accomplissement de votre réussite par rapport à vos camarades moins sociables. Plus tard, vous vous apercevrez en effet que le réseau que vous avez réussi à constituer vous sera très utile. Outre les relations amicales, donc agréables, que vous continuerez d'entretenir, vos compagnons d'études pourraient vous apporter leur aide de différentes manières : dans la recherche de votre propre emploi, dans la création de votre entreprise, lors de l'embauche de certains de vos collaborateurs, dans le cadre d'activités de benchmarking, de propositions d'opportunités d'investissements... Une illustration parfaite en est la promotion Voltaire de l'ENA (1978-1980). Depuis l'année 2012 et l'élection de François HOLLANDE qui faisait partie de cette promotion, il a nommé à des postes clés de la vie politique et financière française un grand nombre des amis qu'il a commencé à côtoyer à cette époque.

Le paragraphe suivant présente un principe qui peut lui aussi vous être bénéfique, entre autres dans le cadre de vos relations interpersonnelles.

## E. NE METTEZ PAS TOUS VOS ŒUFS DANS LE MÊME PANIER

Cette phrase est très connue, notamment dans le secteur des investisseurs financiers. Ils savent en effet qu'il est dangereux de placer tout son argent sur :

- un seul investissement : par exemple, il a toujours été fortement déconseillé de miser une grosse partie de ses économies sur une seule action en bourse

ou

- une seule famille d'investissement. En plus d'investir en bourse (ce thème sera également abordé page 183 dans la partie « Méfiez-vous des marchés boursiers »), des experts financiers recommandent parfois à leurs clients, dans la mesure du possible, de placer leur argent dans l'immobilier, de créer leur propre société...

Mettre « tous ses œufs dans le même panier » exige une vigilance extrême sur le panier en question, c'est une des raisons pour lesquelles vous devrez diversifier vos placements.

Il en va de même plus généralement dans votre vie, par exemple :

- il est préférable de ne pas confier l'exclusivité de votre amitié à une seule personne. En effet, si l'une des deux parties se détourne de l'autre, vous pourriez vous trouver dans un embarras certain ;
- si vous êtes à la tête d'une entreprise qui se porte bien, pourquoi ne décideriez-vous pas d'en laisser les rênes à un gérant pour réitérer cette aventure entrepreneuriale en prenant en charge une autre société ? Que vous fassiez partie de ce groupe d'individus (vous dirigez une entreprise dont vous êtes le propriétaire) ou que vous soyez salarié, vous pourriez étendre et varier vos activités en profitant des connaissances et des compétences que vous avez acquises dans le cadre de vos expériences professionnelles. En effet, associées à celles que vous avez assimilées pendant votre cursus universitaire, elles vous permettraient de postuler à une fonction clé dans une association, de participer à la vie politique de votre ville ou d'une zone géographique plus large, nous avons aussi évoqué précédemment l'intérêt de créer et de faire vivre un site Internet...

Vous avez constaté que, dans l'optique d'atteindre des succès hors norme, il vous était conseillé de devenir spécialiste dans un domaine précis, fournir une quantité de travail plus importante que la moyenne en améliorant la qualité des tâches effectuées chaque jour, vous adonner à la lecture, gérer un blog, devenir écrivain, vous investir dans une association, vous engager dans une activité politique, créer une entreprise voire plusieurs... J'ai conscience de la réflexion que pourrait faire naître dans votre esprit cette longue liste. Votre vie sociale et familiale mobilise déjà probablement une grande partie de votre temps. Vous pourriez donc penser qu'une journée ne compte que vingt-quatre heures et qu'il est techniquement impossible de suivre l'ensemble de ces préconisations. Ce constat serait bien entendu justifié (et à ce titre, PRENEZ GARDE AU BURN OUT). Toutes ces activités sont évoquées pour que vous puissiez choisir parmi celles qui seront les mieux adaptées à votre personnalité, vos envies, vos contraintes, vos défauts et surtout vos qualités.

Cette première partie vous a permis de prendre connaissance de nombreuses bonnes pratiques pouvant vous mener à la réussite. Ainsi, l'une des bases du succès est d'orienter votre esprit à votre avantage et vers le positivisme. D'autre part, vous pouvez tenter de devenir bien plus valeureux que les meilleurs experts évoluant

dans un domaine qui vous est familier ou qui vous intéresse tout particulièrement. Pour cela, il vous sera nécessaire d'améliorer sans cesse vos qualités, connaissances et compétences. Vous pourrez d'ailleurs trouver des idées de création de richesse dans ce même domaine grâce à elles, ou bien en étudiant des concepts qui ont déjà été couronnés de succès et que vous réadapterez dans un contexte différent dans le but de faire croître votre patrimoine financier.

Certains individus font quelquefois confiance à leur bonne étoile pour réussir. Nous avons cependant abordé le fait que la chance puisse être assimilée à une compétence et que vous pourriez l'améliorer dans le cadre de votre accession au succès. Pour cela, il est préférable que ce dernier monopolise une grande partie de vos pensées. Vous augmenterez ainsi votre propension à vous servir des éléments, des opportunités qui se présenteront à vous et qui vous permettront de l'atteindre.

Pour réussir, vous devrez également faire preuve d'anticipation dans les projets variés auxquels vous vous attélerez. Si cela vous paraît nécessaire, vous pouvez booster leurs développements en requérant l'aide de collaborateurs efficaces, compatibles avec votre personnalité et disposant d'aptitudes qui pourraient être complémentaires aux vôtres. Si vous avez réussi durant toute votre vie à constituer un solide réseau, il participera sans doute à votre recherche des individus idoines.

Vous pourrez d'autre part augmenter les probabilités que ces derniers – mais également que d'autres personnes que vous côtoyez – soient plus enclins à vous aider dans votre quête du succès. En effet, afin qu'ils répondent plus favorablement à vos sollicitations, il serait préférable que vous appliquiez la loi de la réciprocité. Ainsi, si vous prenez l'initiative de leur offrir vos prestations, ils se montreront plus disposés à vous proposer leurs services spontanément. Si tel n'était pas le cas, vous pourriez tout simplement leur en faire la demande. En effet, dans un contexte plus général, nous avons abordé le fait que le meilleur moyen d'obtenir ce que vous désirez est tout simplement de le DEMANDER.

Vous augmenterez encore davantage vos chances que vos interlocuteurs vous répondent positivement en mettant en œuvre les enseignements de la...



---

## DEUXIÈME PARTIE

# RÉUSSIR VOS ENTRETIENS



Dans la section précédente, nous avons présenté de nombreux principes constituant plusieurs bases du succès. Sans remettre en cause le grand intérêt de ces fondements, de nombreux experts s'accordent à dire que la réussite d'un individu est également très liée à sa capacité à établir un contact avec d'autres personnes et à susciter leur confiance et leur respect.

Nous sommes tous confrontés à interagir, c'est-à-dire à échanger des informations, de l'affect, de l'énergie, avec d'autres individus. Chacun de nous peut se fixer des objectifs différents lors de ces interactions : faire naître ou renforcer des liens amicaux, amoureux, professionnels ou familiaux, apporter son aide, obtenir des informations, négocier un prix ou des accords... Pour mener à bien ces projets, il est primordial de se montrer efficace lors de ces échanges avec des personnes familières ou inconnues. Ce dernier cas est en général plus difficile à appréhender. En effet, lorsque nous rencontrons quelqu'un pour la première fois, ce dernier aura instinctivement tendance à augmenter son niveau d'attention, et même s'il est possible qu'il reste serein devant nous, son inconscient pourrait aussi l'inciter à adopter un comportement de fuite ou de combat. Le développement qui suit vous permettra de susciter plus facilement des sentiments de confiance et de sécurité à vos interlocuteurs inconnus, et également d'augmenter votre niveau de performance dans des entretiens de toutes natures.

---

## I – LES PREMIÈRES SECONDES DE LA PRISE DE CONTACT SONT DÉCISIVES

« La première impression donne le ton de la réussite, bien plus que la classe sociale, les recommandations, l'instruction, ou votre note de restaurant. » Cette phrase est tirée de l'excellent ouvrage *Convaincre en moins de 2 minutes* duquel je me suis d'ailleurs inspiré pour aborder plusieurs sujets de cette partie liée à la réussite de vos entretiens. C'est l'Américain Nicholas BOOTHMAN qui en est l'auteur. Par l'intermédiaire de cette citation, il insiste sur le caractère primordial des premiers instants qui permettent à chaque individu de se faire une opinion sur une autre personne qu'il n'a jamais rencontrée auparavant. Il l'illustre en évoquant une expérience. Elle consistait à faire noter plusieurs professeurs par deux groupes

d'étudiants différents à l'aide d'une liste d'attributs pédagogiques. Le premier groupe de jeunes avait travaillé six mois avec les professeurs en question, l'autre avait vu chacun d'entre eux pendant un clip muet de seulement deux secondes. Les conclusions de l'expérience furent étonnantes : les notations des deux groupes d'étudiants envers ces professeurs étaient quasiment identiques !

## A. FAITES-VOUS RAPIDEMENT APPRÉCIER

*« Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression. »*

David SWANSON et Will ROGERS<sup>1</sup>

Vos interlocuteurs auront une tendance naturelle à ne pas vous mettre dans l'embarras avec des questions difficiles et des attitudes déstabilisantes s'ils vous apprécient. De ce fait, si vous souhaitez augmenter significativement les probabilités qu'une première rencontre soit réussie, agissez de manière à susciter très rapidement des jugements favorables à votre égard. Cette précaution sera particulièrement utile dans le cadre, par exemple, d'un entretien d'embauche, d'un oral scolaire ou lors d'un échange dont l'objectif sera de réussir une négociation ou de conclure une vente. Vous trouverez ci-dessous plusieurs éléments qui vous aideront à ce sujet.

### **1. Montrez dès le premier regard que vous êtes habité des qualités qui rendent une personne séduisante**

Les individus dynamiques, cordiaux, enjoués, en bonne santé, ont un pouvoir d'attraction important. Ainsi, prenez conscience de l'impact de la manière dont vous entrez dans un lieu, dont vous occupez l'espace. Travaillez vos gestes, postures, expressions faciales, regards. Tout cela traduit les niveaux d'énergie que vous véhiculez.

Par exemple, lorsque vous rencontrez quelqu'un, vous devez lui sourire et le regarder dans les yeux. Entraînez-vous à cela en réalisant un exercice très simple consistant à noter mentalement la couleur des iris de chaque interlocuteur que

---

1. Ces deux auteurs américains sont cités à plusieurs reprises, par des sources différentes, comme étant à l'origine de cette citation.

vous rencontrez (ne les gardez pas en mémoire : cela n'a pas d'utilité pour cet exercice). De cette manière, votre assurance, la qualité de votre contact visuel et vos capacités relationnelles pourraient s'améliorer de manière significative.

Concernant votre sourire, il doit être naturel. Il est unanimement reconnu qu'un vrai sourire mobilise les muscles de la bouche et ceux situés en périphérie des yeux. Nous observons dans ce cas un rétrécissement des paupières et un gonflement des joues. Un faux sourire ne mobilise que la bouche, vous pourrez en trouver facilement des exemples car la majorité des sourires présents sur des visages photographiés sont des faux. Le sourire est un signal d'accessibilité, de bonheur et de confiance en soi. Utilisez-le autant que possible quand la situation le permet.

D'autre part, l'une des caractéristiques du cerveau humain est de se souvenir plus facilement du début et de la fin d'un événement. De ce fait, il s'avère bénéfique de dire « bonjour » et « au revoir » en souriant de manière systématique à vos interlocuteurs. Le sourire a également une autre utilité. En effet, je me souviens encore avoir lu, il y a de très nombreuses années dans un magazine, une phrase approchant de celle qui suit : « *Une fille qui ne sourit pas semble mystérieuse, autoritaire, soucieuse, mais elle n'est pas sexy !* » Cette même réflexion est selon moi autant valable pour les hommes... Alors Mesdames, Messieurs, si vous souhaitez avoir l'air sexy, SOURIEZ.

Enfin, pour qu'un individu porte immédiatement sur vous un sentiment positif et bienveillant, il est fortement conseillé de soigner votre apparence. Cette précaution sera d'autant plus utile si l'individu en question vous est inconnu. Votre aspect conditionnera dans ce cas un des tous premiers jugements qu'il intériorisera sur vous. Ce thème très important mériterait d'être développé dans un ouvrage ultérieur. Toutefois, vous pourriez dès maintenant appliquer le conseil suivant : habillez-vous en fonction du statut que vous espérez atteindre ou du poste que vous souhaitez obtenir à l'avenir, et non pas en fonction de celui que vous occupez actuellement. Si vous êtes mal habillé, les gens remarqueront vos vêtements. À l'inverse, si vous êtes bien habillé, c'est à vous que les gens feront attention.

La qualité de votre échange gagnera également en efficacité si vous...

## **2. Prenez l'initiative de saluer**

Vos interlocuteurs se sentiront généralement valorisés par cette action. Si vous saluez en suivant les enseignements de la partie précédente liés aux qualités des êtres séduisants, il existe de fortes probabilités pour que la personne rencontrée vous considère comme étant valeureux et sûr de vous. Montrez votre ouverture

en vous levant de votre bureau pour accueillir certaines personnes comme par exemple des clients, des nouveaux collègues de travail, le PDG de votre société... Parlez de manière enthousiaste, si possible en nommant votre interlocuteur par son prénom ou son nom de famille en fonction de votre degré d'intimité : « *Cela me fait plaisir de vous revoir Monsieur MARTIN !* », « *Comment vas-tu Lionel ?* », « *HOHOOOO ! Salut Quentin !* ». Nous apprécions tous lorsqu'un individu que nous connaissons peu se souvient de notre nom ou notre prénom. Utilisez à votre avantage cette constatation en tentant de garder en mémoire un maximum de noms de personnes avec qui vous faites connaissance.

Si vous rencontrez un individu pour la première fois, commencez par vous présenter. Pour montrer votre sérieux, n'omettez pas d'évoquer le nom de votre société si cet entretien a lieu dans le cadre de votre travail : « *Je suis Mathieu DURAND de la société DANONE.* » À ce moment-là, si vous le jugez opportun, serrez la main de votre interlocuteur. Vous optimiserez les bénéfices que vous percevrez de ce mouvement si vous...

### 3. Soignez vos poignées de main

Comme vous le savez, elles sont de nos jours très utilisées, par exemple pour matérialiser une salutation lors de relations professionnelles. Des études montrent que nous serrons en moyenne dans notre vie 15 000 mains. Nous l'avons évoqué précédemment, les premières secondes d'un entretien sont déterminantes pour sa réussite. De plus, une personne sur cinq serait mal à l'aise lorsqu'elle réalise ce geste. Tous ces éléments nous permettent de comprendre aisément son importance ainsi que celle de la connaissance des principes permettant de le réussir.

Une poignée de main parfaite doit répondre aux critères suivants<sup>2</sup>.

Elle doit dégager de la force sans toutefois trop écraser la main de votre interlocuteur, être longue, énergique et réalisée avec une texture de main agréable. Cette dernière ne doit pas laisser transparaître trop d'humidité et l'idéal est de conserver une peau à une température modérée. Il est préférable qu'une poignée de main soit effectuée à l'aide d'un geste contrôlé, toute la surface de la paume doit être engagée, la main doit rester dans le prolongement du corps. Elle est davantage appréciée si un contact visuel est établi avec son interlocuteur, lorsqu'elle est accompagnée d'un « bonjour » et d'un « vrai sourire » (rappel : la page 53 qui nous indique comment distinguer un faux et un vrai sourire).

---

2. Nous avons tiré ces enseignements des études du docteur en psychologie Geoffrey BEATTIE de l'Université de Manchester.

J'estime également que vous pourriez rendre plus agréable ce geste pour votre interlocuteur si vous avez préalablement pris soin de vous parfumer de manière discrète.

D'autre part, en fonction de la manière dont est réalisée une poignée de main, il est possible de déceler des informations utiles sur la personnalité de celui qui l'exécute.

- Molle : manque de caractère.
- Longue : attitude chaleureuse, de remerciement.
- Ferme : personne franche directe et ayant un caractère bien affirmé.
- Écrasante : traduit l'autorité, la cordialité.
- Moite : individu anxieux, nerveux, stressé.
- Brève : interlocuteur vif d'esprit.
- En se collant à un individu : traduit l'affection.

ASTUCE : si vous avez fréquemment les mains moites et que vous ne souhaitez pas que vos interlocuteurs s'en aperçoivent, conservez dans votre poche un mouchoir qui vous permettra d'en retirer l'humidité.

Après avoir serré la main d'un individu, il vous sera quelquefois utile de mettre en application certaines bonnes pratiques...

## B. POUR ENGAGER UNE CONVERSATION

Évitez les sujets comme les conditions météorologiques ou les épreuves sportives, sauf si vous vous rendez compte que votre interlocuteur y attache une grande importance. Dans cette étape de la discussion, la recherche de points communs doit être privilégiée. Ainsi, par exemple, si vous êtes nouvellement embauché dans un service marketing et que vous assistez à votre première réunion avec des collègues que vous ne connaissez pas encore, vous pourriez leur demander quelles études ils ont effectuées, ce qui les a motivés à travailler dans le domaine du marketing, quel était leur premier poste dans la société...

Autre situation : si vous êtes invité à un mariage et que vous souhaitez engager une discussion avec des invités que vous n'avez jamais rencontrés, vous pourriez par

exemple leur demander dans quelles circonstances ils ont connu le ou les mariés, et si, comme vous, ils sont arrivés en retard à la mairie à cause de l'accident de la route qui a créé un embouteillage à l'entrée de la ville.

Vous n'avez, a priori, aucun point commun avec un interlocuteur que vous approchez pour la première fois et avec qui vous souhaitez engager une conversation intéressante ? Vous pourriez, par exemple, introduire vos propos par la phrase suivante : « *Excusez-moi, je peux vous poser une question ?* » Cette précaution diminuera le caractère intrusif que votre interlocuteur pourrait déceler dans votre prise de contact. Vous pourriez également choisir d'attirer son attention par une phrase d'approche anodine qui peut être liée à votre environnement direct (ce type d'énoncé est matérialisé en gras dans chacun des exemples ci-dessous). Enchaînez en posant la question sur laquelle porte votre intérêt :

« *Faites attention le sol est très verglacé... Qu'est-ce que vous appréciez dans ce parc ?* »

« *Les soldes rendent les clients agressifs dans ce magasin, où habitez-vous ?* »

« *La maison témoin que vous venez de visiter est minuscule, quels sont les critères du logement que vous recherchez ?* »

D'autre part, il est intéressant de demander à votre interlocuteur son opinion sur quelque chose afin d'augmenter son temps de parole.

Pour atteindre votre objectif, il est préférable de poser des questions ouvertes faisant appel à l'imagination de votre interlocuteur : ce dernier laisse passer en général un court laps de temps pour chercher à y répondre de manière adaptée. Ce type de question peut vous permettre de tisser plus facilement des liens d'intimité avec lui.

Exemples :

- « *Quelle est selon vous l'utilité de ce genre de congrès politique ?* »
- « *Lorsque cette nouvelle autoroute sera créée, quels seront les changements concrets qu'elle générera dans votre vie quotidienne ?* »
- « *Comment cette nouvelle discothèque a-t-elle réussi à attirer autant de clients ?* »
- « *Que vous inspire votre nouvel emploi du temps ?* »



Par opposition aux questions fermées pour lesquelles l'interrogé doit faire un choix parmi des réponses préétablies (« oui ou non », « salé ou sucré »...), les questions ouvertes lui permettent de s'ouvrir à l'interrogateur en élargissant la discussion car il choisira lui-même les sujets et les mots qu'il utilisera pour développer sa réponse.

Ce type de questions sera approfondi dans la partie suivante qui aborde...

---

## II - L'IMPORTANCE DU CONTENU DE VOS ÉCHANGES ET DE LA MISE EN ŒUVRE D'ATTITUDES GAGNANTES

### A. ENTRETENEZ LA CONVERSATION

Les questions ouvertes que nous venons d'évoquer dans le cadre de la naissance d'un entretien sont également très utiles pour alimenter une conversation qui a déjà été engagée. Elles peuvent être introduites par : qu'est-ce que, que, quel, pour-quoi, qui, quand, comment...

Il est intéressant de repérer les mots et les idées clés utilisés par votre interlocuteur (vous en trouverez plusieurs rédigés en gras dans les phrases qui suivent), afin de mieux rebondir sur ses affirmations par des questions ouvertes.

Exemple :

**Je chante depuis l'âge de six ans** et jusqu'à la **période difficile** que je connais actuellement, j'y prenais beaucoup de **plaisir**. Aujourd'hui, je pense que mes concerts sont trop **répétitifs** et je dois t'avouer que je ressens que **mon corps et mon esprit me communiquent des signes de lassitude**. Un **stress intense** m'envahit quinze minutes avant de commencer chacune de mes représentations. De plus, pendant que je chante, même l'enthousiasme de mes nombreux fans ne réussit pas à me faire oublier le **sentiment de solitude** que j'éprouve sur scène **lorsque j'interprète mes morceaux les plus connus**.

Question fermée (peu adaptée pour entretenir une conversation) posée par l'un des amis du chanteur : « *As-tu déjà pensé à diminuer le nombre de concerts que tu assures dans le cadre de tes tournées ?* »

Réponse de l'artiste : « *Oui.* »

Ce même camarade aurait pu tenter d'approfondir l'échange par des questions ouvertes :

« *Pour quelles raisons ne diminues-tu pas le nombre de concerts que tu assures dans le cadre de tes tournées ?* »

« *Qui t'a motivé à pratiquer le chant si jeune ?* »

« *Pourquoi ne chantes-tu jamais en duo ?* »

« *Quelles sont les chansons que tu préfères interpréter ?* »

« *À quoi penses-tu juste avant de monter sur scène ?* »

« *Comment te sens-tu physiquement après un concert ?* »

La connaissance de certaines autres typologies de questions<sup>3</sup> vous sera également utile pour faire perdurer une conversation.

- **Question miroir** : elle reformule une partie de l'affirmation de votre interlocuteur (souvent son dernier mot) sur un ton interrogatif. Son objectif est de l'inviter à développer son propos, à préciser sa pensée sans que vous soyez obligé de vous justifier. Elle démontre l'intérêt que vous portez à l'affirmation de votre interlocuteur, implique de votre part une écoute active et vous place en position de réserve.

