

Dossier

Négociation & Vente

Le Behaviourscope pour évaluer
rapidement un client



Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023710878

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter

www.bookiner.com

Usage libre de droit (non marchand) avec mention «Bookiner.com»

NÉGOCIATION & VENTE

Le Behaviourscope pour névaluer rapidement un client

- . **Les 4 grandes familles de clients**
- . **Les gestes qui trahissent les émotions mal maîtrisées**
- . **Adopter une stratégie de négociation**

Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention «Bookiner.com». L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre **PERSONNEL** (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement, ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.

LES 4 GRANDES FAMILLES DE CLIENTS

Comment identifier, en un clin d'œil, le type d'interlocuteur a qui l'on a affaire (acheteur, décideur, manager...) ? C'est en observant les postures et en écoutant attentivement ce que dit la personne au début de l'échange qu'il est possible de cerner rapidement son profil psychologique et d'adopter ensuite le bon style relationnel. L'objectif ici n'est pas de formuler un jugement sur autrui mais d'adapter ses propres arguments afin qu'ils puissent faire mouche. La technique du «Behaviourscope» (observation des comportements) vient des États-Unis et classe les individus en 4 grandes familles en vue de fournir une première base d'observation :

. Le consensuel

Avec lui les relations sont agréables. Il a le souci des autres et souhaite que son achat plaise à ses proches ou apporte une aide utile à ses collaborateurs. Son attitude est ouverte (bras autonomes, veste ouverte ou sans veste), ses gestes sont calmes et amples, sans aucunement chercher à en imposer. Son visage est expressif, sa poignée de main ferme et chaleureuse, avec une tendance à sourire facilement tout en évitant de soutenir le regard de son interlocuteur.

Type de relation à adopter avec lui : Ne pas le presser de questions en s'appliquant à créer une atmosphère détendue, notamment en le faisant parler de son entourage, de façon à lui laisser l'initiative pour aborder les thèmes qui le motivent. Il est déconseillé d'évoquer avec lui la prise de risque (dont il a horreur) en formulant plutôt des recommandations destinées à le rassurer et à l'aider à se décider. Le mieux consiste à lui donner sa parole en lui garantissant que tout se passera bien grâce à l'équipe en place et/ou du fait des engagements pris pour l'obtention des résultats.

. Le conquérant

C'est quelqu'un qui a tendance à foncer dans une démarche apparemment pleine d'énergie. Il aime s'entourer des derniers gadgets High Tech, en possédant ce que les autres n'ont pas encore. C'est aussi un séducteur et un amateur de défis constamment tourné vers l'avenir, motivé pour faire partager ses idées et sa vision.

Type de relation à adopter avec lui : Pour fonctionner au même rythme que lui, il est nécessaire d'être enthousiaste et créatif, ainsi que très «cool» en adoptant le même débit que lui. Il convient de lui démontrer le caractère innovant et original de l'offre, en évitant surtout de lui dire que l'on possède les mêmes «joujoux» que lui. Un bon moyen de lui plaire consiste à lui démontrer les bénéfices qu'il peut retirer notamment en terme d'images et de notoriété et que tout cela relève, pour lui, d'un véritable challenge positif.

. Le directif

Habitué à prendre des décisions rapidement et à faire plusieurs choses à la fois, il a l'allure assez stricte, voire autoritaire, en n'ayant qu'une idée en tête : tenir ses objectifs coûte que coûte. Sachant qu'il ne cherche pas à établir de relation personnelle durable, son premier contact consiste plutôt à vous écraser brièvement les doigts, à se déplacer ou se mouvoir rapidement tout en utilisant une voix plutôt monotone mais qui porte fort, avec une tendance à ne pas tourner longtemps autour du pot.

Type de relation à adopter avec lui : La flatterie ne fonctionne pas du tout avec lui, sauf à citer des faits réels qui soulignent son talent actuel ou passé. Avec lui, le mieux consiste à demander directement ce dont il a vraiment besoin en évitant le hors sujet, ce qui lui donnerait l'impression de perdre son temps. Il faut continuellement faire preuve de rapidité d'esprit, sans phrases compliquées, tout en conservant en permanence une posture droite et un bon contact visuel dans le but de lui inspirer confiance. Il doit également avoir l'impression de diriger l'entretien en lui fournissant des éléments concis et précis de réflexion (assurance de gains, succès, rapport qualité-prix, efficacité de l'offre...).

