

Introduction

« *C'est décidé, je vais faire du conseil !* ». Chaque année, en France, plusieurs centaines de cadres prononcent cette phrase. Choix de vie ou réorientation provisoire au lendemain d'un accident de carrière, le conseil devient une activité prisée et, pour beaucoup, exercée en indépendant pour une période plus ou moins longue. Souvent, une première mission sera trouvée par le biais de relations, de collègues, voire au sein même de l'entreprise quittée par le consultant. Puis, peut-être, une seconde. Et ensuite, eh bien ma foi, il faudra prospecter.

Car, ne l'oublions pas, « *faire du conseil* », c'est d'abord *vendre* du conseil. Rencontrer un prospect, l'écouter, identifier une opportunité de mission, rédiger une proposition, la faire accepter au prix voulu... Toute une démarche commerciale indispensable et, pour beaucoup d'apprentis-consultants, rebutante. On peut être excellent logisticien, excellent informaticien, excellent contrôleur de gestion ou directeur industriel et mauvais commercial. Appeler « dans le dur » ou prospecter dans son réseau, affronter le risque du refus, l'accepter de bonne grâce, cela demande un état d'esprit particulier que tous n'ont pas, et qui fera très vite la différence entre les consultants qui dureront et les autres.

Heureusement, en plus et au-delà de l'état d'esprit, il y a aussi des techniques. Celles que ce livre vous propose de découvrir et d'expérimenter pour en faire autant d'outils qui vous permettront, demain, de vendre du conseil de façon efficace.

Que vous soyez à votre compte ou consultant dans un cabinet, vous pourrez, chapitre après chapitre, acquérir les méthodes et les réflexes qui vous permettront d'améliorer votre efficacité commerciale. Vous trouverez exposées ici les techniques d'écoute et de questionnement qui vous permettront d'identifier et de faire préciser une problématique, les différentes façons de traiter les objections de votre interlocuteur, le plan de présentation de votre proposition et les diverses manières de faire accepter votre prix. Des méthodes issues de différentes écoles de vente, et qui ont fait leurs preuves.

Pour faciliter la compréhension et l'acquisition de ces diverses méthodes, j'ai souvent procédé de la façon suivante : un dialogue ou une situation fictifs mettent en œuvre la technique évoquée. Je vous propose alors d'étudier ce dialogue ou cette situation, d'y réfléchir et de tenter d'en identifier les éléments clés. **Je vous encourage fortement à jouer le jeu et à ne pas sauter d'emblée à la « solution ».** L'expérience montre en effet que la méthode est mieux comprise et mieux intégrée lorsque l'on s'est d'abord heurté à l'obstacle...

Dans les premiers chapitres, je dirai quelques mots de votre positionnement de consultant et de la façon de présenter votre offre. Puis j'évoquerai les divers outils nécessaires à la prospection, pour en arriver rapidement à la façon d'obtenir votre « premier rendez-vous ». Nous verrons alors les différentes techniques de questionnement permettant d'identifier les pistes de proposition, la façon de rédiger la proposition et de la présenter, les méthodes de réponse aux objections de votre (futur) client et, *last but not least*, les principes et méthodes permettant de négocier et de défendre votre prix. Enfin, dans un dernier chapitre, nous évoquerons l'après-mission.

L'ensemble suit le déroulement logique d'un processus commercial, de la prospection à la conclusion. Néanmoins, rien ne vous oblige à lire ce livre dans l'ordre des chapitres. Si, à un moment ou à un autre de votre activité commerciale, vous êtes confronté à une difficulté particulière, vous trouverez dans le chapitre correspondant les techniques susceptibles de vous aider.

Une précision : dans ce livre, je ne traiterai qu'assez peu de l'organisation pratique ou des aspects juridiques du métier de

consultant. D'autres ouvrages le font très bien. De même, et pour la même raison, je ne m'attarderai pas trop sur les techniques de prospection proprement dites. Je vous renvoie pour cela à l'ouvrage intitulé *Consultants, trouvez vos premières missions et développez votre business*, par C. Pompeï et R. Bréchet, chez le même éditeur. En revanche, les diverses situations commerciales seront traitées de façon détaillée et concrète.

Vous savez sans doute donner de bons conseils. Avec ce livre, vous allez apprendre à les vendre. Ce qui, admettez-le, est tout de même préférable si vous avez décidé d'en vivre.