Exemple :

- Votre interlocuteur : « *Après avoir observé le comportement de Mickaël, sa sœur était vraiment triste.* »
- Vous : « *Triste ?* »

- **Questions ricochet** : le principe est le même que la question miroir, il s'agit de faire rebondir le dialogue en demandant à votre interlocuteur de développer ou de préciser son idée. La forme diffère cependant : après l'affirmation d'un individu, vous pourriez lui répondre « *Comment ça ?* », « *Ah oui ?* », « *C'est-à-dire ?* », « *Pourquoi dites-vous cela ?* », « *Et donc ?* », « *Par exemple ?* »...

- **Question de poursuite ou question relais** : toujours en s'appuyant sur la formulation précédente de votre interlocuteur, elle cherche à l'enrichir et

---

3. RATAUD, P., *Les Questions qui font vendre*, Éditions d'Organisation, Paris, 2004.

à la développer en utilisant les formules suivantes : « *En quoi ?* », « *Dans quelle mesure ?* », « *Dans quel cas ?* », « *Sur quels critères ?* », « *Avec qui ?* »...

Exemple :

- Votre interlocuteur : « *Depuis que je suis devenu directeur d'agence, le comportement de nos assistantes a complètement changé.* »
- Vous :
  - « *Changé ?* » → Question miroir.
  - « *C'est-à-dire ?* » → Question ricochet.
  - « *En quoi a-t-il changé ?* » → Question relais.

D'autres phrases peuvent relancer une conversation en se basant sur des éléments que vous connaissez déjà : « *Racontez-moi votre séjour au Japon* », « *Donnez-moi les raisons pour lesquelles ils ont...* », « *Dites-m'en plus sur lui...* », « *Parlez-moi de ce séminaire professionnel...* ».

Il est également utile de procéder comme certains journalistes lors d'interviews : regardez votre interlocuteur avec le sourire (si le sujet de votre discussion le permet), observez-le et écoutez-le attentivement. De manière simultanée, hochez la tête de haut en bas pour encourager cet individu à continuer à parler. Vous pouvez également émettre de petits sons pour le captiver. Ainsi, vous donnerez un caractère convivial à l'échange en lui montrant que vous comprenez ses propos, que vous y portez de l'intérêt, et vous l'encouragerez à continuer son discours. Une autre précaution vous permettra d'augmenter le niveau de convivialité d'un échange : stimulez le système sensoriel de votre interlocuteur (rappelez-vous également de l'importance d'éveiller son imagination, nous avons abordé ce point précédemment). En effet, alors qu'une conversation factuelle repose sur des propos liés à la logique et à l'analyse, vous créerez une intimité en utilisant des questions liées aux émotions, qui peuvent faire référence aux sens (nous aborderons ce thème de manière plus approfondie notamment dans la partie « Apprenez à déceler le système sensoriel principal d'une personne » page 74) et introduites par « où », « quand », « que », « quel », « quoi », « pourquoi », « comment » :

- « *Comment vois-tu ton avenir ?* »
- « *Quand va-t-il s'entendre avec son associé ?* »
- « *Pourquoi semblez-vous touché par son silence ?* »
- « *Qu'as-tu ressenti lorsqu'elle est partie ?* »

## BON À SAVOIR

- Si une personne à qui vous vous adressez est parent depuis peu, parlez-lui de son nourrisson. En effet, il existe une très forte probabilité qu'une grande partie de son temps libre lui soit consacré et qu'il constitue l'une de ses principales préoccupations. S'il a des enfants plus âgés et que vous avez remarqué qu'il a l'habitude d'en parler avec fierté, utilisez ce sujet de conversation lors de vos échanges. Votre interlocuteur devrait prendre plaisir à dialoguer avec vous à ce sujet et il sera ainsi favorablement pré-disposé à continuer votre discussion.
- Afin d'optimiser la manière dont vous menez vos conversations, il pourrait vous être utile de déceler parmi vos interlocuteurs (amis, membres de votre famille, clients, collègues de travail, supérieurs hiérarchiques...) lesquels sont heureux et lesquels sont malheureux. Il est très important de tenter de savoir ce qui les fait rêver et ce qui les empêche de dormir la nuit.

Vous améliorerez encore davantage la qualité de vos échanges interpersonnels si vous...

## B. PRIVILÉGIEZ LES ATTITUDES QUI VOUS MÈNERONT À LA RÉUSSITE

Les attitudes peuvent se définir comme les différentes manières dont nous nous comportons. Elles sont déterminées par le ton de notre voix, nos silences, les mots que nous utilisons, notre langage corporel. Nous avons la chance de pouvoir orienter à notre convenance nos attitudes et elles peuvent avoir une influence directe sur :

- notre propre esprit. Ce dernier et notre corps étant intimement liés, il est par exemple difficile de se sentir désespéré en levant les bras et les index au ciel tout en simulant un fou rire ;
- nos interlocuteurs. Chaque personne que nous rencontrons agit différemment en fonction de notre comportement : notre environnement quotidien est donc le reflet de nous-mêmes et nous pouvons en partie le modeler à notre convenance. Par exemple, si nous sommes heureux, nos interlocuteurs auront une plus grande probabilité d'apprécier notre compagnie que si nous sommes tristes. Ils nous renverront ainsi à leur tour un certain entrain et participeront de cette manière à rendre plaisants notre environnement et notre propre existence. Autre illustration : si vous vous

imaginez intérieurement être une panthère ondulante alerte et confiante, lorsque vous êtes sur votre lieu de travail, vous dégagerez une énergie différente de celle diffusée par votre comportement habituel. Vos collègues de bureau pourraient même s'en rendre compte et paraître plus méfiants et craintifs.

Pour atteindre vos objectifs dans le cadre de vos entretiens, vous devrez donc adopter des attitudes gagnantes. Les cinq sous-parties qui suivent en présentent de nombreux exemples.

### **1. Suscitez le respect et d'autres appréciations positives à travers ce que vous êtes et ce que vous faites**

Outre l'exemple de la panthère, vous pourriez choisir de cultiver trois attitudes qui sont partagées par les leaders charismatiques qui réussissent : l'enthousiasme, la curiosité et l'humilité. Il est également bénéfique d'allier l'autorité (à utiliser prudemment et avec discernement) avec l'accessibilité, de démontrer que vous êtes généreux et que vous avez le potentiel de stimuler le développement d'autres individus. Dans cet ouvrage, nous avons précédemment présenté la sympathie comme l'une des qualités pouvant vous aider à vous forger une bonne réputation. Bien évidemment, elle constitue également une attitude très utile dans le cadre d'interactions avec d'autres personnes si vous souhaitez qu'elles vous considèrent favorablement.

Afin de vous entraîner à produire plusieurs des attitudes gagnantes que nous venons d'évoquer, procédez aux expériences comportementales suivantes.

- Parlez à vos interlocuteurs comme s'ils étaient les individus les plus importants au monde.
- Agissez avec eux comme si vous vous considériez comme l'être le plus sympathique qui existe. Autre solution, imaginez qu'une personne invisible qui reste à vos côtés évalue votre niveau de sympathie et que, si vous n'obtenez pas la note de vingt sur vingt, vous mourrez dans d'atroces souffrances...

Observez ensuite les résultats sur vos interlocuteurs et sur vous-même.

Une autre attitude contribuera à ce que vous paraissiez agréable : montrez que vous maîtrisez l'art de présenter d'autres personnes. En effet, vos contacts constateront vos qualités d'altruisme, d'aisance, de professionnalisme et pourraient

de plus se sentir valorisés par cette action. La règle est simple : l'individu situé à l'échelon hiérarchique plus bas est présenté à la personne située à l'échelon supérieur. Exemple : « *Monsieur le Président, je vous présente notre nouvel embauché Jean BON.* »

Si vous devez présenter des gens sans connaître leurs niveaux hiérarchiques, la personne la plus jeune est présentée à celle qui est plus âgée.

Enfin, si vous souhaitez augmenter votre efficacité communicationnelle, évitez les attitudes néfastes qui vous éloigneront des autres, comme par exemple l'arrogance, le mépris, l'égoïsme, la critique destructive, la colère, l'impatience, la culpabilité, la peur ou la jalousie, et...

## **2. Employez des propos adaptés et efficaces**

### ***2.1. Le pouvoir de la précision***

Les meilleurs communicants ont souvent le point commun suivant : ils sont précis dans les termes qu'ils utilisent lorsqu'ils s'expriment. Cette rigueur leur permet de donner du poids à leurs explications, et leurs interventions sont souvent perçues avec plus d'attention et d'intérêt. En effet, nous sommes généralement plus sensibles et réceptifs lorsqu'une personne détaille ses récits de manière pointue. Nous avons également tendance à considérer ce type d'individu comme plus crédible et plus sérieux.

Par exemple, il est préférable d'éviter de formuler la phrase suivante envers son supérieur hiérarchique : « *Vous m'avez annoncé, il y a quelques temps, que le calcul des primes que je percevrai me serait plus avantageux cette année. Pourriez-vous m'en dire plus ?* »

Vous trouverez ci-dessous une formulation plus efficace :

« *À la fin de mon entretien d'évaluation annuel le 18 janvier dernier, nous avons évoqué mes très bons résultats commerciaux, et notamment l'augmentation de 50 % du chiffre d'affaires que j'ai réalisé sur mon secteur. Veuillez rectifier si je fais une erreur : à ce moment-là, vous avez pris l'initiative de m'annoncer que vous mettriez en place cette année un nouveau calcul de mes primes qui me permettrait de les doubler par rapport à celles de l'an dernier. Avez-vous plus d'éléments à me communiquer à ce sujet ?* »

Cette dernière déclaration a, comme vous l'avez constaté, l'avantage d'être bien plus précise que la première. Elle sera très probablement perçue avec plus de

considération par le supérieur hiérarchique. D'autre part, elle contient une expression digne d'intérêt : « *Veuillez rectifier si je fais erreur.* » Son intégration dans ce type de déclaration est doublement utile. Premièrement, elle laisse transparaître l'humilité de la personne qui la prononce car elle admet l'éventualité qu'elle soit faillible. Deuxièmement, elle laisse la possibilité à l'interlocuteur de contredire les informations évoquées : s'il ne saisit pas cette opportunité, nous pourrions considérer qu'il les valide. Dans ce cas, l'individu ayant intégré cette expression dans son dialogue pourra continuer son développement oratoire avec plus de légitimité.

## 2.2. *Évoquez des informations positives*

Notre cerveau ne peut que transcrire des images positives. Imaginons que quelqu'un vous demande de ne pas taper dans une balle avec une batte de baseball lors d'un match. Vous n'y parviendrez pas réellement car le cerveau humain traduit cela par l'intermédiaire d'une action réalisée, d'une information positive qui pourrait être retranscrite mentalement par le fait de rester immobile après un lancé de votre adversaire, de regarder avec indifférence la balle passer près de vous...

Ainsi, il est intéressant de suggérer des impressions positives dans l'esprit de nos interlocuteurs. Par exemple, lorsqu'un client vous remercie et que vous lui répondez « *aucun problème* » ou « *il n'y a pas de quoi* », la qualité de votre communication n'est pas optimale. Améliorez-la en privilégiant les réponses suivantes : « *ce fut un plaisir* », « *je suis heureux d'avoir pu vous aider* ». De même, préférez des expressions comme « *appelez-moi* » plutôt que « *n'hésitez pas à m'appeler* ».

« *Un style explicatif positif vous fait paraître enthousiaste et optimiste, alors qu'un style négatif donne de vous une image qui peut être qualifiée de réaliste, voire de franchement pessimiste. Ces styles affectent votre attitude et [...] l'attitude est contagieuse[...]. Si vous commencez par adopter le style positif, vous augmenterez vos chances de succès<sup>4</sup>.* »

## 2.3. *Le choix des mots dans un dialogue conflictuel*

Dans certaines conversations, il peut arriver qu'un interlocuteur mette en avant des souhaits ou des opinions différentes des vôtres. Vous pourriez être tenté d'attaquer frontalement votre adversaire en lui expliquant les raisons pour lesquelles

---

4. BOOTHMAN, N., *Convaincre en moins de deux minutes*, Marabout, Paris, 2007, p. 102-103.

son point de vue n'est pas adapté. Une autre solution plus efficace peut être mise en application. En effet, certains arts martiaux d'origine asiatique nous démontrent leur grande efficacité par l'intermédiaire d'une autre stratégie : ils ne s'opposent pas de manière directe aux coups de leurs agresseurs : ils se servent de leur force pour les orienter dans une autre direction.

Agissez de la même manière lors de vos conversations en acceptant de recevoir les arguments adverses puis en les redirigeant dans le sens qui vous convient le mieux dans votre échange. Faites preuve de modestie lorsque vous présentez votre point de vue. N'employez jamais d'expressions catégoriques de type « *j'ai raison* », « *je suis sûr que* », « *c'est certain* », « *cela ne fait aucun doute* » pour tenter de donner du poids à vos arguments destinés à contrer l'autre individu. Utilisez des termes plus neutres comme « *je pense que* », « *je peux me tromper* » et « *selon moi* ». Autre exemple, lorsqu'une personne souhaite intégrer une opposition dans un dialogue, elle utilisera souvent au préalable le mot « *mais* » comme vous le constaterez dans les deux phrases ci-dessous :

- « *Tu as raison sur ce point mais abordons le sujet d'une autre manière...* »
- « *Ton affirmation semble correcte mais une autre réflexion me vient à l'esprit...* »

Comment réagira votre interlocuteur après que vous avez prononcé ces phrases ? Il comprendra que vos propos vont contrecarrer les siens. Il aura l'impression que vous l'attaquez suite à ses affirmations, ce qui ne sera pas favorable à la suite de l'échange. Il est en effet inutile que des rancœurs naissent ou s'accroissent entre deux individus et que le ton du dialogue devienne plus agressif.

Remplaçons maintenant le « *mais* » par le mot « *et* » dans nos deux précédents exemples :

- « *Tu as raison sur ce point et abordons le sujet d'une autre manière...* »
- « *Ton affirmation semble correcte et une autre réflexion me vient à l'esprit...* »

Ce changement de mot de liaison donne une orientation beaucoup moins offensive à la suite de votre propos dans l'esprit de votre interlocuteur.

L'auteur Anthony ROBBINS, dans son ouvrage très intéressant *Pouvoirs illimités*, nous présente trois phrases permettant de s'opposer à un interlocuteur sans créer de sentiment de résistance dans son esprit :

- « *Je reconnais que... et...* »



- « *Je respecte votre point de vue et...* »

- « *C'est vrai et...* »

Par l'intermédiaire de ces expressions, qu'il appelle « structure d'entente », vous reconnaissez au moins partiellement la véracité et le caractère adéquat des propos de votre interlocuteur, tout en redirigeant le dialogue vers les éléments et les idées qui vous semblent importants et que vous souhaitez défendre.

Dernier exemple : votre ami ne boit que de l'eau minérale et pense que l'eau potable du robinet peut être nocive pour la population. Vous souhaitez affirmer à votre interlocuteur : « *Ce que tu dis n'a aucun sens.* » Préférez la phrase suivante : « *Je comprends que tu conserves ce point de vue, tu as raison de te soucier de la pollution qui est un vrai fléau pour notre planète, pour les générations futures, et si je te présentais les études réalisées par de nombreux laboratoires indépendants, elles pourraient peut-être modifier ta perception du problème.* »

Vous constaterez que, par l'intermédiaire de l'importance de la pollution que vous rappelez dans cette phrase, vous validez en partie le mode de pensée de votre interlocuteur en lui montrant que vous êtes tout comme lui préoccupé par l'environnement. Ainsi, il peut constater que vous lui ressemblez sur ce point et il pourra se sentir compris. Il percevra de manière moins prononcée le fait que vous rentriez en opposition avec lui dans ce dialogue.

Après avoir prédisposé favorablement l'esprit de votre interlocuteur à écouter votre point de vue sur le sujet de votre discord, il ne vous restera plus qu'à mener à bien l'étape primordiale de...

## C. LA PERSUASION

« *Ce sont ceux qui savent persuader les autres qui dirigent le monde.* »

Anthony ROBBINS

Dans son ouvrage que nous avons cité précédemment, Nicholas BOOTHMAN nous indique qu'il n'y a que six façons de faire faire aux autres ce que l'on souhaite : la loi, l'argent, la puissance émotionnelle, la force physique, le mirage de la beauté physique et la persuasion.

La persuasion est le moyen le plus efficace, généralement le plus rapide et le plus économique pour convaincre. Elle se définit comme le processus par lequel une

personne tente de convaincre quelqu'un de croire ou de faire quelque chose. Elle peut être engagée dans un contexte amical, neutre ou conflictuel. Dans ce dernier cas, le chapitre précédent vous aidera à apaiser la situation afin d'augmenter l'efficacité du processus. Aristote basait la persuasion sur trois éléments fondateurs : la confiance, la logique et l'émotion.

### • *La confiance*

Comme nous l'avons déjà évoqué, vous devez donner une bonne première impression à vos interlocuteurs, par exemple en faisant en sorte que votre apparence soit soignée. Démontrez d'autre part que vous êtes une personne honnête. De plus, vos gestes, votre voix, votre attitude générale doivent être en harmonie, on parle également de congruence. À ce titre, si vous affirmez d'un air très colérique « *CELA ME FAIT TRÈS PLAISIR DE TE VOIR* », ou si vous murmurez avec une voix chevrotante et en tremblant des deux genoux « *je suis très serein* », vous ne respirerez pas l'harmonie. Votre interlocuteur pourra alors difficilement vous faire confiance dans ce contexte.

### • *La logique*

Vos propos et les enchaînements de vos idées doivent être censés et cohérents.

### • *L'émotion*

Des recherches en neurosciences démontrent qu'une émotion génère une réaction chimique dans notre cerveau, qui influence la manière dont il traite les éléments qui lui sont communiqués. Ainsi, un individu qui reçoit un message qui crée dans son esprit un fort cocktail émotionnel le mémorisera plus facilement et sera davantage réceptif aux informations qu'il contient. Ce livre a déjà présenté le principe qui suit : si vous souhaitez faire perdurer efficacement une conversation, il est intéressant de chercher à susciter les émotions de vos interlocuteurs, notamment par l'intermédiaire de propos faisant appel à leur imagination. Cette précaution vous servira également dans le cadre d'un processus de persuasion.

En effet, dans ce contexte, vous augmenterez vos chances de réussite si vous utilisez là encore des termes qui font référence aux sens. De façon à ce que vos interlocuteurs « vivent » les éléments que vous leur énoncez, intégrez dans vos conversations des images, des saveurs, des odeurs, des notions relatives au toucher. Par exemple, vous travaillez dans une agence de voyage et votre objectif est de vendre

un maximum de séjours aux Maldives ? Parlez aux clients indécis d'une semaine dans une île dans laquelle ils pourraient imaginer le bien-être que leur apporterait une baignade dans une eau bleu turquoise à 30 °C, entourés de poissons multicolores et dans laquelle ils pourraient caresser des tortues de mer. Évoquez le profond sentiment de détente que leur procurerait le spa de l'hôtel et le calme des plages constituées de sable fin. Détaillez les repas exquis du restaurant trois étoiles qui leur seront servis chaque jour dans le cadre de la pension complète...

Plus récemment, des travaux en psychosociologie ont révélé des conclusions étonnantes sur une pratique très simple permettant d'améliorer vos chances de persuader un individu. C'est Ellen LANGER, chercheur à l'Université d'Harvard, qui a mené une enquête sur le sujet dans une bibliothèque bondée. L'un de ses complices s'approchait d'un étudiant qui était placé devant un photocopieur et lui demandait : « *Excusez-moi, j'ai cinq pages à photocopier. Puis-je utiliser le photocopieur parce que je suis très pressé ?* » 94 % des individus répondaient positivement à cette demande. Ce pourcentage tombait à 60 % lorsqu'il n'évoquait pas le fait d'être très pressé (il arrêta sa phrase au mot « photocopieur »). Cependant, la surprise fut constituée par la remontée à 93 % d'acceptation lorsque l'enquêteur disait la phrase suivante : « *Excusez-moi, j'ai cinq pages à photocopier. Puis-je utiliser le photocopieur parce que je dois en faire des copies ?* »

Introduire une demande en démontrant une relation de cause à effet en utilisant « parce que » peut donc déclencher une forte probabilité de recevoir une réponse positive. Ellen LANGER nous démontre que la pertinence de la justification apportée à cette relation de cause à effet a peu d'influence sur cette probabilité (la justification « *parce que je dois en faire des copies* » peut être considérée comme très peu pertinente).

Dans le monde professionnel, il est également avantageux d'utiliser l'expression « *parce que* » pour augmenter ses chances de succès. Par exemple, lorsque vous dites à une personne rencontrée dans le cadre de votre travail « *je suis très heureux de vous rencontrer* », vous pourriez ajouter « *parce que j'ai beaucoup apprécié votre publication relative à...* ».

Si vous souhaitez convaincre lors de discussions dont les enjeux sont plus importants que dans notre exemple lié à des photocopies, construire votre argumentation d'une autre manière se révélera intéressant. La démonstration de la relation de cause à effet évoquée précédemment peut être conservée. Cependant, vous pourriez exposer vos demandes, suggestions ou revendications à un individu **après** lui avoir expliqué les raisons qui les justifient et les conséquences générées par vos

doléances. Dans un premier temps, vous susciterez ainsi chez votre interlocuteur un sentiment bénéfique pour la suite de l'entretien : sa curiosité.

Exemple : vous souhaitez proposer à votre fils de séjourner dans un pays étranger afin qu'il augmente son niveau de maîtrise d'une langue vivante.

**Vous** (*commencez par lui annoncer la conséquence générée par la suggestion que vous vous apprêtez à lui annoncer*) : « Tu pourrais très facilement améliorer ton anglais. »

**Votre fils** : « Ah oui ? De quelle manière ? »

**Vous** (*proposez maintenant votre suggestion*) : « Il te suffirait de partir plusieurs mois dans un pays anglophone. »

D'autres études menées par Richard BANDLER et John GRINDER qui sont les fondateurs de la PNL (Programmation NeuroLinguistique, ce thème sera détaillé par la suite page 80 dans la partie « Prenez connaissance de l'importance du langage du corps et de sa signification ») ont mis en exergue la manière dont opéraient les personnes qui montraient un talent avéré pour persuader d'autres individus. Pour arriver à leurs fins, ils réussissent à faire passer leurs interlocuteurs d'un état d'indifférence (état A) à un état d'enthousiasme (état D), et cela après avoir pris soin de les avoir transportés vers un ou plusieurs états intermédiaires (états B et C, il est conseillé d'en choisir au maximum trois ou quatre). « Ainsi, plutôt que de tenter un passage immédiat de l'indifférence à l'enthousiasme, un persuasif expérimenté peut vous emmener vers la curiosité, puis l'ouverture, avant de susciter votre enthousiasme<sup>5</sup>. »

Prenons l'exemple de Flavien, comptable bénévole d'un club de football de village depuis de nombreuses années, qui s'adresse à son président Daniel.