. L'analytique

C'est le genre d'individu impassible, un peu froid, sérieux, voire rigide dans son attitude, qui observe et écoute plus qu'il ne dirige l'entretien. Sa poignée de main est brève, marche lentement, parle doucement et relativement peu, est vêtu sobrement et ne regarde pas forcément son interlocuteur, bien qu'il observe beaucoup autour de lui. Il aime la précision des chiffres et cherche toujours à comprendre comment fonctionnel'offre qu'on lui soumet.

Type de relation à adopter avec lui : Il faut prendre le temps de lui expliquer de manière exhaustive, en démontrant que l'on connaît parfaitement son sujet. Tout en gardant l'initiative de l'entretien, il est nécessaire d'être factuel avec lui en avançant par étape de manière à lui laisser le temps de la réflexion. Il faut également être précis, rigoureux dans la démonstration et logique, en prenant le temps de répondre à partir de faits, de chiffres ou de propositions concrètes (garantie, essai gratuit, satisfait ou remboursé, envoi de docs...).

LES GESTES QUI TRAHISSENT LES ÉMOTIONS MAL MAÎTRISÉES

D'après Georges Chétochine, auteur de La Vérité sur les gestes paru aux éditions Eyrolles, il est possible d'identifier 4 attitudes négatives dans la négociation indiquant que l'interlocuteur est momentanément déstabilisé :

1. L'agressivité : Le visage est fermé, le regard méprisant et le corps bien calé au fond du siège, avec des silences lourds et/ou des pics fréquents au niveau des remarques et des objections. Ce masque professionnel se retourne souvent contre son auteur car cela cache, en fait, un manque d'autorité naturelle. Pour «retourner» cette posture, il est nécessaire de pencher la tête sur le côté en posant des questions précises en vue de rompre le silence et/ou en demandant des explications sur les remarques formulées.

2. La nervosité : L'absence de conviction, de capacité à décider ou tout simplement le manque d'arguments, peut se traduire chez l'individu déstabilisé par un faisceau de postures se traduisant par un corps tendu, un buste en avant, des maxillaires crispés, des mimiques faciales, les poings fermés ou encore le fait de jouer rapidement avec un stylo ou un objet.

3. L'hypocrisie : La fausse décontraction, la fausse empathie ou encore le fait de vouloir jouer la carte de la personne sympa, induit souvent une amplification des gestes au niveau des bras et des mains, un sourire large et répétitif, ainsi qu'une position assise se voulant très confortable et démonstrative. C'est la fausse bonne humeur par excellence qui piège plus qu'elle n'influence, en bloquant ensuite toute possibilité de fermeté ou de prise de distance.

4. L'embarras : Cette posture donne le sentiment que l'on n'est pas de la race des vainqueurs. Le rapport de force ou la dominance s'exerce alors aux dépens de celui ou de celle qui fait le dos rond, évite de regarder en face, baisse la tête et/ou met ses mains sous la table.

ADOPTER UNE STRATÉGIE DE NÉGOCIATION

La seconde démarche d'observation en négociation consiste à évaluer le rapport de force induit par le comportement du partenaire. Il s'agit de savoir si l'on va jouer en attaque ou en défense. Selon Richard Bourelly, fondateur du cabinet Tellen, les fables de la Fontaine recèlent les meilleures stratégies de négociation. Il en existe 5 d'après lui :

. **La stratégie de la fourmi :** L'individu adopte volontairement une posture défensive dans le cadre d'un rapport de force qui lui est favorable consistant principalement à résister, considérant que pour gagner il suffit de laisser l'initiative à l'autre en se contentant de refuser toutes les offres.

. **La stratégie du poisson :** Posture également défensive alors que le rapport de force est plus en faveur de l'autre, même si l'objectif est de tenir en essayant de perdre le moins possible et en limitant les dégâts. Il s'agit ici de céder sur un ou deux points afin de préserver tous les autres acquis.

. **La stratégie du lion :** Avec ce type d'interlocuteur, le rapport de force est relativement neutre, constructif et équilibré, favorisant ainsi la coopération. Dans cette stratégie, le lion cherche à réaliser un accord gagnant-gagnant avec son partenaire en tenant compte des intérêts communs.

. **La stratégie du loup** : Le rapport de force est ici nettement en sa propre faveur dans un cadre offensif permettant de mettre régulièrement la pression sur ses interlocuteurs afin de parvenir à ses fins. S'il n'a rien besoin de lâcher, le «loup» ne laisse jamais à l'autre le temps de réagir.

. **La stratégie du renard** : Se sachant en position de faiblesse on fait tout pour retourner la situation à son avantage. Pour cela, le «renard» use de séduction et de manipulation en laissant le leadership à l'autre, tout en le flattant de façon à ce que ce dernier révèle ses éventuels points faibles (laisser tomber le fromage !).