**Flavien** (*en lui tendant une boîte de chocolats ouverte et entamée*) : « Quels types de chocolats aimes-tu Daniel ? »

**Daniel** (*en plongeant sa main à l'intérieur*) : « Je ne suis pas fan des chocolats blancs, ni de ceux qui ont un goût alcoolisé, et je raffole de tous les autres. »

**Flavien** : « Un de mes amis étudiants m'a proposé hier de me vendre cette boîte d'excellents chocolats pour financer un voyage avec toute sa promotion. Je lui en ai acheté cinq. La fin de l'année approche et j'offrirai quelques boîtes en guise de cadeaux de Noël. Nous sommes actuellement nombreux à être touchés par une baisse de notre pouvoir d'achat, et cette solution réduira de moitié les frais que j'engage habituellement pour offrir

---

5. BOOTHMAN, N., *Convaincre en moins de 2 minutes*, Marabout, France, 2007, p. 211.

*des présents à cette occasion. Je trouve également très sympathique de pouvoir remercier les amis qui m'inviteront à manger chez eux en leur faisant déguster une boîte de chocolats plutôt que les traditionnelles bouteilles de vin. J'ai trouvé cette idée excellente car le produit répond à un vrai besoin et n'est pas très onéreux, donc accessible à un grand nombre d'individus, même à ceux qui connaissent des difficultés financières.*

**Daniel :** « Tu voudrais que l'on se mette à vendre des chocolats ? »

**Flavien :** « Ne t'inquiète pas, je sais que nous sollicitons déjà grandement nos concitoyens en leur proposant chaque année nos calendriers et par l'intermédiaire de nos nombreuses manifestations payantes comme le loto ou le concours de pétanque. Mon objectif n'est pas d'essayer de leur vendre du chocolat. Cependant, la société évolue constamment et je pense que nous pourrions nous y adapter en réfléchissant à de nouveaux événements que nous pourrions organiser pour participer au financement de notre club.

*Mon idée pourrait peut-être nous permettre de dégager des bénéfices significatifs à chaque manifestation. Nous pourrions profiter de l'explosion récente en France du nombre d'adeptes d'un jeu de carte très connu. Il s'est largement démocratisé grâce à la légalisation des jeux d'argent sur Internet et les retransmissions télévisées des plus grandes compétitions mondiales. Pour preuve, de nombreux footballeurs de notre club sont déjà passionnés : ils se rencontrent chaque semaine pour s'adonner à cette activité. Elle leur permet de nouer ou de resserrer des liens amicaux de manière ludique. Nous pourrions organiser un grand tournoi de poker. Ces footballeurs pourraient inciter de nombreux autres joueurs parmi leur cercle de connaissances à participer à cet événement. J'ai déjà assisté à ce genre de manifestation : l'organisation est relativement simple et l'investissement faible... Si nous pouvions dégager des milliers d'euros de bénéfices lors de chaque tournoi, visualises-tu ce qu'ils permettraient d'améliorer dans le fonctionnement de notre club ? »*

Nous constatons dans ce dialogue que Flavien a mené Daniel d'un état à un autre ; il a notamment terminé ses propos par une phrase destinée à stimuler l'imagination du président de l'association et à l'enthousiasmer. Il a également fait preuve de logique dans le contenu et la construction de ses phrases. De plus, il a soumis son idée de tournoi de poker après avoir expliqué plusieurs raisons qui ont justifié sa proposition. Tous ces éléments accumulés augmentent les chances de Flavien de réussir à convaincre Daniel.

Évoquons un autre exemple révélateur de ce système de persuasion. Au cours de leurs discours, vous avez certainement pu vous-même remarquer que les femmes

et les hommes politiques excellaient souvent dans l'art de susciter l'adhésion de leur auditoire. Ils transportent eux aussi émotionnellement leurs spectateurs en les faisant passer par différents états : la colère, la peur, l'alarmisme, la tristesse, la sécurité, la curiosité, la solidarité, le patriotisme, la confiance, la philanthropie, l'espoir...

## FOCUS

### *HUMEUR*

Il a été prouvé que l'humeur d'un individu avait une incidence sur le niveau de réflexion lui permettant de faire face à une proposition persuasive. En effet, les personnes qui ressentent un sentiment de joie auront tendance à réfléchir de manière plus superficielle que celles qui se trouvent dans un état de tristesse (ce dernier traduisant souvent la nécessité de faire face à un environnement problématique) ou de neutralité. Ainsi, surtout lorsque vous ressentirez ce sentiment de gaieté, gardez à l'esprit cette nécessité de conserver un haut niveau de réflexion et de vigilance lorsqu'un individu a engagé un processus de persuasion envers vous, et plus généralement lors de toutes vos prises de décision.

Exemple : l'un de mes amis commerciaux estimait que sa rémunération était trop faible par rapport à la qualité et la quantité du travail qu'il fournissait. Il a donc utilisé entre autres la technique de la MESORE (nous l'étudierons de manière détaillée à partir de la page 156) auprès de son supérieur hiérarchique. Il lui a exprimé avec diplomatie et habileté qu'il pourrait peut-être quitter son poste pour une société qui lui propose un salaire supérieur de 25 % par rapport à celui qu'il gagnait à cette époque.

Quelques jours plus tard, ce supérieur hiérarchique lui a annoncé, par l'intermédiaire d'un entretien téléphonique improvisé au début d'un mois de juillet, qu'il lui accordait une augmentation de salaire raisonnable, sans toutefois atteindre les 25 % espérés. Mon ami avait la liberté de refuser cette offre, mais il l'a acceptée car ces nouvelles conditions de rémunération lui convenaient : il était heureux, la MESORE avait fonctionné. Il a toutefois oublié de conditionner son acceptation à un écrit du service ressources humaines stipulant l'application de cette augmentation de manière immédiate. Le responsable RH – dont l'un des objectifs est de limiter les hausses des coûts salariaux de l'entreprise dans laquelle il évolue – a alors décidé unilatéralement, et sans lui communiquer

cette information, de ne lui accorder son augmentation qu'au mois de... septembre suivant, et non en juillet comme mon ami commercial l'espérait. Il a donc perdu plus d'un mois d'augmentation salariale (ce qui représentait plusieurs centaines d'euros), en partie à cause du sentiment de satisfaction qu'il a éprouvé. En effet, lorsqu'il a appris que son salaire allait croître, cette heureuse nouvelle a abaissé son niveau de réflexion et de vigilance lors de son entretien téléphonique, de telle manière qu'il n'a pas détecté le subterfuge prévisible de sa direction.

En résumé, nous vous avons présenté plusieurs éléments qui vous aideront à mener à bien vos prochaines conversations. Pour les initier, il est opportun de vous appuyer sur les points communs qui pourraient vous permettre de vous rapprocher de vos interlocuteurs. Si vous n'êtes pas parvenu à en déceler, si vous souhaitez parler à quelqu'un que vous n'avez jamais rencontré, vous pourriez vous inspirer de l'environnement direct que vous partagez avec lui pour trouver une phrase d'accroche qui aboutirait à un dialogue. Dans l'optique de mieux faire connaissance avec votre contact et d'entretenir votre discussion, demandez-lui son point de vue sur quelque chose et posez-lui des questions ouvertes tout en stimulant son imagination par l'utilisation de propos en lien avec ses sens. Nous avons évoqué d'autres typologies de questions (« miroir », « ricochet » et « relais ») qui feront également perdurer vos dialogues en invitant votre interlocuteur à enrichir, préciser ou reformuler ses affirmations.

D'autre part, pour réussir vos entretiens, il vous sera utile d'adopter des attitudes gagnantes qui vous feront paraître charismatique, confiant, dynamique, positif. Par exemple, faire preuve de précision dans les propos que vous tenez augmentera leur impact auprès de vos auditeurs et la propension de ces derniers à vous considérer comme un être valeureux. Certaines discussions peuvent toutefois se montrer délicates à traiter, notamment si vous êtes en désaccord avec un individu. Dans ce cas, ne vous opposez pas frontalement à lui. Commencez par admettre ou par laisser sous-entendre que vos jugements ou réflexions peuvent être faillibles. Ensuite, montrez au moins partiellement votre approbation concernant le point de vue adverse. Prenez soin de le reformuler rapidement si nécessaire. Après avoir pris l'ensemble de ces précautions, vous présenterez plus efficacement votre propre vision des choses. Préférez l'introduire en utilisant le mot « et » plutôt que « mais », ce dernier étant un terme plus offensif car il annonce une contradiction de manière systématique. À cette étape, vous tenterez de convaincre votre interlocuteur.

Quels éléments permettent de mener à bien un processus de persuasion ? Il est tout d'abord nécessaire de susciter la confiance, les émotions, et – une fois encore – l'imagination des personnes qui vous écoutent tout en faisant preuve de logique dans vos paroles. Ensuite, dans l'hypothèse où vous leur soumettez des propositions, vos probabilités de convaincre seront plus importantes si vous les justifiez en démontrant une relation de cause à effet, par exemple en utilisant l'expression « parce que ». D'autre part, vous augmenterez significativement votre force de persuasion si vous parvenez à amener vos interlocuteurs d'un état d'indifférence à un état d'enthousiasme, en les faisant passer par plusieurs autres états intermédiaires, comme par exemple la curiosité ou l'espoir.

Nous avons principalement axé cette partie sur les propos et les comportements que vous pourriez utiliser pour réussir un entretien. Vous constaterez que vous augmenterez encore davantage votre efficacité dans ce contexte si vous...

---

### III – PARLEZ ET AGISSEZ AUSSI EN FONCTION DE VOTRE INTERLOCUTEUR

#### A. DÉTERMINEZ LE SYSTÈME DE VALEURS DE VOS INTERLOCUTEURS

Un système de valeurs peut se définir comme « *l'ensemble de ce que vous croyez, en tant qu'individu, sur ce qui vous importe le plus. Vos idées sur le bien et le mal, sur ce qu'il faut faire ou ne pas faire*<sup>6</sup>. »

Il guide nos pensées et nos comportements, il nous rend cohérents, satisfaits de nous-mêmes. Il peut également nous détourner de ce qu'il nous permet de considérer comme indésirable ou futile. Il détermine le choix de nos amis, nos passions, notre emploi, nos sorties, le type de quartier et d'habitation dans lesquels nous décidons de loger, et une infinité d'autres choses.

Ce système de valeurs est étroitement lié à nos croyances, c'est pourquoi nous pourrions le forger majoritairement à partir des mêmes sources. Ses bases nous ont tout d'abord été inculquées pendant notre enfance, par nos parents, à travers leurs encouragements, punitions, récompenses et remontrances. Ensuite, tout au long de notre vie, ce système de valeurs a évolué à travers d'autres modèles et réflexions, pendant notre cursus scolaire, universitaire, avec nos relations

---

6. ROBBINS, A., *Pouvoirs illimités*, Robert Laffont, Paris, 1989, p. 227-228.



amicales, amoureuses, durant les étapes de notre carrière professionnelle, après que nous avons choisi d'atteindre de nouveaux objectifs...

Les valeurs se différencient toutefois des croyances en ce qu'elles définissent dans l'esprit d'une personne, comme nous l'avons évoqué au début de cette partie, ce qui est bien ou mal (concernant par exemple la valeur fidélité, un individu pourrait estimer que tromper son conjoint est mal) alors qu'une croyance différencie ce qui est vrai et faux (ce même individu pourrait intégrer la croyance suivante : il est vrai que tromper son conjoint équivaut à ne pas le respecter).

Nous connaissons de nombreuses valeurs auxquelles notre esprit adhère. Cependant, certaines sont tellement ancrées profondément dans notre propre inconscient qu'il nous est quelquefois difficile de les identifier. De ce fait, il est fréquent que des individus ne comprennent pas certains de leurs propres agissements.

Par exemple, un de mes amis m'a confié avoir déterminé lors d'une séance d'autohypnose (cette technique peut nous aider à accéder à notre inconscient) la raison pour laquelle il consacrait tant d'heures à travailler et pourquoi la réussite professionnelle lui importait énormément. Il s'adonnait dans son enfance et son adolescence à un sport collectif dans lequel il brillait. Il faisait partie des tout meilleurs joueurs d'une zone géographique composée de 200 clubs qui enseignaient le sport qu'il pratiquait. Cette activité lui avait procuré d'immenses joies, ses coéquipiers et les spectateurs le respectaient beaucoup, il se sentait fort et confiant grâce à cela. Malheureusement, plusieurs blessures l'ont obligé à abandonner ce sport qu'il appréciait tant. Il a tout simplement souhaité retrouver ses sensations sportives dans son travail : tenter de devenir le meilleur, prendre du plaisir, fournir des efforts généreux, être apprécié et respecté pour son efficacité et ses résultats.

Mon ami voulait donc retrouver entre autres les valeurs suivantes dans son travail alors qu'il les avait connues dans le sport : domination par la performance, plaisir, amitié, respect, défi, dépassement de soi.

Vous trouverez ci-dessous une liste non exhaustive de valeurs qui peuvent être considérées comme fondamentales pour les individus. Elle est citée par Anthony ROBBINS dans son ouvrage *Pouvoirs illimités* : « amour - sentiment d'exaltation - communication mutuelle - respect - plaisir - épanouissement - soutien - défi - créativité - beauté - attirance - unité spirituelle - liberté - honnêteté. »

Il en existe beaucoup d'autres : écologie, réussite, humour, pragmatisme, perfectionnisme, pugnacité, ouverture d'esprit...

Chaque individu priorise les valeurs qui l'animent. Si les vôtres sont différentes ou dans un autre ordre de priorité qu'un de vos interlocuteurs, il est possible que cela crée des conflits, des désaccords. En revanche, si vous souhaitez être plus efficace

dans votre communication, il est utile que vous trouviez le système de valeurs des personnes avec qui vous êtes en relation et l'importance qu'elles donnent à chacune d'elles. Vous arriverez ainsi à comprendre voire à anticiper le fonctionnement de leurs esprits. Connaître l'échelle des valeurs de votre conjoint(e), de vos enfants, de vos parents, de vos collègues de travail, de votre supérieur hiérarchique peut s'avérer extrêmement utile pour les mêmes raisons.

Après avoir identifié et priorisé les valeurs que vous avez en commun avec votre interlocuteur, et dans l'optique de créer puis de nourrir une relation solide (amoureuse, professionnelle, amicale ou familiale), agissez et parlez de manière à respecter et à satisfaire ses valeurs prioritaires, à montrer que vous y adhérez également.

D'autre part, il serait bénéfique de réaliser ce travail de priorisation sur vous-même. Il pourrait vous éviter des conflits intérieurs, vous aider dans vos prises de décisions et vous permettre de réorienter certaines activités de votre vie.

Exemple : un employé de bureau doit terminer l'un de ses dossiers importants de manière urgente. Il sait qu'il devrait travailler jusqu'à 22 h le soir pour le traiter complètement. Il pourrait être motivé à cela car son esprit a intégré dans la même journée tous les éléments et toutes les données utiles à la finalisation de ce dossier. Il sait donc qu'il serait plus efficace s'il en venait à bout dans la journée. Un travail d'introspection lui avait permis de déterminer que sa valeur prioritaire était sa famille, une de ses valeurs secondaires était son efficacité professionnelle. Il a donc rapidement pris la décision de rejoindre à une heure « normale » sa femme et ses enfants et de reporter au lendemain la clôture de son dossier urgent.

Nous avons abordé dans ce chapitre l'importance de vous adresser à vos interlocuteurs en prenant en compte le fonctionnement de leurs esprits lié à leurs valeurs. Vous obtiendrez encore davantage d'informations qui contribueront à la réussite de vos entretiens si vous...

## **B. APPRENEZ À DÉCELER LE SYSTÈME SENSORIEL PRINCIPAL D'UNE PERSONNE**

Plusieurs études ont démontré que chaque être humain communique avec lui-même et avec son environnement en utilisant un sens prioritaire parmi les trois suivants :

SENS POUVANT ÊTRE UTILISÉ DANS LA COMMUNICATION	POURCENTAGE DE LA POPULATION QUI PRIVILÉGIE CE SENS DANS LEUR COMMUNICATION
TOUCHER (appelé aussi KINÉSTHÉSIE)	20 %
OUÏE	40 %
VUE	40 %

Le système sensoriel principal d'un individu peut se définir comme celui qu'il utilise le plus fréquemment et dans lequel il fait preuve de la plus grande finesse de perception. C'est également celui dont il est le plus conscient. Afin de s'adapter de manière optimale à son interlocuteur, il est utile de déterminer son système sensoriel prioritaire. Ce dernier pourrait servir de canal privilégié pour communiquer avec lui de manière efficace si vous mettez en place un processus de synchronisation verbale. Cette notion de synchronisation sera abordée de manière plus approfondie dans la partie « Utilisez la synchronisation et devenez un caméléon » page 84.

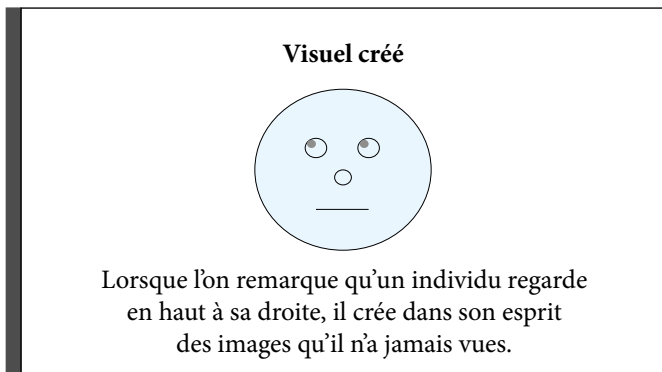
Comment déceler le système sensoriel prioritaire de votre interlocuteur ? Prenez en considération les mots et les expressions qu'il utilise fréquemment.

Par exemple, un individu à dominance **visuelle** dira « *je vois ce que tu veux dire* » et « *notre horizon s'éclaircit de jour en jour* ».

Une personne **auditive** pourrait vous répondre « *c'est entendu* » puis « *nous récolterons probablement un tonnerre d'applaudissements* ».

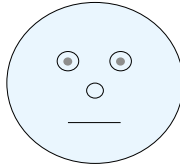
Un interlocuteur **kinesthésique** pourrait vous murmurer à l'oreille : « *Vous touchez du doigt un problème sensible et j'ai prévu de vous épauler dans sa résolution.* »

D'autre part, l'observation des yeux de vos interlocuteurs pourra vous aider dans la détermination du sens qu'ils privilégient pour communiquer :



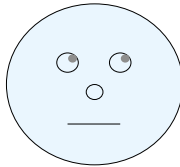
Exemple de suggestion pouvant générer ce mouvement :  
imaginez que le ciel soit rose.

### **Visuel**



Si le regard est fixe et « dans le vague »,  
l'individu réfléchit par l'intermédiaire d'images.

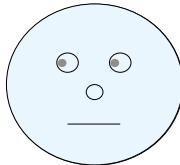
### **Visuel évoqué**



Si le regard est situé en haut à gauche,  
l'individu visualise intérieurement des images déjà vues.

Exemple de suggestion pouvant générer ce mouvement :  
représentez-vous dans votre esprit la forme d'un ballon de rugby.

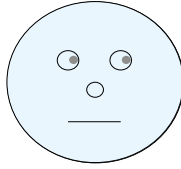
### **Auditif créé**



Si le regard d'un individu est situé latéralement  
à sa droite, il traduit la création de sons,  
de nouvelles associations syllabiques.

Exemple de question pouvant générer ce mouvement :  
si une personne vous demandait de créer un nouveau son très étrange,  
à quoi ressemblerait-il ?

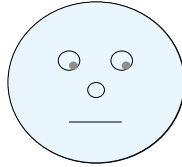
### **Auditif évoqué**



Si le regard est situé latéralement à gauche, il traduit le souvenir de sons déjà entendus par le passé, comme par exemple des conversations, de la musique et d'autres bruits divers.

Exemple de suggestion pouvant générer ce mouvement :  
remémorez-vous les sons de votre sonnerie de téléphone.

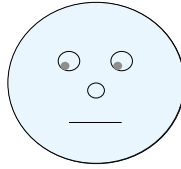
### **Auditif logique**



Si un individu regarde en bas à sa gauche, il traduit le fait qu'il soit en phase de dialogue intérieur, il réfléchit à travers une conversation engagée avec lui-même.

Exemple de question pouvant générer ce mouvement :  
quelle est la phrase que vous vous dites intérieurement le plus souvent ?

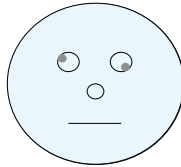
### Kinesthésique



Un individu qui regarde en bas à sa droite fonctionne généralement sur un mode kinesthésique. Il porte une grande attention à ses sensations tactiles et à ses sentiments affectifs.

Exemple de question pouvant générer ce mouvement :  
que ressentez-vous lorsque vous prenez une douche à une température que vous considérez comme idéale ?

?



Strabisme oculaire ne laissant pas présager du sens privilégié de la communication interne d'un individu.

Enfin, vous trouverez ci-dessous des commentaires relatifs à chaque typologie d'individus par rapport au canal sensitif qu'ils privilégient :

#### - Les visuels

Ils se représentent le monde en images : ils sont sensibles aux formes, aux couleurs, à la luminosité, ils ont souvent une voix aiguë et font des gestes dirigés vers le haut. Leur débit de parole est généralement rapide, saccadé, et ils respirent avec le haut de la poitrine.

### - *Les auditifs*

Ils sont sensibles aux sons et aux rythmes de la voix (leur propre vitesse d'élocution est moyenne), ils aiment la précision des mots, respirent avec toute la cage thoracique. Leur voix est mélodieuse, il leur arrive souvent de croiser les bras, d'adopter des postures décontractées et de se parler à eux-mêmes.

### - *Les kinesthésiques*

Ils recherchent et sont attentifs à des sensations, des vibrations, ils bougent beaucoup, leurs gestes miment les mots qu'ils utilisent. Ils ont le sens du contact, respirent profondément avec l'abdomen. Leur voix est généralement grave avec un débit de parole relativement lent et ponctué de pauses. Il leur arrive de faire des gestes brusques et ils se tiennent à une distance plus rapprochée qu'un visuel ou un auditif.

## FOCUS

### *RELATION AMOUREUSE*

Au début de ce type de liaison, les deux partenaires ont tendance à communiquer leurs sentiments, à montrer leur amour à leur conjoint, par l'intermédiaire des trois systèmes sensoriels prioritaires que nous avons précédemment détaillés. Généralement, ils se parlent, se touchent beaucoup et se présentent visuellement de la manière la plus avantageuse. Plus tard, il est fréquent que chaque individu se sente plus confortablement installé dans sa relation et transmette différemment ses preuves d'affection. Souvent, chacun diminuera ses efforts de communication en privilégiant son propre canal sensitif principal. Ainsi, par exemple, un homme kinesthésique utilisera essentiellement de nombreuses caresses pour montrer son affection, un auditif aura surtout besoin d'exprimer ce qu'il ressent pour l'être aimé avec des mots alors qu'un visuel privilégiera les cadeaux, les fleurs et différentes sorties (cinéma, musées...).

Ces comportements ne seront efficaces pour la bonne entente du couple que si les deux personnes qui le constituent disposent du même système sensoriel prioritaire. Dans le cas contraire, il est primordial que vous vous adaptiez à celui de votre partenaire, que vous aurez au préalable déterminé grâce aux enseignements

exposés précédemment. Ainsi, vous augmenterez les probabilités que votre conjoint(e) vous comprenne, vous apprécie, et vous diminuerez les risques de tensions conjugales si vous vous synchronisez avec lui.

Les individus qui communiquent souvent avec des groupes de personnes (professeurs, hommes politiques, PDG...) ont davantage de succès lorsqu'ils utilisent ces trois canaux dans leurs échanges. Ils ont ainsi une plus grande probabilité de mobiliser l'attention de l'ensemble de leur auditoire et de favoriser la compréhension de leurs messages auprès d'un plus grand nombre de personnes.

En général, ces mêmes communicants ont souvent pris connaissance de l'utilité de connaître les messages implicites transmis de manière consciente ou non par l'intermédiaire des mouvements et des postures corporels. Imitiez-les...

### C. PRENEZ CONNAISSANCE DE L'IMPORTANCE DU LANGAGE DU CORPS ET DE SA SIGNIFICATION

En 1967, un universitaire californien a démontré que, dans un entretien en face à face :

- 45 % de la communication était verbale. Elle permet la transmission d'informations. Ce chiffre se décompose de la manière suivante : 7 % est constituée par la signification des mots utilisés et 38 % concerne la communication « vocale », c'est-à-dire les intonations et les sons de la voix ;
- **55 % de la communication était visuelle (basée sur les expressions du visage et du langage corporel).** Son rôle est d'établir et de maintenir la relation interpersonnelle.

Ces pourcentages mettent en lumière le caractère prioritaire de la communication non verbale. La PNL nous apprend de nombreux éléments à ce sujet. En effet, cette discipline permet entre autres de déterminer l'état d'esprit d'une personne en analysant cette typologie de communication sans parole.



PNL signifie :

« Programmation » : tout au long de notre existence, nous nous programmons à travers des systèmes de comportements et de pensées ;

« Neuro » : notre activité neurologique (cerveau et système nerveux) nous permet de mettre en place cette programmation ;

« Linguistique » : la façon dont nous nous exprimons reflète notre manière de ressentir notre environnement.

La synthèse suivante vous aidera à décoder rapidement l'état d'esprit de votre vis-à-vis en fonction de ses postures et attitudes. Vous pourrez également utiliser ces informations tirées des enseignements de la PNL pour communiquer des messages non verbaux à vos interlocuteurs. Je me suis inspiré entre autres de plusieurs éléments présentés dans l'ouvrage *Artful Persuasion* d'Harry MILLS.

- Tête :

- baissée : soumission ;
- dressée : fierté, supériorité, agressivité ;
- inclinée : bienveillance, attention ;
- dans la paume de la main : ennui, indifférence.

- Buste :

- incliné en avant : franchise, implication, intérêt, cela peut aussi traduire parfois l'agressivité ;
- en position de recul : manque d'intérêt, désengagement ;
- tassé : signe de découragement ;
- déployé : domination, triomphe ;
- le cœur orienté vers son interlocuteur : ouverture.

- Bassin :

- en avant : désinvolture, négligence ;
- en arrière : besoin de se rassurer, formalisme, manque d'aise.

- Jambes :

- debout :

- \* balancement d'avant en arrière ou de gauche à droite : caractère hésitant ;

- \* déhanchement : déconcentration ou dans certains cas fatigue.

- assis :

- \* croisement : ennui, indifférence, fermeture, protection ;

- \* sans croisement : ouverture ;

- \* proches du siège ou au-dessous : réserve ;

- \* loin du siège tendues : aisance ;

- \* entortillées au siège : besoin de se rassurer.

- Bras :

- croisés : protection, renfermement sur soi ;

- autonomes : aisance, franchise.

- Mains :

- jointes : confiance ;

- poings serrés ou mains sur les hanches en se tenant debout : agressivité, attitude défensive.

- Corps :

- détendu : franchise ;

- rigide : attitude défensive.

Attention, des éléments listés ci-dessus pourraient avoir des significations différentes en fonction des conditions dans lesquelles ils seront observés. Il vous suffira de faire preuve de discernement et de logique pour décrypter ces situations. Pour illustrer cela, reprenons l'exemple du buste tassé évoqué dans les lignes précédentes. Il est évident que vous prendrez facilement conscience que cette posture ne traduira pas forcément le découragement d'une personne si elle

vous a indiqué qu'elle n'a pas réussi à dormir durant les quarante-huit heures précédant votre rencontre.

D'autre part, cette liste n'est pas exhaustive. Ainsi, d'autres gestes peuvent traduire l'état d'un individu se sentant mal à l'aise. C'est par exemple le cas lorsque votre interlocuteur porte sa main sur son oreille, se repositionne sur son siège, se frotte les mains, réajuste une mèche de ses cheveux ou le pli de l'un de ses vêtements. Il est également possible de déceler un mensonge lorsqu'un individu touche son visage avec sa main, par exemple en mettant son doigt sur le côté de son nez ou sa main aux commissures de ses lèvres.

Un autre élément important est à prendre en compte dans le langage corporel : la distance vous séparant de chacun des interlocuteurs avec qui vous dialoguez. Ainsi, quatre types de distances peuvent être utilement constatés dans les relations interpersonnelles :

- la zone intime : quelques centimètres jusqu'à cinquante centimètres, comme son nom l'indique, elle est réservée aux relations intimes ;
- la zone personnelle est réservée aux relations amicales (dans la vie privée ou la vie professionnelle) : de cinquante centimètres à un mètre vingt ;
- la zone sociale : de un mètre vingt à trois mètres. On se tient à cette distance lorsque l'on rencontre une personne pour la première fois ;
- la zone publique : au-delà de trois mètres, elle est déterminée par l'espace qui nous sépare généralement d'un grand groupe de personnes auxquelles nous nous adressons.

Si vous observez qu'une personne se rapproche de vous, les raisons peuvent en être les suivantes : l'attraction, l'affection, l'entente, la confiance, la passion, la conviction, l'aisance, la chaleur. Par exemple, lors d'un rendez-vous galant, vous remarquez qu'à la fin de la soirée la personne qui vous accompagne marche à vos côtés en étant bien plus proche de vous que lorsque vous vous promeniez ensemble au début de votre rencontre. Il est alors fortement probable qu'elle vous apprécie. Le même constat peut être réalisé si vous vous asseyez ensemble sur la même surface plane et qu'immédiatement après elle décale son postérieur, dans une sorte de soubresaut, ne serait-ce que d'une infime distance vers vous. À l'inverse, un éloignement peut traduire le rejet, la crainte, la froideur, le désaccord, la gêne, le désintérêt, le doute, le manque d'engagement.

Il vous sera possible d'améliorer encore davantage votre expertise et votre efficacité communicationnelles si vous...

## D. UTILISEZ LA SYNCHRONISATION ET DEVENEZ UN CAMÉLÉON

La synchronisation peut être définie comme la volonté de rencontrer notre partenaire sur son propre terrain psychologique pour instaurer un climat de confiance favorable à la discussion. Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire d'ajuster notre comportement, nos attitudes et nos expressions à nos interlocuteurs en leur reflétant de manière subtile leur propre image grâce à des signaux verbaux et non verbaux.

### SUR QUOI PEUT-ON SE SYNCHRONISER ?

VERBAL	NON VERBAL
Les tournures de phrase	La posture
Les caractéristiques vocales	L'angle de la tête par rapport aux épaules
Les idées clés	Les expressions du visage
Les expressions caractéristiques	Les gestes
La respiration	Les mouvements répétitifs
Les systèmes de représentation sensoriels...	L'humeur...

Transformez-vous en caméléon. Votre interlocuteur pourrait ainsi ressentir l'impression d'être en phase avec vous, voire de déjà vous connaître. Vous l'aurez compris, la très forte puissance du mimétisme pourra vous aider dans ce dessein. Par chance, le cerveau humain est prédisposé à cette activité. En effet, depuis que nous sommes nés, nous avons instinctivement copié un très grand nombre de comportements des personnes qui nous entourent. Il a même été prouvé que, de manière inconsciente, les gens qui se rencontrent ont une tendance naturelle à se synchroniser entre eux. Pour devenir un caméléon, il est donc nécessaire de pousser ce mimétisme instinctif vers une imitation consciente des individus. De très nombreuses études ont montré que cette adaptation comportementale entraînait des effets très bénéfiques sur nos relations interpersonnelles. Ce constat n'est pas

très étonnant car nous avons tendance à nous sentir bien avec les personnes qui nous ressemblent.

Afin d'illustrer la puissance de la synchronisation, Nicholas BOOTHMAN nous donne l'exemple d'une journaliste ayant lu l'un de ses livres traitant de ce sujet. Elle lui rapporta les faits suivants qui se sont déroulés lors d'un repas dans un restaurant. Pendant vingt minutes, elle essaya de se mettre en harmonie avec le langage corporel d'une femme plus âgée qui était assise à une table qui lui faisait face. Elle l'imitait sans la regarder directement : elle prenait les mêmes positions et bougeait presque en même temps qu'elle. Elle fut surprise de voir la femme plus âgée se lever de sa table, se diriger vers elle, puis lui dire qu'elle était certaine de la connaître !

D'autre part, un reportage télévisé m'a récemment interpellé alors même que je travaillais à rédiger cette partie liée à la synchronisation. Il traitait de la vie de Vladimir POUTINE, un des hommes les plus puissants du monde, et a été diffusé sur une chaîne de télévision française. Une personne parlait de sa rencontre avec le chef d'État russe et le qualifiait... de caméléon. Il s'était en effet rendu compte lorsqu'il conversait en face de lui que ce dernier mimait l'ensemble de ses gestes.

Enfin, j'ai moi-même pu remarquer que lorsque je me synchronisais avec des individus lors de conversations, ils semblaient plus réceptifs et séduits. Je repense notamment à l'une de mes connaissances féminines avec qui je n'avais entretenu qu'une relation amicale pendant un an environ. Après cette période, je me suis synchronisé avec elle lors d'une de nos rencontres. Elle s'est ensuite montrée bien plus entreprenante et me demandait que nous nous rencontrions plus souvent. Elle m'a alors fait comprendre qu'elle souhaitait que notre relation soit plus approfondie qu'une relation amicale. Elle m'a notamment dit qu'elle avait l'impression que je la comprenais et que nous nous ressemblions.

Comme vous l'avez constaté, nous avons principalement axé cette partie sur l'observation et l'étude de vos interlocuteurs. En effet, la réussite d'un entretien est en partie conditionnée par le fait qu'ils pensent que vous leur ressemblez. De ce fait, après avoir étudié la hiérarchie des valeurs qui animent chacun d'entre eux, leurs différents gestes et postures, leurs signaux verbaux, après avoir déterminé leur système sensoriel prioritaire, vous aurez accumulé assez d'éléments pour vous transformer en caméléon. Vous pourrez alors augmenter de manière significative votre efficacité lors de vos entretiens en mimant les différents mécanismes et les manifestations de leurs corps et de leurs esprits.

Nous terminerons cette partie liée à la réussite d'entretiens par l'intermédiaire de la présentation d'un cas concret qui vous montrera comment...

---

## IV – ABORDER DES INCONNUS : L'EXEMPLE DE NICHOLAS BOOTHMAN

L'auteur nous explique comment il a obtenu 100 % de réussite à une épreuve qu'une journaliste lui a soumise. Il devait, dans la rue, prendre contact et se faire apprécier de différents types d'individus (policiers, livreurs à bicyclette, jolie jeune femme blasée...) qu'il ne connaissait pas. Il nous livre alors les clés de son succès à ce test. Cet exemple concret nous permet de rappeler certains éléments importants des différents points abordés dans cette partie liée à la réussite d'entretiens, et confirme leur efficacité. Après nous avoir informés qu'il a souhaité paraître dynamique, honnête et en pleine santé, il rappelle l'importance de l'apparence et conseille à chacun de trouver son propre style. Voici comment il a façonné le sien : il a souhaité véhiculer un message d'autorité et d'accessibilité à ses interlocuteurs. Il portait donc un blazer de qualité, associé à une chemise blanche, un jean noir (moins formel qu'un pantalon de costume) et des chaussures en cuir d'un rouge brillant. Le rôle de ces dernières était de montrer qu'il ne se prenait pas trop au sérieux. Ensuite, voici plusieurs éléments qu'il a pris soin de respecter :

- garder à l'esprit qu'il devait faire en sorte que chacun de ses interlocuteurs ait confiance en lui ;
- se montrer curieux et malicieux ;
- sourire sincèrement ;
- noter la couleur des yeux de la personne dont il s'approchait ;
- adopter un geste d'ouverture en orientant son corps de manière à tourner son cœur vers celui de son interlocuteur ;
- tenir un stylo onéreux et fermé afin de montrer qu'il n'avait rien de dangereux dans les mains (cet instrument lui conférait également une apparence d'autorité) ;
- commencer par poser une question anodine : « *Veillez m'excuser. Puis-je vous poser une question<sup>7</sup> ?* » Nicholas BOOTHMAN posa ensuite avec un air intéressé la vraie question qu'il avait pris soin de préparer préalablement pour son test : « *Quand vous voyez quelqu'un pour la première fois, comment savez-vous si vous pouvez lui faire confiance<sup>8</sup> ?* »

---

7. BOOTHMAN, N., *Convaincre en moins de 2 minutes*, Marabout, France, 2007, p. 62.

8. BOOTHMAN, N., *op. cit.*, p.61.

- synchroniser son langage corporel et le ton de sa voix avec ceux de son interlocuteur. Lorsqu'il était en contact avec un petit groupe de personnes, il a engagé la même démarche de mimétisme auprès de chacun des individus qui lui faisaient face.

Deux attitudes sont à éviter dans ce genre de prise de contact :

- porter un jugement trop rapide sur un inconnu en fonction de son physique ou de ses paroles ;
- s'introduire dans l'espace privé de votre interlocuteur : vous risqueriez ainsi de déclencher son envie de fuir.

L'auteur nous assure que réussir cet exercice de manière systématique est à la portée de chaque individu en suivant ses conseils. Essayez donc dès que possible...

Ce test ainsi que l'ensemble des connaissances présentées dans ce chapitre lié aux entretiens pourraient également vous être d'une grande utilité dans l'activité délicate mais terriblement passionnante détaillée dans la...





---

## TROISIÈME PARTIE

# LA SÉDUCTION AMOUREUSE

"Vous lisez actuellement l'ouvrage " COMMENT NEGOCIER COMME UN PRO ET SURPERFORMER LORS DE VOS RENCONTRES ". Il s'agit d'une version du livre "COMMENT S'ENRICHIR DE 500€ DE PLUS PAR MOIS ET SEDUIRE TOUS VOS INTERLOCUTEURS" qui n'inclut pas sa partie nommée "LA SEDUCTION AMOUREUSE". Si cette dernière vous intéresse, je vous invite à vous rendre sur notre site "[reussirsenrichir.com](http://reussirsenrichir.com)", cliquez sur l'onglet "Les 7 livres" puis sur "recevoir l'une des cinq parties".

---

## QUATRIÈME PARTIE

# LA NÉGOCIATION



Nous sommes tous des négociateurs, et cela depuis notre plus tendre enfance : lorsque nous demandions par exemple à nos parents de nous acheter tel type de gâteaux plutôt qu'un autre, ou d'aller dans notre restaurant préféré, nous rentrions sans en être conscients dans une forme de négociation. Plus tard, certains ont parlementé pour déterminer une somme d'argent de poche, les heures de sorties autorisées... La recherche de compromis est également omniprésente dans le cadre de nos vies de couple : quel film ira-t-on voir demain au cinéma ? Quel sera le prénom de notre prochain enfant ?

La négociation revêt d'autre part une grande importance chez les personnes avisées qui souhaitent optimiser les entrées et les sorties d'argent de leur patrimoine financier. Ils réussissent ainsi à multiplier leurs gains par l'intermédiaire de discussions de prix fréquentes qu'ils engagent lorsqu'ils vendent des choses et à travers les acquisitions qu'ils effectuent durant toute leur vie (biens immobiliers, automobiles, appareils électroménagers, mobilier, bijoux...).

La négociation peut se définir comme « *une forme de communication bilatérale destinée à produire un accord entre des gens qui possèdent à la fois des intérêts communs et des intérêts opposés<sup>1</sup>* ».

Après avoir détaillé les techniques ancestrales du marchandage, nous analyserons les principes généraux de la négociation raisonnée, puis l'un de ses concepts très lucratifs : la MESORE.

---

## I - LES MÉCANISMES DU MARCHANDAGE

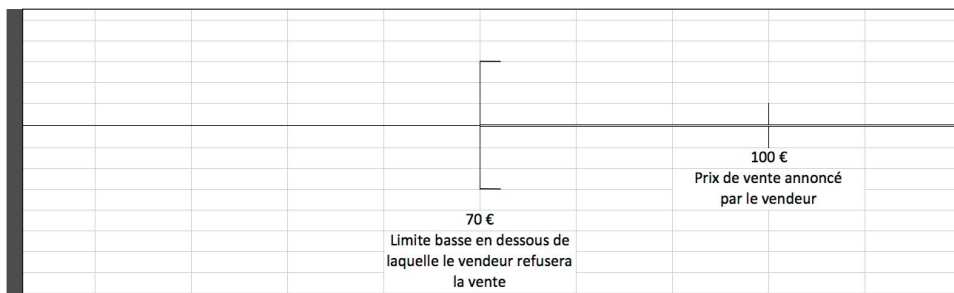
### A. DÉTERMINEZ LA ZAP

Afin d'illustrer ce concept, prenons l'exemple d'une transaction ayant lieu dans une brocante. Un individu commercialise une télévision d'occasion au prix de 100 €.

Généralement, lors d'une négociation de prix, un vendeur fixera dans son esprit un minimum, une limite en dessous de laquelle il ne pourra pas commercialiser un bien ou un service à un acheteur. Dans notre exemple, le vendeur a fixé ce montant à 70 €, ce qui signifie qu'il accepterait de proposer sa télévision à un prix situé dans la partie du schéma ci-dessous matérialisée par un double trait horizontal :

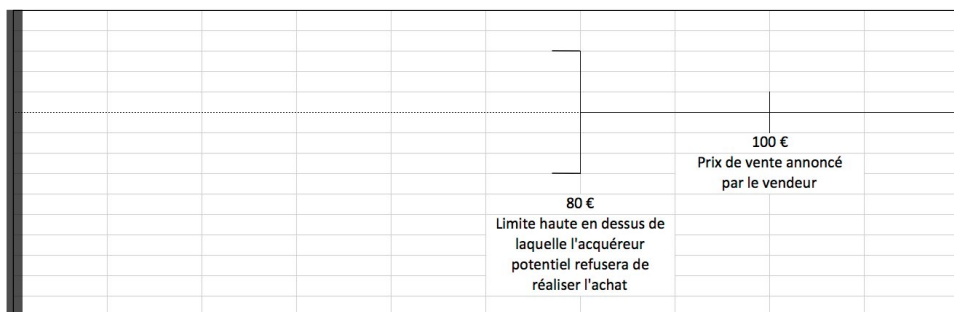
---

1. URY William, FISHER Roger et PATTON Bruce, *Comment réussir une négociation*, 3<sup>e</sup> éd., Le Seuil, Paris, 2006, p. 14.



Il est également fréquent, dans le cadre d'une négociation, qu'un acheteur détermine un prix maximum en dessus duquel il décidera de ne pas faire l'acquisition d'un bien ou d'un service.

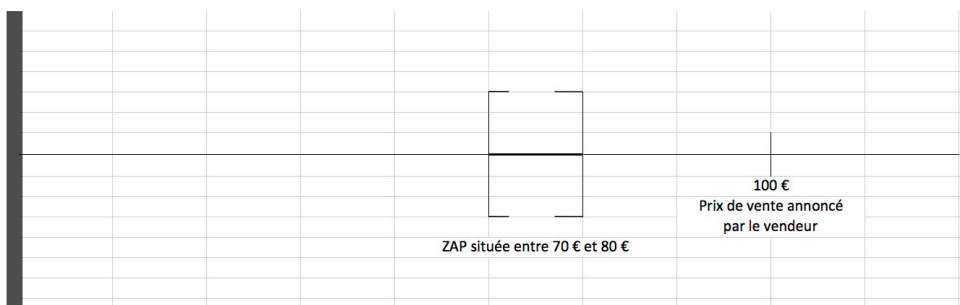
Dans notre brocante, un client potentiel s'arrête devant l'écran mis en vente et dont il connaît très bien les caractéristiques. Il souhaiterait en faire l'acquisition mais estime que sa valeur, s'il fonctionne parfaitement bien, n'excède pas 80 €. Vous trouverez ci-dessous en pointillés la zone de prix qu'il considérerait comme acceptable pour valider la transaction :



Le plus souvent, et c'est le cas dans notre exemple, une zone de prix théorique pourrait satisfaire les deux parties : la ZAP<sup>2</sup>, la Zone d'Accord Possible.

Elle est matérialisée ci-dessous par le trait horizontal en gras :

2. Le terme original anglais, développé par David A. LAN et James SEBENIUS dans leur ouvrage *3D Negotiation*, est l'acronyme ZOPA : *Zone Of Possible Agreement*.



Définir précisément une ZAP est un exercice délicat car, au début d'une négociation, la limite que s'est fixée la partie adverse vous est inconnue. Il arrive également qu'elle-même ne la connaisse pas précisément. En effet, l'esprit humain est en général très peu efficace pour traiter des incertitudes. Celles qui sont liées à la détermination de prix ne constituent pas une exception à cette règle. C'est notamment le cas lorsqu'un individu ne dispose pas de références concrètes ni de points de repères liés à la valeur du produit ou service qu'il souhaiterait estimer.

Afin de déterminer les limites tarifaires de votre adversaire – elles vous permettront de définir la ZAP –, il est intéressant de réaliser des recherches qui pourraient par exemple être constituées par :

- des informations que pourraient vous fournir des personnes de votre entourage ou des professionnels ayant déjà négocié le même type de biens ou services ;
- des recherches documentaires. Elles vous révéleront peut-être les niveaux de marge généralement constatés dans un secteur d'activité précis. Certaines études de marché évoquant entre autres des rapports qualité / prix / délai de livraison auraient également une utilité indéniable. Vous pourriez trouver ce type d'indications dans des ouvrages, magazines ou sites Internet spécialisés ;
- votre analyse des paroles, des actions et réactions de l'autre partie lors de vos échanges avec elle.

Déterminer votre MESORE (ce concept sera largement explicité par la suite dans cet ouvrage page 156) et celle du négociateur qui vous fait face vous aidera également à déterminer la ZAP.

Après avoir réalisé cette tâche, engagez-vous dans l'étape suivante :

## B. UTILISEZ LA TECHNIQUE DE L'ANCRAGE

L'objectif de votre négociation sera bien évidemment de la conclure en vous rapprochant au maximum du niveau de prix qui vous satisfera pleinement (soyez ambitieux dans la fixation de ce montant) et qui sera considéré comme acceptable par votre adversaire. L'ancrage constituera une aide précieuse pour cela. En effet, le cerveau humain, lorsqu'il reçoit une information tarifaire, a tendance à la conserver comme une référence, un point d'ancrage, même si ce prix n'a aucune pertinence ni fondement logique.

Vous pourriez donc influencer les perceptions de la ZAP de votre interlocuteur à votre avantage en lui présentant votre ancre.

Ainsi, dans l'hypothèse où vous êtes le vendeur, annoncez un prix plus élevé que celui que vous souhaitez atteindre réellement. Cette précaution vous permettra de prédisposer favorablement l'esprit de l'acheteur à conclure la transaction commerciale à un niveau de prix qui se rapproche de votre objectif.

À l'inverse, si vous vous engagez dans un processus d'achat, votre ancre devrait indiquer au vendeur que vous pourriez acquérir la chose qu'il commercialise à condition que son prix soit plus bas que la limite réelle que vous vous êtes fixée. Dans ce cas, c'est bien évidemment l'esprit du vendeur qui sera favorablement préparé à accepter les conditions tarifaires que vous ciblez.

À quel niveau est-il recommandé de placer son ancre ? Dans leur ouvrage *3D Negotiation*, les auteurs David A. LAN et James K. SEBENIUS préconisent que les offres présentées soient extrêmes, mais flexibles. Elles doivent également être argumentées afin de conserver votre crédibilité face à la partie adverse.

La notion de flexibilité de l'offre implique que des concessions peuvent être réalisées. En conséquence du principe de réciprocité que nous avons évoqué précédemment, ces concessions inciteront la partie adverse à en réaliser en contrepartie.

D'autre part, les mêmes auteurs évoquent le concept intéressant de la « perception contrastée ». Son principe est simple : après avoir proposé une offre extrême, la seconde proposition de prix que vous annoncerez (qui vous serait moins bénéfique que la première, mais tout à fait acceptable par rapport à votre objectif) sera considérée plus favorablement par votre interlocuteur que si vous lui aviez communiqué cette seconde offre au tout début de votre négociation.

Pour illustrer ce concept, prenons l'exemple d'un vendeur de tapis nord-africain qui génère une marge qui le satisfait lorsqu'il vend chacun de ses produits au prix de 300 €. Il a bien vite observé qu'il augmentait ses probabilités de convaincre



les touristes étrangers d'acheter un de ses produits 300 € après négociation, à la condition qu'il leur ait annoncé au début de leurs échanges un prix de vente de 1 000 €. Dans ce cas, chaque acheteur potentiel pense bénéficier d'une remise de 70 % !

Vous l'aurez compris, ces mêmes touristes ne déclencheraient pas aussi facilement leur décision d'achat si le vendeur de tapis leur avait communiqué une première annonce tarifaire à 300 €. Dans ce dernier cas, les acheteurs étrangers n'auraient ainsi pas ressenti l'impression plaisante d'avoir réalisé une « très bonne affaire ».

Approfondissons notre étude de cette technique de l'ancrage en répondant à la question suivante...

### C. DEVEZ-VOUS ÊTRE LE PREMIER À PROPOSER VOTRE PRIX ?

Dans l'hypothèse où vous ne connaissez pas, ou bien si vous connaissez très peu le marché dans lequel vous réalisez votre négociation, laissez votre interlocuteur annoncer son prix. Cette précaution vous évitera de proposer en premier lieu un prix trop avantageux pour la partie adverse. Dans ce dernier cas, ce tarif lui apporterait immédiatement satisfaction et ne l'obligerait pas à rechercher un compromis (reprenons l'exemple précédent : un touriste profane prenant l'initiative d'être le premier à proposer un prix de 500 € au marchand de tapis pour acheter l'un de ses produits pourrait finaliser rapidement sa transaction mais n'aurait pas été très efficace dans sa phase de négociation).

Si votre interlocuteur a pris l'initiative de proposer un prix avant vous et que ce dernier ne vous convient pas, vous aurez la liberté de le faire évoluer vers votre objectif par la suite.

D'autre part, si vous négociez un bien ou un service qui vous est plus familier, vous disposerez d'un avantage important si vous annoncez votre prix d'ancrage en premier et avec conviction. De cette manière, c'est vous qui intégrerez les premières bases de la négociation que vous tenterez ainsi d'orienter à votre avantage.

Votre interlocuteur a été plus rapide et vous a devancé dans l'annonce du tarif d'un produit dont vous connaissez les prix de marché ? Que vous occupiez le rôle d'acheteur ou de vendeur, ce point d'ancrage ne vous serait pas favorable. Cependant, vous pourriez surmonter cet écueil en changeant complètement de sujet, peu importe lequel, juste après cette annonce tarifaire. Par exemple, vous pourriez répliquer à la partie adverse « *avant de parler de prix, j'aimerais que nous revenions sur la réponse que vous avez apportée à ma première question si vous le*

*voulez bien...*». Après cette prolongation de discussion, vous pourriez à votre tour ancrer votre proposition tarifaire sans jamais faire état de celle qui vous a été précédemment annoncée et en agissant comme si cette dernière n'avait jamais existé. De cette manière, et grâce au temps écoulé depuis la première proposition de votre interlocuteur, son impact défavorable pour vous a été significativement réduit, voire complètement annulé.

Vous pourriez même vous servir de l'annonce de prix de votre adversaire à votre avantage. Ainsi, après avoir utilisé le subterfuge expliqué précédemment consistant à changer de sujet de conversation, vous pourriez déterminer le montant de votre ancrage en recourant à la technique qui consiste dans une négociation à « couper la poire en deux ». Son succès repose sur sa simplicité et sur le sentiment de justice et de réciprocité qu'elle inspire.

Reprenons notre premier exemple de la brocante : imaginez que vous êtes l'acheteur potentiel de la télévision et que votre interlocuteur vous la propose à 100 €. Ce prix de vente vous semble très correct mais vous décidez de tenter de le faire baisser significativement : vous souhaiteriez l'acquérir à 70 €. Vous pourriez dans ce contexte placer une ancre à 40 €. De ce fait, elle vous permettrait de conclure la négociation par ce fameux principe consistant à « couper la poire en deux » entre vos deux propositions, il vous permettrait ici d'atteindre 70 €...

Je m'engage ci-dessous dans une modélisation mathématique ambitieuse et d'une complexité extrême concernant le cas que nous venons d'exposer :

$$\begin{aligned} &\text{Prix d'ancrage si vous envisagez de « couper la poire en deux »} \\ &\quad \text{avec votre adversaire} \\ &= \\ &(\text{Mon tarif cible} \times 2) - \text{le prix annoncé en premier par votre adversaire} \end{aligned}$$

Pour rappel, vous êtes libre de proposer un ancrage plus avantageux pour vous que celui calculé grâce à l'opération ci-dessus, dans la mesure où vous pouvez le justifier.

## COMMENTAIRES

- Afin de préserver vos chances d'atteindre vos objectifs dans la transaction, il n'est bien évidemment pas opportun d'expliquer ce calcul à l'autre partie négociatrice (elle prendrait alors connaissance du prix que vous ciblez réellement).

- Cette technique peut également être utile lorsqu'un tarif est présenté de manière publique, par exemple en magasin. Vous pourriez alors tenter de « couper la poire en deux » entre votre prix cible et le prix annoncé dans ce commerce en sollicitant l'un des vendeurs. Dans ce cas, la variante de la modélisation mathématique einsteinienne que nous avons précédemment présentée pourrait être la suivante (nous avons simplement remplacé le terme « prix annoncé en premier par votre adversaire » par « prix public annoncé ») :

**Prix d'ancrage si vous envisagez de « couper la poire en deux »  
avec votre adversaire**

=

**(Mon prix cible x 2) - le prix public annoncé**

Ce chapitre nous a informé que, pour augmenter les probabilités de réussir un processus de marchandage, il était nécessaire d'effectuer des travaux préalables de recherche sur le produit ou service négocié.

Il est également utile de connaître la MESORE (cette théorie sera détaillée dans l'une des prochaines parties) de son interlocuteur et d'engager envers lui un processus d'analyse comportementale et sémantique. Toutes ces précautions vous aideront à déterminer deux plages de prix différentes. L'une sera bornée par le tarif minimum et maximum pour lesquels vous donneriez votre accord pour valider la transaction commerciale dans laquelle vous êtes impliqué. Vous pourriez tenter de deviner l'autre en estimant à quels niveaux sont situées ces mêmes limites dans l'esprit du négociateur avec qui vous échangez. En associant ces données, il vous sera possible de matérialiser un intervalle tarifaire qui satisferait simultanément la partie acheteuse et le camp des vendeurs : la ZAP. Votre objectif sera bien entendu d'orienter la négociation vers le point extrême de cette zone qui sera pour vous le plus lucratif. Afin d'influencer en votre faveur la perception de la ZAP de votre interlocuteur, utilisez la technique de l'ancrage. Elle consiste à annoncer un prix qui vous serait encore plus profitable que les conditions commerciales déjà très avantageuses que vous ciblez. Il est important que vous conserviez votre crédibilité dans la négociation en expliquant pourquoi vous proposez ce tarif qui peut paraître démesuré et en acceptant de le faire évoluer raisonnablement si l'autre partie vous le demande. Le principe de la perception contrastée nous indique que votre interlocuteur considérera plus favorablement le prix qu'il aura ainsi corrigé à son avantage que si vous aviez présenté ce même tarif (dont le niveau reste tout à fait acceptable pour vous) au tout début de votre échange. Nous avons également

abordé l'utilité de commencer votre discussion en étant le premier à annoncer votre ancre dans l'hypothèse où vous négociez un produit ou un service que vous connaissez bien.

Toutes les techniques de marchandage que nous avons présentées dans cette partie, ainsi que le concept de « couper la poire en deux » que nous venons d'évoquer, peuvent parfois se montrer efficaces et rapides. Ils seront adaptés à la personnalité de certains lecteurs qui s'enrichiront financièrement en les utilisant. D'autres pourraient estimer qu'ils connaîtraient des difficultés à les mettre en œuvre à cause de certains de leurs traits de caractère qu'ils considéreraient comme inadaptés (comme par exemple une trop grande émotivité lorsqu'ils parlent et s'opposent à des inconnus, ou bien des troubles anxieux liés à l'argent). Même si vous décidez de ne pas mettre en œuvre ces pratiques à l'avenir, il est bénéfique que vous en ayez pris connaissance. Elles vous permettront de mieux défendre vos intérêts lorsque vous rencontrerez des négociateurs qui vous feront face et les utiliseront.

Personnellement, pour mener à bien les discussions de prix dans lesquelles je m'engage, je préfère utiliser ces techniques seulement en complément de la méthode de la négociation raisonnée qui intègre de nombreux principes dont celui de la MESORE. En effet, cette autre approche de la recherche de compromis peut permettre l'élargissement de la ZAP au bénéfice des individus qui les utilisent. Dans un cadre plus général, j'estime également qu'elles sont moins agressives envers les parties négociatrices adverses.

Ces éléments seront développés dans la partie suivante qui sera uniquement dédiée à l'étude de...

---

## II - LA NÉGOCIATION RAISONNÉE

Les techniques de négociation classiques, comme par exemple la stratégie de marchandage, peuvent risquer de mécontenter l'une des parties en présence. Elles peuvent en effet être basées sur des attitudes :

- trop douces : dans ce cas, la personne réalisant trop de concessions ne sera pas satisfaite du résultat final ;
- trop dures : le négociateur les mettant en place risque de léser la partie adverse qui pourra, au terme de la négociation, conserver un ressentiment négatif envers l'autre partie et le résultat de leurs pourparlers. Un rapport « gagnant-perdant » détériorant la relation est alors instauré. C'est

également le cas si une ou plusieurs formes de tromperies sont utilisées. Même si les négociateurs agressifs parviennent de temps à autre à obtenir des conditions plus avantageuses que les autres, adopter ce type de comportement :

- requiert des aptitudes comportementales particulières et quelquefois l'application d'une certaine dose de cynisme. Il pourrait de ce fait ne pas convenir à certains individus ;
- peut diminuer leur tendance à faire preuve de créativité pour trouver des accords satisfaisants pour les deux parties sur le long terme.

Un autre type de recherche de compromis plus pragmatique et respectueuse des acteurs en présence est possible : négocier de manière raisonnée. Cette technique réconciliera même les plus réticents à s'engager dans des négociations, notamment ceux qui pensent que chacune est basée sur un rapport de force qu'ils peuvent considérer comme désagréable. En effet, cette méthode repose sur la nécessité de trouver des compromis de manière honnête sur des critères objectifs, des faits, sur le « fond » du problème plutôt que sur sa forme. La mise en œuvre de fourberies et les attitudes théâtrales sont exclues. La recherche d'un rapport « gagnant-gagnant » générant un bénéfice mutuel sur le long terme est privilégiée.

Ce dernier point est primordial car des actes de négociation sont fréquemment amenés à se renouveler dans le temps avec les mêmes acteurs. C'est par exemple le cas pour une entreprise qui parle avec l'un de ses salariés pour déterminer sa future rémunération, ou bien pour les États israélien et palestinien qui tentent depuis plusieurs dizaines d'années de solutionner le conflit géopolitique qui les oppose.

## A. NÉGOCIER SUR LA BASE DE CRITÈRES OBJECTIFS

Nous avons évoqué dans le précédent chapitre qu'une négociation axée sur le marchandage pouvait être caractérisée par un affrontement de volontés. Par exemple :

**L'acheteur :** « *Ma dernière proposition sera de vous acheter cette télévision à 60 €, c'est à prendre ou à laisser.* »

**Le vendeur :** « *Monsieur, je préfère ne pas vous vendre cet article plutôt que de vous le céder à un prix si bas !* »

Négocier en fonction de critères objectifs permet à chaque participant d'échanger de manière plus sereine et impartiale avec son adversaire. L'utilisation

d'arguments raisonnables, unanimement reconnus, est privilégiée par rapport aux considérations d'honneurs et d'égos des parties en présence. Ainsi, le recours à des demandes péremptoires, à des intimidations, à la profération de menaces n'est pas favorisé.

Imaginons que le tracé d'une nouvelle route de type voie rapide passe à quelques centaines de mètres de la maison de Monsieur ANDRÉ. Ce dernier a été informé par l'organisme gérant le projet qu'un mur antibruit serait érigé et qu'il ferait disparaître pour les riverains les nuisances sonores de la nouvelle infrastructure routière. Les caractéristiques de ce mur lui sont inconnues et il profite d'une rencontre avec une des personnes responsables du projet pour échanger avec lui à ce sujet. Il lui demande donc s'il a la certitude que le mur antibruit permettra de conserver le niveau sonore actuel de son lieu d'habitation.

Le responsable réplique : « *La construction de cette nouvelle route ainsi que sa bretelle d'accès toute proche de votre lieu d'habitation vous feront gagner beaucoup de temps lors de la majorité de vos trajets en voiture. De plus, elles augmenteront la valeur de votre maison d'au moins 15 %. Dans ce contexte, une légère hausse des nuisances sonores au niveau de votre logement est une contrepartie que vous devrez accepter. Vous pourriez investir dans l'amélioration de l'isolation phonique de votre logement en utilisant...* »

Vous comprendrez que Monsieur ANDRÉ aura des difficultés à accepter ces arguments. Il décide alors d'orienter sa discussion vers la recherche de critères objectifs.

- Savez-vous pour quelles raisons l'organisme en charge des travaux de cette route nous a indiqué que le mur annulerait les nuisances sonores ?
- Des murs de ce type ont-ils déjà été érigés dans une zone géographique différente de la nôtre et dans un contexte similaire ? Les riverains qui en ont bénéficié en ont-ils été satisfaits ?
- Quels sont les risques liés à la santé suite à une augmentation significative du nombre de décibels dans un lieu d'habitation ?
- Combien de décibels pourraient être enregistrés dans mon secteur d'habitation après la construction de la route sans le mur antibruit ?
- À qui dois-je demander le cahier des charges décrivant les détails techniques liés à l'installation ?
- Existe-t-il des normes, des textes de loi régissant les caractéristiques de ce type de mur en fonction de la typologie des routes construites et de leur distance des habitations à proximité ?

Les auteurs William URY, Roger FISHER et Bruce PATTON abordent dans leur ouvrage *Comment réussir une négociation* le thème des critères objectifs. Ils en citent plusieurs typologies qui peuvent être utilisées efficacement dans le cadre d'une négociation raisonnée. Ainsi, ils évoquent des critères objectifs faisant appel :

- à l'équité. Le principe de « couper la poire en deux » cité précédemment dans cet ouvrage en fait partie s'il est utilisé de manière juste. Vous pourriez également évoquer l'équité si vous vendez quelque chose et qu'un acheteur vous demande de lui proposer des conditions plus avantageuses. Dans ce cas, la recommandation suivante vous aidera probablement à mieux négocier : **si vous êtes disposé à accepter la requête de cet interlocuteur, il est opportun de proposer une offre rognant vos bénéfices de manière raisonnable à la condition que votre client potentiel vous accorde une contrepartie** (la loi de la réciprocité s'applique là encore). Illustrons cette préconisation : mettez-vous dans la peau de notre vendeur de télévision qui reçoit une offre ferme et définitive à 60 €. Vous pourriez répondre à l'acheteur potentiel que ce prix ne serait pour vous assez rémunérateur que dans l'hypothèse où il déciderait d'acquérir un autre produit de votre stand, comme par exemple l'une des consoles de jeux vidéo que vous lui présentez ;
- à des éléments qui ont été scientifiquement prouvés. Par exemple, plusieurs études montrent que les individus qui conservent quotidiennement leur téléphone portable près de leur oreille dans le cadre de longs et fréquents appels présentent un risque supérieur à la moyenne de développer un cancer du cerveau. Cet argument pourrait être avancé par un adolescent à ses parents afin que ces derniers financent tout ou partie d'un kit mains libres lui permettant d'éviter ce risque ;
- à l'efficacité. Imaginons que vous occupiez le poste de directeur commercial et que vous négociez avec le PDG de votre société l'embauche d'une nouvelle assistante dont la mission serait de gérer une grande partie de vos travaux administratifs. Vous pourriez augmenter les probabilités qu'il accepte votre demande. Démontrez-lui que, grâce au temps de travail que ce nouveau salarié vous permettra de gagner, vous trouverez de nombreux nouveaux clients, de sorte que votre société encaissera quatre fois plus de marge bénéficiaire que les coûts salariaux liés à cette employée ;
- aux traditions. En France, il serait difficile pour une femme mariée de tenter de négocier avec son conjoint que le nom de famille de leur enfant soit son propre nom de jeune fille ;

- à la jurisprudence. Cette dernière peut par exemple être invoquée si vous négociez une pension alimentaire avec votre ancien(ne) conjoint(e).

D'autre part, concernant la négociation raisonnée d'un prix, les mêmes auteurs évoquent dans leur livre des éléments importants : il vous est possible de baser votre échange commercial sur « des critères tels que la valeur du marché, les coûts de remplacement, le taux d'amortissement ou les prix pratiqués par la concurrence » plutôt que la seule exigence de la partie adverse.

Un autre enseignement contribuera à votre succès dans ce type d'échange...

## **B. UN BON NÉGOCIATEUR SAIT ÊTRE FERME TOUT EN RESTANT CONCILIENT**

Pour mener à bien une négociation raisonnée, vous devrez veiller prioritairement à préserver solidement vos intérêts, il est même envisageable que vous dépensiez votre agressivité pour les défendre.

Cependant, restez très ouvert concernant les solutions à trouver, et conciliez avec la partie adverse. Il vous faudra par ailleurs utiliser les connaissances liées à la persuasion et à la séduction que nous avons évoquées précédemment.

De plus, respecter le principe fondamental suivant augmentera vos chances d'atteindre le succès :

---

**lors d'une négociation, recherchez et utilisez tous les éléments  
qui ne vous coûteront rien ou bien qui vous coûteront peu,  
mais qui généreront du plaisir et un bénéfice important pour l'autre partie.**

---

Montrez à votre interlocuteur que vous êtes digne de confiance et considérez-le comme un partenaire. Soyez agréable, aimable, sympathique, patient, courtois, empathique envers lui et montrez-lui que vous le respectez. Vous pourriez aussi le flatter avec sincérité et tenter de devenir son ami dès les premiers instants de votre échange.



## CADEAU

Souvenez-vous de la partie liée à la loi de la réciprocité (page 44) qui évoquait l'utilité d'offrir un cadeau pour faire évoluer votre vie positivement. Ce geste pourrait également vous aider dans le cadre de vos négociations. Il présente en effet l'avantage de vous rendre plus sympathique aux yeux de l'individu à qui vous en avez fait bénéficier, et de le prédisposer plus favorablement au dialogue et à accepter vos doléances. Votre présent vous permettrait en outre de gagner bien plus que sa valeur marchande lors de l'accord final que vous définirez avec lui. La puissance de ce principe est telle que votre interlocuteur pourrait même, en contrepartie, vous rendre des services et vous accorder des cadeaux d'un montant significatif sans que vous ne lui en exprimiez le besoin. Par exemple, dans le cadre de la rénovation d'un de mes biens immobiliers, l'un de mes amis travaillant dans le bâtiment m'a communiqué les coordonnées de deux artisans dont il estimait que le rapport qualité / prix était très bon. J'ai offert une boîte de chocolats d'une valeur de 8 € à chacun lorsque je les ai rencontrés. Je leur ai expliqué que ce cadeau était destiné à les remercier pour la grande réactivité dont ils avaient fait preuve pour estimer le montant des travaux. Le résultat de cette action fut appréciable. En effet, l'électricien m'a posé deux prises supplémentaires gratuitement sans que je lui demande, ce qui représente 140 € d'économie. De son côté, le peintre m'a installé, sans surcoût par rapport à son devis initial, de la toile de verre sur une surface trois fois plus importante que celle que nous avions prévue dans nos accords initiaux. Le tarif généralement appliqué pour ce travail aurait certainement été de plus d'une centaine d'euros.

Lors de vos discussions, et surtout s'il est avéré que vous (ou la partie que vous représentez) avez commis des erreurs par le passé, privilégiez des sujets liés à l'instant présent ou à des événements ou situations futurs. Prenez l'initiative d'évoquer le passé, seulement si les éléments que vous rapportez vous aident à atteindre vos objectifs.

Toutes ces précautions vous éviteront de lourdes difficultés et pourraient vous permettre d'appréhender de manière plus aisée des points de négociation délicats. Elles créeraient un climat favorable à votre entretien et diminueraient les risques

qu'il soit pollué par des attitudes hostiles et des ressentiments nuisant à son bon déroulement. Les questions de fond seraient alors abordées avec davantage d'efficacité et de sérénité.

Vous pourriez également plus facilement mettre en œuvre un travail créatif avec l'autre partie afin de proposer des solutions qui vous satisferont mutuellement. Ce sujet sera traité de manière plus détaillée dans l'une des prochaines parties de cet ouvrage (page 152 « La recherche de solutions permettant de trouver un accord « gagnant-gagnant » »).

Enfin, il est intéressant de souligner qu'intégrer dans une négociation un mélange de fermeté et de sympathie peut sembler paradoxal. C'est toutefois l'incohérence de ce processus qui constitue la clé de son efficacité. En effet, elle peut vous permettre de générer chez votre interlocuteur une « dissonance cognitive ». Cette notion peut être définie comme un inconfort mental dû à la prise en compte par l'esprit humain, de manière simultanée, de plusieurs éléments dont le caractère semble inconciliable.

Cet inconfort incitera la partie adverse à prendre du recul sur vos échanges et à être davantage conciliante avec vos intérêts.

**NOTA :** certains managers compétents utilisent efficacement la même dissonance cognitive dans leurs rapports avec leurs subordonnés.

Malgré tout le soin que vous porterez à la mise en place d'une ambiance positive, il est probable que certaines négociations difficiles vous obligent à...

## C. GÉRER DES SITUATIONS DE TENSION ET DE FRANCHES OPPOSITIONS

Lors d'une phase de recherche de compromis, vous pourriez rencontrer un contradicteur utilisant des mots et des agissements dénigrant vos propositions ou vos intérêts. Dans ce cas, prenez soin de ne pas les considérer comme des attaques personnelles. Restez indifférent, même s'il vous paraît évident que l'autre partie cherche à vous déstabiliser par ce biais.

Si votre interlocuteur se montre irascible, encouragez-le à se défouler complètement, à dire tout ce qui ne lui convient pas, même si vous semblez être à l'origine de son mécontentement. Dans cette dernière situation, ne montrez pas d'émotion, ne contre-attaquez pas. Au contraire, vous pourriez par exemple le satisfaire grandement en lui présentant vos excuses<sup>3</sup>, même si vous savez que vous n'êtes pas

3. Nous avons précédemment abordé la nécessité de proposer des choses qui ne nous coûtent rien ou très peu afin de tenter d'atteindre notre objectif plus facilement dans le cadre d'une négociation.

responsable de ses problèmes et que votre comportement n'était pas guidé par de mauvaises intentions. Vous poursuivrez ainsi votre dialogue plus sereinement.

Lors de l'apparition de situations de tension, il est également nécessaire que vous affichiez ouvertement que vous avez appréhendé les intérêts de votre adversaire lors de votre discussion (ce qui ne signifie pas pour autant que vous lui donniez raison). Ce dernier pourrait ainsi se montrer plus enclin à vous créditer d'intelligence et d'empathie. Vous pourrez par ailleurs plus facilement focaliser son attention sur votre discours : nous écoutons plus volontiers et nous sommes davantage disposés à faire des concessions en présence d'un individu qui nous montre qu'il nous a compris.

Vous pourriez par exemple reformuler ses propos : « *si j'ai bien suivi votre discours, vos préoccupations principales sont...* » ou bien le conforter dans ses intérêts : « *les exigences que vous venez de m'exposer sont tout à fait légitimes...* ».

Ce genre d'attitude peut s'avérer particulièrement utile lorsque votre contradicteur vous attaque ou s'apprête à vous attaquer de manière virulente. De façon complémentaire, vous trouverez ci-dessous l'une des phrases magiques qui contribuera à apaiser vos interlocuteurs dans ce type de contexte :

---

*« Je vous comprends et, si j'étais à votre place,  
je réagis probablement de la même manière. »*

---

J'ai moi-même utilisé cette expression à de très nombreuses reprises et je confirme sa redoutable efficacité. Après l'avoir énoncée, vous pourrez plus aisément présenter un argumentaire destiné à défendre les éléments sur lesquels votre adversaire vous a manifesté son désaccord.

Une autre arme vous aidera beaucoup dans le cas où l'autre partie vous assène un reproche injustifié, ou bien si elle vous propose une solution que vous considérez comme étant dénuée de bon sens : le silence. Si vous restez complètement muet après ce type d'affirmation, votre interlocuteur pourra se sentir mal à l'aise, surtout s'il a conscience que le caractère judicieux de sa précédente intervention était discutable.

Si vous décidez de vous exprimer suite à une difficulté générée par votre adversaire, ne le condamnez pas. Orientez plutôt vos expressions vers la manière dont vous interprétez et ressentez les choses. Ainsi, préférez lui lancer « *j'ai été déçu lorsque j'ai appris la vérité* » plutôt que « *vous m'avez menti* ». De même, n'utilisez

pas la formule « *vous dites n'importe quoi* ». Favorisez les phrases « *je ne comprends pas* » ou bien « *je suis dubitatif* ».

Les énoncés « vous m'avez menti » et « vous dites n'importe quoi » pourraient rendre votre interlocuteur irritable et colérique, surtout s'il considère que ces informations sont erronées. Il pourrait contre-attaquer et se montrer désagréable envers vous. Au contraire, cet individu se sentira moins agressé et pourra plus difficilement exprimer des contestations si vous lui communiquez un message dont la signification est similaire, mais en concentrant vos expressions sur vos propres impressions. Les phrases « *j'ai été déçu lorsque j'ai appris la vérité* » et « *je ne comprends pas* » seront prononcées à cette fin.

Une autre technique existe pour marquer habilement votre opposition envers les idées ou les attitudes de votre interlocuteur. Plutôt que de lui exposer des critiques négatives ou des reproches par l'intermédiaire d'affirmations, préférez les intégrer de manière détournée dans des questions. Cette formulation moins directe, moins frontale, édulcorera le caractère accusatoire de vos propos dans l'esprit de votre adversaire. Ce dernier sera davantage incité à participer à la discussion, à vous écouter avec un niveau de bienveillance plus élevé, et aura la liberté de rectifier ou de valider certains propos. Les sept questions posées par Monsieur ANDRÉ à l'une des personnes responsables du projet de mur antibruit (page 142) illustrent très bien ce principe.

Citons un autre exemple : un locataire a remis une caution de 500 € à son propriétaire lors de son entrée dans son appartement. Au moment de quitter le logement, l'état des lieux est réalisé et le propriétaire aperçoit quelques taches faites par le locataire sur la peinture d'un des murs étroits de la cuisine. Il lui propose de prélever de la caution qu'il doit lui rendre la somme de 400 € car l'ensemble du pan de mur doit être repeint.

Voici les réactions possibles du locataire :

Opposition du locataire par affirmation	Opposition du locataire par questionnement
<ul style="list-style-type: none"><li>- Votre estimation de 400 € est bien trop élevée.</li><li>- Mon oncle travaille dans le secteur d'activité du bâtiment et je lui ai envoyé la photo du mur et ses dimensions. Il estime que pour une si petite surface à repeindre, un artisan ne facturerait pas plus de 200 €.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sur quoi se base le calcul qui vous a permis de déterminer ce chiffre 400 € ?</li><li>- Souhaitez-vous que je vous mette en relation avec l'une des personnes de ma famille qui travaille dans le bâtiment et qui m'a affirmé qu'il connaissait des entreprises qui nous permettraient de ne déboursier que 200 € pour ce travail ?</li></ul>

Lors de vos dialogues conflictuels, il est également important que vous diminuiez les risques d'erreurs d'interprétation car elles génèrent fréquemment des conflits. De ce fait, nous rappellerons une fois encore les effets bénéfiques de l'utilisation de termes précis dans vos conversations. Si vous doutez d'avoir bien saisi certains éléments du discours de la partie adverse, demandez-lui de valider l'interprétation que vous en avez faite ou bien de clarifier ses propos.

Exemple :

*« Vous m'avez dit que les pneus dont est équipée cette voiture ont été utilisés pour la première fois il y a deux ans. Est-ce bien le cas pour les quatre ? Par rapport à la date d'achat du véhicule que vous m'avez communiquée il y a quelques minutes, cela signifie donc qu'ils sont d'origine, c'est bien cela ? »*

Vous pourriez même résumer la totalité de l'argumentaire de votre interlocuteur lorsqu'il l'aura terminé. Ainsi, vous lui prouverez votre grande capacité d'écoute, d'attention et de synthèse. Il se peut alors que votre adversaire se sente valorisé et il pourrait tendre davantage à vous considérer comme une personne crédible et appréciable. Cela contribuera à renforcer le climat favorable que vous cherchez à instaurer depuis le début de l'échange.

Afin de traiter certaines situations tendues, vous pourriez également vous aider des éléments présentés page 63 dans la partie « Le choix des mots dans un dialogue conflictuel ».

## FOCUS

### LES ÉMOTIONS DANS LA NÉGOCIATION RAISONNÉE

Illustrons ce focus avec une situation qui nous a déjà servi d'exemple dans les pages précédentes : la recherche de compromis entre les représentants des deux États israéliens et palestiniens. En effet, leur conflit dure depuis plusieurs dizaines d'années, ce qui a accumulé dans leurs esprits et celui de leurs populations de lourdes rancœurs. De ce fait, il est aisément concevable que certains de ces négociateurs faisant partie de l'une de ces deux nations soient habités de sentiments positifs comme l'espoir ou la joie lors de leurs tractations. D'autres émotions moins favorables au bon déroulement de la discussion pourraient également les atteindre, comme l'anxiété, la peur, la colère...

Si, dans une négociation, vous ressentez ce type de sentiments néfastes, il est préférable de les chasser (dans la mesure du possible). Pour cela, vous pourriez par exemple simplement

stopper pendant un instant vos paroles ou réflexions, pour prendre conscience de la présence d'émotions négatives dans votre esprit. À cet instant, remplacez-les par les états que vous souhaiteriez atteindre pour que vous puissiez vivre cette situation de manière plus agréable, comme la sérénité, le calme, la confiance ou la détente.

D'autre part, il pourrait vous être utile d'adapter vos actions et réactions en fonction des nombreuses émotions que vous pourriez :

- anticiper : certaines de vos paroles risquent-elles de toucher votre adversaire dans son orgueil ? Sera-t-il sensible à ce que vous lui exprimiez vos préoccupations liées à son bien-être et à celui de sa famille ?
- déceler chez votre interlocuteur : vous n'échangerez pas de la même manière avec un individu s'il vous annonce qu'il vient de quitter son emploi avec des larmes dans les yeux, ou bien s'il vous le déclare en souriant et en ajoutant qu'il va pouvoir enfin créer sa société et devenir plus indépendant professionnellement.

Nous venons d'exposer des méthodes qui vous permettront de décontracter une discussion. Une autre bonne pratique pour augmenter votre efficacité lors d'une négociation consiste à la recentrer sur...

## D. LA RECHERCHE D'INTÉRÊTS ET DE SOLUTIONS PROCURANT UN BÉNÉFICE MUTUEL

Comprendre et déterminer nos propres préoccupations ainsi que celles de notre interlocuteur constituent un préalable à la réussite d'une recherche de compromis. Afin d'engager un dialogue ouvert et constructif au sujet des intérêts de la partie adverse, exposez les vôtres et encouragez votre interlocuteur à agir de la même manière. Chaque partie a souvent plusieurs intérêts en jeu.

### FOCUS

#### *INTÉRÊTS CACHÉS*

Il pourrait vous être utile de rechercher les motivations sous-jacentes de vos interlocuteurs. Pour cela, analysez leurs comportements et leurs paroles : ceux qui vous semblent incohérents ou

inadaptés doivent retenir votre attention. Ils vous aideront dans la détermination de l'existence d'intérêts cachés et dans leur caractérisation et leur compréhension. Ces derniers peuvent avoir une grande influence dans une négociation. Par exemple, j'ai essayé pendant plusieurs années de vendre mes produits à un acheteur responsable d'un site industriel qui aurait pu me permettre de générer un chiffre d'affaires important. Je connaissais les prix de mon concurrent et j'avais fait en sorte que mon offre propose un ratio qualité / prix très satisfaisant par rapport à ce dernier. Malgré mes nombreux contacts avec cet individu, j'ai compris que je n'avais que très peu de chance de devenir son fournisseur lors du quatrième entretien pendant lequel il m'a reçu dans son bureau. Sur le ton de l'humour, et de manière détournée, il m'a demandé par deux fois, à quelques minutes d'intervalle, si ma société pouvait être généreuse avec lui, en lui offrant par exemple un voyage. Le concurrent qui fournissait le site de cet acheteur était connu pour donner à ses clients importants des places pour des matches de football et d'autres manifestations culturelles et touristiques. La politique commerciale de ma société ne prévoyait malheureusement pas ce type de cadeaux souvent très appréciés. Dans ce contexte, je savais que mes démarches commerciales pourraient difficilement le faire changer d'avis, même si mon offre globale était très intéressante pour lui. Je décidai donc de consacrer mon temps à d'autres prospects moins sensibles à ce type d'offrandes...

## LES INTÉRÊTS PARTICULIERS

Chaque partie dispose d'intérêts qui lui sont propres et qui détermineront le déroulement d'une négociation. Par exemple, Gaston, un artisan approchant l'âge de la retraite, décide de mettre en vente son entreprise basée à Nice. Elle est constituée de dix salariés et sa santé financière est bonne. Il accorde de l'importance à plusieurs éléments : en obtenir un prix raisonnable, réaliser cette transaction de manière rapide et percevoir au plus tôt les gains financiers liés à cette vente. Il souhaite aussi privilégier les repreneurs potentiels lui annonçant qu'ils conserveront les salariés de sa société, et pourrait choisir de refuser les offres que lui proposeraient certains de ses concurrents qu'il n'apprécie pas.

Au même moment, Loïc, un habitant de Nice, réalise des recherches dans le but d'acquérir une société de ce type. Il concentre son attention sur des entreprises

dotées d'un fort potentiel de rentabilité immédiat. Il attache également de l'importance à d'autres critères de sélection, comme la disponibilité rapide de la société mise en vente, la localisation géographique du siège de cette dernière qu'il voudrait proche de son lieu d'habitation et la possibilité de travailler, pendant plusieurs mois après son achat, avec l'ancien propriétaire afin que ce dernier le conseille dans ses activités.

Nos deux protagonistes pourraient peut-être s'entendre...

## **LES INTÉRÊTS COMMUNS**

Rechercher et identifier les intérêts communs avec votre adversaire vous apporteront une aide efficace dans vos échanges.

En effet, ils peuvent constituer la base même du processus de négociation et permettre de créer un climat favorable d'entente entre les négociateurs. Vous pourrez les transformer en objectifs partagés : l'intérêt d'en déceler un maximum et de les satisfaire est donc primordial. Ainsi, dans notre exemple, les deux parties devront bien entendu s'accorder pour trouver un prix et des conditions commerciales satisfaisantes pour réaliser l'opération. De plus, elles sont toutes deux intéressées par la réalisation rapide de la transaction. Enfin, il est vraisemblable que Loïc souhaite, tout comme Gaston, se montrer bienveillant envers les salariés pendant la négociation (elle peut dans certains cas s'étaler sur plusieurs semaines voire bien plus) et leur communiquer des informations qui leur permettront de contribuer au bon fonctionnement de la société pendant cette période.

## **LA RECHERCHE DE SOLUTIONS PERMETTANT DE TROUVER UN ACCORD « GAGNANT – GAGNANT »**

Après avoir ainsi détaillé tous les intérêts en jeu, qu'ils soient communs ou particuliers, il est plus facile d'imaginer des propositions permettant de trouver un accord à l'amiable satisfaisant les deux parties. Il est important de faire preuve d'imagination, de créativité dans ce processus. Ne tombez pas dans le piège de beaucoup de négociateurs qui pensent que leur problème pourra n'être résolu que par l'intermédiaire d'une seule solution. En effet, dans la très grande majorité des cas, plusieurs peuvent être proposées. Vous pourriez les rechercher dans le cadre d'un *brainstorming* que vous réaliseriez avec d'autres individus pouvant vous apporter leur aide dans cette activité, ou même avec votre interlocuteur. Ces propositions de solutions peuvent être sérieuses, simples, complexes, farfelues,



décalées, régler complètement ou seulement partiellement un des problèmes soulevés par la discussion.

Dans ce contexte, rappelez-vous le principe fondamental du succès d'une négociation que nous avons exposé précédemment page 144. Présentez des propositions et concessions qui ne vous coûteront rien ou qui vous coûteront peu, mais qui généreront du plaisir et un bénéfice pour l'autre partie.

Revenons à notre exemple de mise en vente de société. Pour arriver à leurs fins, les deux parties se rencontrent et cherchent des solutions qui satisferont leurs propres exigences et objectifs et qui tendront vers leurs intérêts communs.

Gaston, même s'il ne l'avait pas prévu initialement, pourrait :

- s'engager à présenter à Loïc ses principaux clients et fournisseurs ;
- annoncer à ses salariés que l'acquéreur potentiel de la société ne prévoit aucun licenciement à court terme ;
- accompagner Loïc pendant plusieurs semaines ou plusieurs mois après la transaction ;
- ne travailler qu'à mi-temps pendant cette période d'accompagnement. Il pourrait notamment accepter cette solution s'il pense vivre difficilement le début de sa nouvelle situation d'inactivité professionnelle (certains individus travaillant de manière acharnée pendant leur vie active peuvent rencontrer des difficultés d'adaptation importantes lorsqu'ils deviennent jeune retraité, surtout si le changement de leur rythme de travail s'opère de manière trop rapide) ;
- présenter des documents convaincants relatifs au taux de rentabilité important de sa société et à ses perspectives de croissance future.

Ainsi, en se rapprochant des attentes de l'acquéreur potentiel, Gaston dépasserait ou se rapprocherait plus facilement du prix de vente « raisonnable » qu'il s'était fixé pour céder son entreprise.

De son côté, Loïc dispose également de plusieurs solutions qui rendraient son offre plus attractive aux yeux de Gaston :

- lui annoncer qu'il effectuera le plus rapidement possible les démarches administratives et financières qui accéléreront le déblocage des fonds et le déroulement de cette transaction ;
- lui garantir qu'il lui fournira des éléments de preuve de ces actions, par

exemple en lui transmettant un justificatif de demande de prêt bancaire daté ;

- observer les salariés de l'entreprise en question et recenser de manière approfondie leurs connaissances et compétences. S'il estime qu'elles correspondent à ses attentes et aux exigences de la société dont il devrait devenir propriétaire, il pourrait s'engager auprès de l'artisan, avant la vente définitive, à conserver les salariés existants ;
- lui permettre pendant les deux années qui suivraient la transaction :
  - de continuer à stationner sa caravane volumineuse sur le parking de son entreprise ;
  - de laisser ses outils personnels entreposés dans le lieu de stockage abrité de l'entreprise.

Concernant les deux propositions ci-dessus, Loïc a habilement pris en compte deux inquiétudes dont lui avait fait part Gaston au cours de la visite des locaux de sa société. Ce dernier lui a en effet annoncé qu'il vivait dans un appartement sans garage ni place de parking privé. Il se demandait donc, après avoir vendu son entreprise, à quels endroits il garerait sa caravane et stockerait les matériels dont il avait fait l'acquisition à titre privé.

**NOTA :** après avoir listé l'ensemble de ces solutions, un intérêt commun supplémentaire peut être mis en évidence : les deux individus devront faire perdurer entre eux un climat d'entente lors de leurs différents échanges. En effet, dans l'hypothèse où ils trouveraient un accord concernant la période d'accompagnement qu'assurerait Gaston, leur collaboration professionnelle en sera facilitée pendant cette phase transitoire.

La négociation raisonnée permet de préserver une relation saine et durable entre les acteurs qui la pratiquent car les échanges qui l'animent sont basés sur la vérité et le respect de l'autre partie. La recherche de critères objectifs est également l'une de ses composantes majeures. Lors de ce type de discussions, il est opportun de faire preuve de fermeté concernant la défense de ses propres intérêts, tout en veillant à adopter des attitudes d'ouverture et de bienveillance envers le négociateur qui vous fait face. Pour augmenter votre efficacité dans ce processus de recherche de compromis, formulez-lui prioritairement des propositions et concessions qui

ne vous coûteront rien ou bien qui vous coûteront peu mais qui lui procureront du plaisir et un bénéfice important. De plus, s'il considère défavorablement des événements passés dont vous ou votre partie sont responsables, privilégiez d'abord des sujets liés au présent et au futur. Toutes ces mesures vous permettront de favoriser l'instauration d'un climat positif et collaboratif dans votre relation.

Toutefois, vous pourriez être amené à parlementer avec un interlocuteur qui manifeste son mécontentement, son agitation dans le cadre d'une négociation. Afin de gérer efficacement ce genre de situation, conservez votre calme et incitez l'individu à vous exposer l'ensemble des éléments qui le rendent inapaisé. Présentez-lui vos excuses si elles permettent d'augmenter son niveau de satisfaction. Montrez votre empathie et signifiez-lui que vous avez pris en compte ses arguments et ses intérêts, par exemple en reformulant son discours. Faites preuve de précision dans les propos que vous tenez afin notamment d'éviter les erreurs de communication.

Nous avons évoqué de nombreuses autres techniques qui vous aideront à gérer efficacement vos différends avec un autre négociateur. Elles consistent à lui montrer réellement votre désaccord mais de manière atténuée et diplomatiquement. Ainsi, si vous estimez que ses idées ou ses attitudes sont inadaptées, vous pourriez le lui faire comprendre en restant silencieux juste après qu'il s'est exprimé. Cependant, généralement, les situations conflictuelles nécessiteront que vous preniez la parole. Dans ce cas, ne stigmatisez pas votre interlocuteur, même si vous savez qu'il est responsable, au moins partiellement, d'un des problèmes que vous tentez de résoudre. Plutôt que de l'en accuser, préférez communiquer en présentant votre ressenti personnel sur la difficulté en question. Une autre solution est envisageable pour que l'individu perçoive de manière atténuée votre contestation : interrogez-le avec tact et finesse afin de lui exprimer vos points de désaccord.

Que des pourparlers soient réalisés dans un climat initial agité ou serein, vous pourriez également augmenter vos chances de les réussir en identifiant vos propres préoccupations et celles du négociateur qui vous fait face. Ainsi, vous déterminerez plus facilement quels sont vos intérêts communs. Ces derniers sont très importants car ils servent souvent de base à la recherche de compromis. Ensuite, faites preuve de créativité et de bon sens pour rechercher et proposer des solutions qui vous permettront d'aboutir à un accord « gagnant - gagnant ».

Dans certains cas, la puissance dont dispose chacune des deux parties échangeant dans le cadre d'une négociation est largement inégale. Celle qui est la plus faible, qui détient le moins de pouvoir dans les discussions, aura la possibilité de rétablir l'équilibre des forces, voire de les renverser complètement à son avantage. Pour cela, elle utilisera...

---

### III - LA MESORE

Vous venez de parcourir de nombreuses pages relatives à la négociation raisonnée. Le principe que nous allons détailler en fait partie intégrante. C'est selon moi l'outil le plus simple à utiliser et le plus efficace parmi tous ceux qui peuvent nous aider lors d'une recherche de compromis : il s'agit de la MESORE<sup>4</sup>. Le développement qui suit est majoritairement orienté vers l'utilisation de cette technique lors d'un acte d'achat. Nous aborderons toutefois dans un court chapitre intégré à cette partie qu'elle pourra également servir les intérêts des vendeurs...

#### A. QU'EST-CE QUE LA MESORE ?

Contrairement à certaines idées reçues, pour réussir une négociation, il n'est pas nécessaire d'avoir suivi des études de commerce ni d'être un expert en éloquence. Il n'est pas non plus obligatoire d'avoir du charisme ou une répartie sans faille. En effet, connaître la technique de la MESORE pourrait suffire à vous faire économiser beaucoup d'argent dans vos transactions.

Avant de l'utiliser dans le cadre d'un processus d'achat, il est préférable de commencer par suivre les conseils de la partie « Réussir vos entretiens » (page 47) si vous négociez en face à face. Ensuite, lors de vos échanges avec le vendeur, conformez-vous les principes de négociation que nous avons précédemment évoqués. Si vous êtes extrêmement efficace (malheureusement, une proportion très faible de la population est extrêmement efficace en négociation), ce dernier vous proposera le prix le plus bas qu'il lui est possible de pratiquer, et ce tarif vous conviendra peut-être. Si vous estimez que le prix qu'il vous propose est trop élevé, utilisez la MESORE.

Il s'agit d'un acronyme signifiant :

MEilleure

SOLution de

REchange

Elle fut initialement élaborée pour être appliquée dans un cadre global de résolution de différends simples ou complexes entre personnes, groupes d'individus,

---

4. Ce concept a été développé par William URY, Roger FISHER et Bruce PATTON dans leur ouvrage *Comment réussir une négociation*.

entreprises et même entre États. Son application et explication seront cependant simplifiées dans notre ouvrage et adaptées aux spécificités des transactions commerciales.

Considérons le postulat de départ suivant : vous avez décidé de consommer un bien ou un service que nous désignerons par la lettre « A ».

Vous avez choisi « A » car vous estimez que ses caractéristiques permettront de combler votre besoin de manière plus satisfaisante que les autres options que vous propose le marché et qui contenteraient ce même besoin. L'autre déterminant de ce choix est bien sûr le prix de « A » dont vous pensez qu'il vous conviendra après négociation.

À partir de cette étape, vous pourrez désigner votre MESORE. Il s'agira d'une solution alternative, concurrente, souvent moins chère que « A », mais pouvant remplir les mêmes fonctions et dont les caractéristiques vous séduiront moins que celles de « A ».

Vous pourriez également choisir comme MESORE le même produit ou service que vous convoitez, mais qui est commercialisé à un prix plus bas par un autre canal de distribution que celui par lequel vous préféreriez réaliser votre achat (si vous souhaitez l'effectuer dans un magasin traditionnel, votre MESORE pourrait ainsi être mise en vente par un magasin de déstockage, dans un autre pays qui proposerait un niveau de taxe réduit, par l'intermédiaire d'un site Internet...).

Elle vous permettra de convaincre le vendeur de « A » que, s'il ne vous propose pas des conditions avantageuses, vous pourriez envisager d'acheter cette meilleure solution de rechange plutôt que « A ». Ainsi, cet interlocuteur commercial pourrait être incité à vous proposer des conditions de vente qui vous seraient significativement plus avantageuses (voir les gains que j'ai obtenus dans mes exemples du meuble haut de gamme page 161 et de l'appartement page 165).

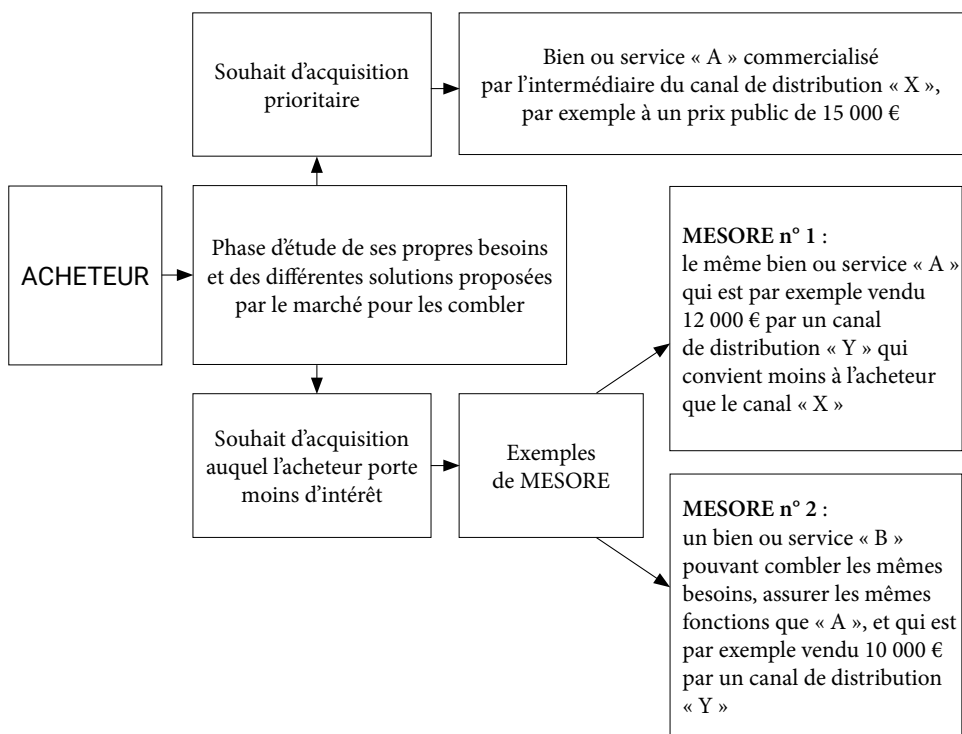
Vous trouverez ci-après des éléments complémentaires qui vous permettront de déterminer de manière plus précise...

## B. COMMENT CHOISIR VOTRE MESORE ?

Pour qu'il vous accorde une remise tarifaire importante, le vendeur commercialisant la solution qui vous intéresse prioritairement doit ressentir un réel intérêt de votre part pour la meilleure solution de rechange que vous lui présenterez. Lorsqu'il vous posera des questions liées à votre besoin, il est donc important qu'il conclue qu'elle pourrait vraiment constituer pour vous une

alternative satisfaisante. Il est également intéressant qu'il vous pense capable de quitter la négociation que vous avez engagée avec lui pour aller acheter votre MESORE. Ainsi, il est préférable que vous soyez intimement convaincu (ou que vous vous montriez sincèrement convaincu) que vous tireriez un réel bénéfice de son acquisition.

### **LE PRINCIPE DE LA MESORE** ***SCHÉMATISÉ DANS LE CADRE DE LA NÉGOCIATION D'UN ACHAT***



Prenons le cas concret de Jean qui souhaite acheter une voiture neuve. Après avoir longuement étudié le marché automobile, il a fait le choix d'acquérir une petite berline de marque Peugeot (nous pourrions la comparer au bien ou service « A » dans notre schéma ci-dessus) par l'intermédiaire d'une concession Peugeot située à cinq kilomètres de son domicile (cette concession pourrait être représentée par le canal de distribution « X »). Il pourrait choisir sa MESORE parmi les suivantes :

## **MEILLEURES SOLUTIONS DE RECHANGE POUVANT ILLUSTRER L'EXEMPLE DE MESORE N° 1 DU PRÉCÉDENT SCHÉMA**

- Le même véhicule vendu 12 000 € au Danemark, pays dans lequel les prix de vente moyens hors taxe sont moins élevés qu'en France.
- La même petite berline de marque Peugeot vendue dans une concession de la même marque située à 50 km de son domicile et où il a vérifié qu'il pouvait l'acheter à des conditions plus avantageuses que le prix proposé dans la concession Peugeot située à 5 km de chez lui.

## **MEILLEURES SOLUTIONS DE RECHANGE POUVANT ILLUSTRER L'EXEMPLE DE MESORE N° 2 DU PRÉCÉDENT SCHÉMA**

- Un véhicule de même type (une petite berline) de marque Renault Dacia (il peut représenter le produit « B » dans notre schéma) vendu 10 000 € dans une concession concurrente (canal de distribution « Y »).
- Un véhicule encore moins cher et de plus petite taille (bien « B ») vendu dans une autre concession automobile (canal « Y »).
- Si vous n'avez besoin d'un véhicule qu'une semaine par mois, votre MESORE aurait pu être une voiture de location (bien « B » canal « Y »). Cette solution aurait surtout retenu votre attention si le prix de revient de cette dernière était moins élevé sur la période qui vous intéresse que le coût total lié à l'achat d'un véhicule sur la même durée.
- Une moto (bien « B » canal « Y »)...

Jean pourrait valider définitivement son choix de MESORE. Il lui suffirait pour cela de déterminer le produit qu'il préférera parmi les solutions de rechange évoquées ci-dessus et dont les conditions d'achat lui paraîtront avantageuses. Concernant cet aspect financier, notre homme serait inspiré d'affiner son choix en effectuant un travail préalable de négociation auprès des vendeurs de plusieurs de ces solutions. Ainsi, il engagerait une première phase de baisse tarifaire qui se montrera bénéfique dans le cadre des discussions de prix qui suivront.

Dans l'hypothèse où vous seriez dans la même situation que Jean, votre processus de recherche d'économies continuerait à se dérouler dans de bonnes conditions si vous savez...

## C. COMMENT PROCÉDER APRÈS AVOIR TROUVÉ VOTRE MESORE ?

Prenez contact avec la personne commercialisant la chose que vous convoitez. Choisissez ensuite d'agir selon l'une des deux variantes ci-dessous.

### **Variante n° 1**

Soumettez-lui les conditions négociées auprès du vendeur de votre MEilleure SOLution de REchange.

### **Variante n° 2**

Utilisez toutes les techniques de négociation présentées dans cet ouvrage avant le chapitre dédié à la MESORE. Notez la baisse tarifaire obtenue, remerciez chaleureusement votre interlocuteur et expliquez-lui que vous devez étudier différentes offres de marché avant que vous vous décidiez définitivement à déclencher votre acte d'achat.

Plus tard, retournez le voir en lui communiquant les informations liées à votre MESORE.

Cette deuxième variante est selon moi plus efficace que la précédente, bien qu'étant plus chronophage. Le prochain focus (appelé « La négociation raisonnée à cette étape » page 163) vous aidera à comprendre les raisons pour lesquelles il est intéressant d'assurer de manière soigneuse et engagée plusieurs phases de recherche de compromis de qualité, même quand ces précautions ne semblent pas indispensables à ce que vous obteniez des conditions tarifaires satisfaisantes.

### **Après avoir appliqué la variante n° 1 ou 2**

Parlez-lui du produit équivalent que vous avez trouvé et/ou du canal de distribution choisi. Dites-lui que cette solution pourrait combler votre besoin dans des conditions plus avantageuses (par exemple en payant un tarif moins élevé) que la chose qu'il commercialise. Vous pourriez aborder le fait que votre budget soit serré et qu'avant de prendre votre décision finale, vous préférez échanger avec lui pour savoir s'il existe une possibilité d'améliorer ses conditions de vente, de revoir ses prix à la baisse.

Il est alors probable que votre interlocuteur, craignant de ne pas concrétiser une vente – il peut également être contrarié par le fait que vous alliez dépenser votre argent chez un de ses concurrents –, accepte de mieux faire correspondre son offre avec vos exigences :



- en vous présentant par exemple un prix plus agressif, pouvant même approcher ou atteindre le prix en dessous duquel sa direction ne lui permet pas de conclure des ventes ;
- en contactant son responsable hiérarchique (s'il en a un) pour que ce dernier lui permette réellement de vous proposer un tarif plus bas que le prix plancher qui lui est permis d'accorder à ses clients ;
- en vous appliquant des gratuités sur des éléments qu'il facture habituellement à ses clients (frais de livraison, de préparation, d'installation...) ;
- en vous offrant des accessoires liés à l'utilisation de la chose que vous convoitez (sa marge bénéficiaire sera bien sûr plus importante s'il vous offre 100 € d'accessoires plutôt que 100 € de remise)...

Vous constaterez généralement qu'une réduction de prix importante et/ou que d'autres conditions plus avantageuses vous seront accordées dans ce contexte. Toutefois, s'il refuse de vous les proposer après cet échange alors que vous avez employé des méthodes de négociation dont la MESORE, il n'a peut-être pas la possibilité d'appliquer une remise commerciale sur le tarif qu'il vous a annoncé initialement.

Illustrons les principes que nous avons exposés par l'intermédiaire d'...

## D. EXEMPLES CONCRETS : COMMENT J'AI ÉCONOMISÉ DES SOMMES D'ARGENT SIGNIFICATIVES GRÂCE À LA NÉGOCIATION RAISONNÉE ET À LA MESORE LORS DE L'ACHAT DE PRODUITS RELATIVEMENT ONÉREUX

Ces exemples sont donnés à titre informatif. Je ne connaissais pas de nombreuses règles liées aux recherches de compromis lorsque je les ai vécus. Je ne prétends donc pas avoir mené les négociations évoquées ci-dessous avec le niveau de perfection exigée par les règles de l'art...

### 1. Premier exemple : achat d'un meuble neuf dans un magasin

Cette transaction a été effectuée dans le cadre de la variante n° 1 que nous avons abordée dans le chapitre précédent et la meilleure solution de rechange utilisée dans cet exemple correspond dans notre schéma page 158 aux caractéristiques de la MESORE n° 1.

Il y a plusieurs années, j'ai acheté un meuble haut de gamme (il s'agit d'une catégorie de produits sur laquelle il est possible d'obtenir des remises conséquentes sur les prix affichés) et ses accessoires décoratifs. Ils étaient commercialisés dans ma région par seulement deux revendeurs. Le prix catalogue du produit livré et installé, incluant les accessoires : 3 500 €.

**NOTA « Mettre de l'huile dans les rouages »** : nous avons, à plusieurs reprises dans cet ouvrage, mis en évidence que, pour faciliter le succès d'une négociation, il était utile d'affirmer ou de proposer des choses qui ne nous coûtent rien ou qui nous coûtent peu et qui pourraient générer du plaisir et des bénéfices à la partie adverse. Les six groupes de mots soulignés de la partie suivante constituent des exemples de ces éléments que j'ai communiqués au vendeur.

Je me suis rendu chez l'un des deux revendeurs afin d'engager une négociation raisonnée. Je lui expliquai que :

- l'un de mes projets était d'acquérir le meuble que je lui montrais dans sa salle d'exposition, ainsi que ses accessoires ;
- j'entamais tout juste la phase de l'étude budgétaire de ce projet ;
- j'étais entré depuis seulement quelques années dans la vie active ;
- j'appréciais les produits présentés dans son magasin et qu'il était probable que je meuble à l'avenir mon appartement avec d'autres produits qu'il commercialisait. Je l'incitais de cette manière à me considérer comme un client à fidéliser ;
- comme il pouvait le constater, j'étais relativement jeune ;
- je venais de réduire presque à néant la valeur de mon compte en banque pour acquérir ma première résidence principale (nous y reviendrons dans l'exemple qui suit) ;
- je savais que les marges sur les prix de vente annoncés étaient en général confortables sur ce type de mobilier qui m'intéressait particulièrement ;
- je ne doutais pas de la grande qualité du meuble en question ;
- j'avais remarqué son grand professionnalisme lorsqu'il m'a présenté les caractéristiques du produit (je les reformulais d'ailleurs devant lui afin qu'il remarque que j'avais bien saisi l'ensemble de ses explications).

Je l'incitais ensuite à pousser son professionnalisme jusqu'à faire preuve d'empathie par rapport à ma situation financière délicate et lui demanda quel taux de remise il pourrait m'accorder dans ce contexte. Sa proposition était de 8 %.

Je l'encourageais à augmenter ce taux de remise avec une question ouverte : « *Merci pour ce geste, et je reste malheureusement hors budget, quel effort supplémentaire pourriez-vous consentir, par exemple si je réussissais à payer le jour de mon achat la totalité du montant de la facture ?* »

Il consentit une remise de 10 % que je trouvais bien trop basse. Je lui demandais si le prix remisé qu'il me fournissait pour le meuble et ses accessoires comprenait les frais liés à la livraison et à l'installation du meuble. Il me répondit que ces frais annexes étaient à ajouter au tarif remisé qu'il venait de m'accorder, qu'il pourrait « faire un effort » sur ce poste de coût et que nous en reparlerions plus en détails lorsque j'aurai avancé dans l'étude de mon projet.

Après l'avoir remercié, je me suis rendu chez l'autre distributeur de ma région qui commercialisait le meuble convoité.

J'engageais la même négociation raisonnée. Le vendeur, que je trouvais plus aimable et plus ouvert, m'a donné envie de passer par son intermédiaire pour acquérir mon meuble (cela confirme l'impact positif, dans le cadre de négociations, du facteur sympathie que nous avons déjà évoqué dans les pages précédentes). À ce stade, j'avais donc décidé que ma MESORE serait constituée par le meuble du magasin dans lequel j'avais rencontré le premier vendeur.

## FOCUS

### LA NÉGOCIATION RAISONNÉE À CETTE ÉTAPE

- Vous avez obtenu des conditions commerciales intéressantes auprès du vendeur de votre MESORE ?
- Vous vous engagez maintenant à rentrer dans une phase de négociation raisonnée avec le vendeur du produit qui vous intéresse dans le canal de distribution pour lequel vous avez une préférence ?

Vous pourriez vous réjouir, surtout si, comme de nombreux consommateurs, il vous arrive de ressentir des sentiments d'anxiété ou de gêne dans les phases de négociation.

En effet, le simple fait d'annoncer votre MESORE à ce vendeur pourrait vous permettre, et nous avons déjà explicité ce point dans cet ouvrage, d'améliorer efficacement les conditions commerciales qui vous seront proposées. De ce fait, vous pourriez être tenté de vous montrer moins zélé, de fournir moins d'énergie et de passer moins de temps dans cette nouvelle négociation

raisonnée par rapport à celle que vous avez menée précédemment avec le vendeur de votre MESORE.

Je pense toutefois qu'il est utile de mener cette dernière phase de négociation raisonnée avec autant d'implication et d'application que la précédente. En effet, elle a l'avantage de vous crédibiliser aux yeux du vendeur, notamment concernant votre réel intérêt à acheter la chose qu'il commercialise.

C'est également une bonne occasion de lui paraître sympathique et de le transporter dans plusieurs états émotionnels. Ainsi, vous augmenterez encore davantage votre pouvoir de persuasion et les probabilités qu'il vous concède des conditions avantageuses.

Je dévoilais donc au second commerçant rencontré ma visite chez son concurrent en évoquant sa proposition de remise significative (sans lui fournir de chiffres). J'obtins de ce nouveau vendeur 20 % de remise et la gratuité des accessoires qui m'intéressaient. Après discussion, il m'a même promis de m'offrir un accessoire supplémentaire d'une valeur de quelques dizaines d'euros.

Je le remerciai et lui expliquai qu'un tel investissement nécessitait une période de réflexion supplémentaire : je lui annonçai que je le rappellerai pour l'informer de ma décision définitive liée à l'achat du meuble.

Je l'appelai quelques jours plus tard et la technique de l'achèvement (que je détaillerai à la page 169) m'a permis d'obtenir une gratuité sur les frais de livraison et de montage du meuble.

Au total, j'ai versé 2 500 € pour un meuble, des accessoires et des prestations de livraison et de montage que j'aurais achetés au prix catalogue un peu plus de 3 500 €, soit une économie de plus de plus de 28 %.

Comme nous l'avons rappelé dans le dernier focus, il est important de faire passer ses interlocuteurs par différents états émotionnels afin d'augmenter les probabilités de les persuader. Vous trouverez ci-dessous les états dans lesquels j'ai transporté les deux commerçants rencontrés dans le cadre du processus d'achat du meuble évoqué précédemment.

- J'ai utilisé l'humour tout au long de ces dialogues, rendant ainsi les vendeurs souriants et plus favorablement disposés à écouter les informations que je leur communiquais.
- L'intérêt des vendeurs a été suscité lorsqu'ils ont décelé mon besoin et mon envie de m'équiper du meuble qu'ils commercialisaient.

- J'ai fait naître en eux un sentiment d'espoir lorsque je les ai informés de mon intention ferme d'acheter l'un de leurs produits.
- Ils ont pu ressentir du plaisir au moment où je leur ai annoncé que j'appréciais leur magasin, leur meuble, le professionnalisme qu'ils m'ont montré lorsqu'ils ont présenté leur produit.
- Le dernier commerçant a peut-être été apeuré, déçu ou énervé de risquer de ne pas réussir à finaliser sa vente après que je l'ai prévenu que j'avais rencontré son concurrent qui m'avait accordé une remise.

## **2. Deuxième exemple : achat d'un appartement ancien, commercialisé par un particulier**

Cette transaction a été effectuée dans le cadre de la variante n° 2 que nous avons abordée dans la partie précédente et la MEilleure SOLution de REchange utilisée dans cet exemple correspond, dans notre schéma page 158, aux caractéristiques de la MESORE n°2.

Il y a quelques années, j'ai cherché à acquérir un appartement de type T3 pour lequel j'ai eu un coup de cœur immédiat lorsque je l'ai visité. Il correspondait en tout point à mes attentes, il était même pourvu de qualités plus nombreuses que mes exigences de l'époque. Il est généralement plus difficile de négocier le prix d'un bien de ce type qu'un appartement à rénover, j'étais cependant déterminé à faire baisser son prix affiché en agence – 240 000 € garage compris – de manière significative.

Par chance, j'ai rencontré une personne qui m'a dit connaître personnellement le vendeur. Ainsi, j'ai pu traiter directement avec ce dernier, ce qui m'a permis d'économiser les frais d'agence immobilière. J'ai engagé une négociation raisonnée : je lui ai donc annoncé (et cela correspondait à la réalité) que mon budget était bien moins élevé que le prix qu'il en demandait, ma banque n'étant pas disposée à me prêter une somme aussi importante. Le vendeur a alors accepté de retirer du prix annoncé 10 000 € correspondant à une partie des frais d'agence, et 15 000 € liés au garage qui m'intéressait peu et qu'il pourrait commercialiser séparément. Sa nouvelle offre de 215 000 € était cependant encore trop chère pour que je puisse l'accepter. Le vendeur concéda, après discussions, une remise supplémentaire et me proposa son appartement en échange de 208 000 €, il m'annonça qu'il s'agissait là de son « dernier prix ».

Il était encore trop élevé pour moi et le vendeur ne souhaitait pas le faire diminuer après cette première négociation.

Après avoir profité de quelques semaines de vacances d'été, je le rappelai afin de lui présenter ma MESORE. Je lui expliquai que j'avais trouvé par l'intermédiaire d'une agence immobilière un appartement plus petit de type T2 qui me plaisait, qui était bien moins cher que le sien et que je m'apprêtais à acheter. Je lui ai ensuite annoncé que je pensais signer un compromis pour acquérir le T2, bien que ma préférence entre les deux appartements s'orientait sur son bien. Cependant, avant de donner mon accord définitif pour cette transaction, je lui annonçais que je préférais le contacter afin de lui demander s'il pouvait consentir une baisse de tarif.

Comme je l'avais pressenti, il s'est montré plus conciliant et, après une longue négociation téléphonique, nous avons trouvé un accord sur le prix de 197 500 €.

Connaître et appliquer des principes simples de négociation m'ont donc permis d'économiser plusieurs dizaines de milliers d'euros lors de cette transaction.

J'espère que vous aussi ferez bon usage de ces techniques.

Approfondissons maintenant cette étude en tentant de répondre à une question digne d'un grand intérêt...

## E. PEUT-ON TOUT NÉGOCIER AVEC LA MESORE ?

Les pages précédentes ont montré que le recours à la MESORE était efficace dans le cadre de négociation de biens de grande valeur (appartement) et de biens de valeur moyenne (mobilier).

Elle m'a également servi, dans beaucoup d'autres transactions que je n'ai pas évoquées dans cet ouvrage, à générer de nombreuses économies sur des produits dont les prix étaient inférieurs.

Vous l'avez compris, ce principe peut être utilisé pour des biens ou services commercialisés à des coûts élevés ou non. Vous pourrez l'appliquer lorsque vous estimerez qu'un vendeur pourrait disposer de la possibilité de baisser ses prix et/ou de vous offrir un ou plusieurs cadeaux dans le cadre de votre transaction commerciale (croyez-moi, c'est extrêmement souvent le cas). De ce fait, l'emploi de la MESORE est peu adapté lorsque vous achetez votre baguette de pain chez votre boulanger, ou dans les grandes surfaces pour les petits achats de consommables non négociables. Pour toutes vos autres typologies d'acquisition, utilisez systématiquement cette technique, même si a priori les probabilités d'obtenir des conditions avantageuses semblent vraiment très faibles. Pour preuve, j'ai réussi à

négoier des baisses de tarifs ou à me faire offrir gratuitement des accessoires lors de l'achat :

- de nombreux produits en période de soldes et donc sur lesquels une remise importante était déjà affichée en magasins (vêtements, éléments de décoration, mobiliers...) ;
- d'articles dans des magasins d'usine dont les prix affichés étaient déjà remisés de 30 % minimum par rapport aux prix des commerces « classiques » ;
- de produits électroménagers vendus dans un magasin de déstockage ;
- de meubles dans une enseigne connue qui revend là encore des lots de déstockage, certains provenant d'entreprises ayant fait faillite. Elle avait pris soin de mettre en évidence de grandes affiches publicitaires dans ses magasins sur lesquelles était rédigée en gros caractères l'indication suivante : « 0 % DE REMISE ». Elle informait ainsi sa clientèle que ses prix étaient déjà tellement bas qu'elle n'avait plus de marge de négociation à la baisse. Vous l'avez compris, cette information ne reflétait pas la réalité...

Pour les plus réticents à engager une négociation avec un vendeur, la réflexion suivante vous fera peut-être considérer différemment cet acte : je suis moi-même commercial et je considère très positivement les clients et prospects qui cherchent à ce que je leur accorde des baisses de prix dans le cadre d'une négociation raisonnée et en utilisant la MESORE. Malheureusement, pour ceux qui ne le font pas, j'ai une tendance cynique à penser quelquefois que leur attitude démontre un manque de courage et de professionnalisme, ou bien que leur compte en banque est trop bien rempli.

Vous améliorerez encore davantage votre efficacité dans vos négociations si vous...

## F. TENTEZ DE DEVINER LA MEILLEURE SOLUTION DE RECHANGE DE VOTRE ADVERSAIRE

### FOCUS

#### *LA MESORE CÔTÉ VENDEUR*

Les vendeurs ne se privent pas d'utiliser cet outil, de manière consciente ou non. En effet, devant la sollicitation d'un acheteur qui demande une baisse de prix, ils peuvent la refuser si leur meilleure solution de rechange consiste à commercialiser leur

bien ou leur service à de nombreux autres clients qui accepteraient de payer un tarif non négocié ou plus élevé que la baisse de prix sollicitée.

Dans les chapitres précédents, nous avons abordé la créativité dont pouvaient faire preuve les acheteurs dans le cadre de leur recherche de MESORE. Nous avons par exemple déterminé que celle d'un acheteur de voiture pourrait être un engin motorisé à deux roues. Cette même inventivité peut également être employée par les vendeurs pour trouver leur MEilleure SOLution de REchange.

Prenons l'exemple d'un individu qui met en vente sa maison 450 000 €. Il décide de refuser toutes les offres inférieures à 400 000 € car il a calculé :

- MESORE n° 1 : qu'en divisant cette maison en deux logements distincts, il pourrait très facilement vendre 200 000 € chacun

ou

- MESORE n° 2 : qu'il pourrait louer cette maison et que le loyer minimum qu'il réussirait à obtenir lui ferait gagner de manière régulière une somme d'argent qui le contenterait autant que s'il devait réaliser sa vente à 400 000 €.

Si vous souhaitez améliorer vos performances dans une négociation, que vous occupiez le rôle d'acheteur ou de vendeur, essayez de déterminer la MESORE de la partie adverse. Ensuite, considérez les actions, les réflexions qui pourraient la détériorer. L'exemple qui suit illustre ce principe. Imaginons que vous rentriez en négociation avec un commerçant qui vend un tableau unique, peint à la main, que vous souhaiteriez acquérir. Vous savez qu'une autre personne est intéressée par ce même objet (cet individu pourrait constituer la MESORE du vendeur) et qu'il en a déjà fait part au commerçant. Dans le même temps, un de vos amis vous a indiqué que cet acheteur potentiel rencontrait actuellement des difficultés financières suite à la liquidation judiciaire de sa société. Vous pourriez informer le vendeur de la situation délicate dans laquelle se trouve cet autre acheteur potentiel. Ainsi, l'impact négatif que constituerait la MEilleure SOLution de REchange du commerçant sur le succès de votre négociation serait diminué. Ensuite, expliquez-lui que vous seriez en mesure de lui verser la totalité du prix négocié au moment même où vous prendrez possession de la marchandise. Il se montrerait probablement bien plus réceptif et souple par rapport aux conditions d'achat que vous lui soumettriez lors de cette négociation.



Vous avez utilisé vos talents et l'ensemble des pratiques de ce livre liées à la recherche de compromis dans le but de faire diminuer le prix auquel vous pourriez acquérir quelque chose ? Il est probable que le vendeur qui vous fait face puisse vous proposer des conditions encore plus intéressantes. Vous le vérifierez si vous...

## G. TERMINEZ VOTRE NÉGOCIATION PAR LA TECHNIQUE DE L'ACHÈVEMENT

À cette étape finale, l'individu qui commercialise le bien sur lequel vous portez votre intérêt a déjà significativement rogné sur sa marge pour tenter de vous satisfaire.

Remerciez-le à nouveau chaleureusement. Annoncez-lui que vous disposez maintenant d'éléments qui vous permettront d'orienter plus fermement votre décision d'achat. Promettez-lui de le rappeler ou de le rencontrer à nouveau rapidement pour lui faire part de votre choix. Quelques heures ou quelques jours plus tard, contactez-le et utilisez le subterfuge suivant :

*« J'ai beaucoup réfléchi à votre dernière proposition et mon choix se porterait a priori sur votre produit. Si vous faites un geste significatif sur cette dernière offre, je vous donne mon accord définitif immédiatement. »*

Vous pourriez remplacer à la fin de cette dernière phrase l'expression « *je vous donne mon accord définitif immédiatement* » par les variantes suivantes lors d'une rencontre physique :

- « *Je vous paye immédiatement en liquide.* »

- « *Je vous signe un chèque tout de suite.* »

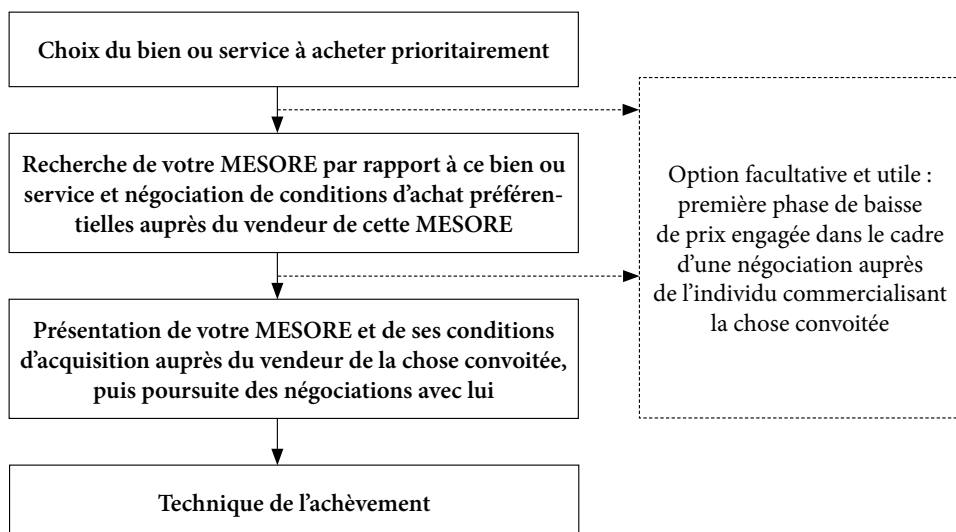
Comme pour la MESORE, ce type de ruse peut fonctionner dans des négociations de prix portant sur de très nombreux produits ou services, dans un contexte d'achats réalisés dans un cadre professionnel ou privé.

Dans mon métier, je négocie souvent avec des acheteurs confirmés. Un seul a usé de cette technique habile et efficace pour faire l'acquisition des produits que je vends. Je l'ai utilisée ensuite à de nombreuses reprises lors de mes propres phases d'achats. Elle m'a permis de bénéficier de baisses de prix supplémentaires, de gratuités sur des accessoires en lien avec l'objet convoité, de frais de livraison offerts...

Attention, pour rester crédible, évitez de recourir à cette technique pour négocier un article coûtant seulement quelques dizaines de centimes d'euros.

L'objectif de cette partie axée sur la négociation est de vous permettre de prendre connaissance et d'avoir recours à différents principes qui vous permettront de vous guider efficacement vers la réalisation de vos objectifs dans vos transactions commerciales. Nous avons notamment évoqué la nécessité d'étudier à la fois la chose mise en vente et les attitudes du négociateur qui vous fait face afin de cibler un prix qu'il considérerait comme acceptable et qui serait le plus avantageux pour vous. Il est également possible d'influencer en votre faveur les perceptions tarifaires de votre interlocuteur par l'intermédiaire de l'utilisation ambitieuse et raisonnable d'un prix d'ancrage et du principe de « couper la poire en deux ». Personnellement, je pratique ces techniques de marchandage uniquement en les associant à d'autres qui rentrent dans la catégorie de la négociation raisonnée. L'un des avantages majeurs de cette dernière est de faire perdurer la relation entre les parties sur le long terme. Pour cela, agissez avec tact et soyez précis dans les idées et les termes que vous employez. Faites preuve d'empathie et orientez de manière pragmatique vos échanges. Ces derniers devront vous permettre de défendre durement vos intérêts et d'imaginer les solutions qui satisferont à la fois la partie vendeuse et acheteuse. Nous avons ensuite détaillé les étapes d'une négociation recourant à la MESORE.

Vous trouverez ci-dessous un schéma simplifié regroupant plusieurs de ces phases. Il récapitule le cheminement que je suis généralement lorsque je cherche à obtenir une remise de prix dans le cadre de l'un de mes achats :



L'utilisation de la MESORE vous permettra de négocier de façon raisonnée de très nombreux biens et services que vous serez amenés à consommer pendant votre vie. Elle consiste tout d'abord à déterminer la solution de repli qui vous satisferait le plus si vous ne parvenez pas à trouver un accord sur la chose que vous souhaitez prioritairement acheter. Annoncez ensuite à l'individu qui commercialise cette dernière que les conditions d'achat de votre MESORE vous intéressent vivement et sont plus avantageuses. De ce fait, il sera incité à vous proposer un prix inférieur ou proche de celui de votre meilleure solution de rechange. Toutefois, il est important de prendre conscience que le même vendeur pourrait lui aussi disposer d'une autre opportunité de vente plus intéressante que l'offre que vous lui présentez. D'un point de vue plus global, que votre rôle soit d'acheter ou de vendre, vous augmenterez votre efficacité dans chacune de vos négociations en déterminant la MESORE de l'autre partie. Tentez de la combattre et de diminuer son attrait dans l'esprit de votre adversaire. D'autre part, dans le cadre d'un processus d'achat, si vous avez réussi à négocier des conditions commerciales intéressantes, il se peut que la personne qui vous les a consenties puisse vous faire profiter d'économies encore plus importantes. La technique de l'achèvement vous permettra de déceler ces leviers. Il vous suffira d'annoncer au vendeur qu'après avoir étudié les différentes offres pouvant répondre de manière satisfaisante à votre besoin, c'est la sienne qui vous a le plus séduit. Enchaînez en lui expliquant que vous validerez définitivement la transaction avec lui s'il vous propose des conditions plus intéressantes.

Vous observerez dans les pages qui suivent que la maîtrise de l'art de la négociation n'est pas la seule activité susceptible de faire évoluer très favorablement vos revenus.



---

## CINQUIÈME PARTIE

# DE NOMBREUX AUTRES MOYENS DE S'ENRICHIR

"Vous lisez actuellement l'ouvrage "COMMENT NEGOCIER COMME UN PRO ET SURPERFORMER LORS DE VOS RENCONTRES". Il s'agit d'une version du livre "COMMENT S'ENRICHIR DE 500€ DE PLUS PAR MOIS ET SEDUIRE TOUS VOS INTERLOCUTEURS" qui n'inclut pas sa partie nommée "DE NOMBREUX AUTRES MOYENS DE S'ENRICHIR". Si cette dernière vous intéresse, je vous invite à vous rendre sur notre site "[reussirsenenrichir.com](http://reussirsenenrichir.com)", cliquez sur l'onglet "Les 7 livres" puis sur "recevoir l'une des cinq parties".

---

# CONCLUSION GÉNÉRALE

J'espère que la lecture de cet ouvrage vous a rendu aussi enthousiaste que je l'ai été lorsque j'ai découvert, rassemblé et produit toutes les connaissances que je vous ai fait partager.

Nous avons constaté, tout au long de notre développement, que l'efficacité des processus de séduction et d'enrichissement financier nécessitait l'utilisation de nombreux éléments communs. Citons par exemple la valeur travail, le respect, le mimétisme, le positivisme, l'empathie, l'écoute, la loi de la réciprocité, l'honnêteté, la persuasion, le discernement, l'observation, le sourire, la sérénité, la précision de vos propos, le souci d'être et de paraître valeureux, charismatique, crédible, sociable, ambitieux, de susciter des émotions à vos interlocuteurs.

Vous en savez probablement maintenant plus sur les deux thèmes directeurs de cet ouvrage que 99 % des autres êtres humains peuplant notre planète. Le simple fait de prendre conscience de cet « avantage concurrentiel » significatif pourrait faire naître en vous l'espoir et la volonté farouche d'atteindre des réussites hors normes. L'application des connaissances que vous avez acquises pourrait en effet vous permettre facilement de surperformer dans ces deux domaines. Cela contribuerait à étendre votre zone de confort spirituelle, à générer un cercle vertueux, une dynamique positive dans votre vie. Ainsi, vous augmenterez vos probabilités d'atteindre le succès dans de nombreuses autres activités. Votre accès au bonheur pourrait donc s'en trouver facilité.

Toutefois, ne croyez pas que la qualité de votre existence s'améliorera très significativement après avoir lu le dernier mot de l'ultime page de cet ouvrage. Il est en effet difficile de mémoriser et d'assimiler l'ensemble des informations contenues dans un livre après sa seule première lecture. De ce fait, le parcourir à nouveau vous permettra d'orienter encore davantage votre esprit vers la réussite sociale, amoureuse, professionnelle et financière. L'une des autres solutions que vous pourriez envisager pour mieux tirer profit de cet ouvrage est celle que j'ai moi-même choisi d'adopter à plusieurs reprises pendant que je l'ai rédigé. Il vous suffira, lorsque vous préviendrez de rencontrer une expérience dont les caractéristiques se rapprocheront des thèmes qu'il aborde, de vous replonger dans les chapitres traitant des sujets en question. Par exemple, si vous savez que vous devrez mettre en vente ou acheter un appartement, relisez la partie liée à l'immobilier et celle relative à la recherche de compromis. Vous avez un rendez-vous galant dans les jours qui viennent ? Reportez-vous au chapitre lié à la séduction. Dans ces deux

exemples, consulter à nouveau les bonnes pratiques destinées à mener à bien un entretien vous sera également utile.

D'autre part, conservez en permanence dans votre esprit cet élément primordial : vous êtes la seule personne qui puisse influencer significativement votre propre vie. Ainsi, et dans l'optique d'augmenter vos chances d'atteindre le succès, faites également preuve de proactivité. Prenez l'initiative de créer ou de provoquer les événements, les occasions d'utiliser certaines connaissances que nous avons abordées dans cet ouvrage. Ce sera notamment le cas lorsque vous déciderez de rentrer dans une phase de négociation pour une typologie de produit que vous achetez par le passé sans solliciter une baisse de prix. Vous pourriez aussi engager une tentative de rapprochement amoureux auprès d'une personne que vous n'auriez pas imaginé aborder auparavant, et entreprendre des recherches pour acquérir un bien immobilier que vous louerez.

Vous disposez bien entendu de la liberté de ne pas vous servir du contenu des pages que vous avez parcourues. Dans ce cas, votre situation serait peut-être comparable à celle d'un nouveau-né esseulé qui est rongé par la faim alors qu'il est entouré d'une vingtaine de biberons remplis de lait. Il lui suffirait d'être conscient de la nécessité de réaliser quelques mouvements pour obtenir ce dont il a le plus envie au moment où le manque de nourriture le traumatise.

Vous aussi êtes entouré, et de manière permanente, de choses, d'opportunités qui constitueraient des solutions à vos problèmes principaux. Elles pourraient même assouvir la très grande majorité de vos besoins et transformer vos espoirs en réalités. Sachez identifier et tirer profit de ces destructeurs d'obstacles, de ces véhicules qui vous porteront jusqu'à un état de satisfaction avancé.

La dernière notion sur laquelle je souhaite lourdement insister est l'action. Vous êtes depuis votre naissance quelqu'un d'unique. J'ai déjà mentionné le fait que, si vous avez attentivement lu chaque ligne constituant ce livre, vous avez intégré un groupe de population restreint et privilégié. À ce titre, je décide de valider arbitrairement et unilatéralement que, dès à présent, vous entrez dans la catégorie des êtres exceptionnels. Pour que ceux que vous côtoyez vous considèrent comme tel, franchissez maintenant l'étape supérieure : réalisez des choses exceptionnelles.



---

# REMERCIEMENTS

Je remercie chaleureusement tous ceux qui m'ont accompagné avec bienveillance dans le développement de ce projet littéraire. Je pense notamment à l'ensemble de mes proches qui ont accepté de vouer une partie de leur précieux temps libre à lire et à commenter mon travail.

Je tiens à remercier ensuite – et je vous l'annonce sans aucune ironie ni rancœur – les personnes qui m'ont fait douter tout au long de ma vie, celles qui m'ont mis en difficulté, celles qui ont contribué à ce que je me confronte à des situations d'échec et qui ont été à l'origine de mes déceptions. Elles m'ont obligé à me plonger dans des phases d'intenses remises en question, m'ont permis de m'améliorer et de mieux comprendre notre société et les individus qui la constituent.

J'exprime également toute ma reconnaissance à Olivier ROLAND qui, à travers l'excellent travail qu'il a réalisé dans son blog bien nommé « Des livres pour changer de vie », a orienté mon esprit à s'ouvrir à des ouvrages et à des concepts d'un très grand intérêt. Plus généralement, je souhaite rendre hommage à tous les écrivains qui ont consacré leurs connaissances, leurs constatations empiriques, leurs recherches scientifiques, leur énergie et leur temps à améliorer l'humanité grâce à la diffusion de leurs écrits.