

Catherine Aymard et Jean Laplante

4^e édition

L'art de conclure une vente avec la PNL



Techniques et outils de la
Programmation Neuro-Linguistique
pour gagner en efficacité



GERESO
ÉDITION



L'art de conclure une vente avec la PNL

Développement personnel et efficacité professionnelle

L'art de conclure une vente avec la PNL

**Techniques et outils de la Programmation
Neuro-Linguistique pour gagner en efficacité**

Auteurs: Catherine AYMARD, Jean LAPLANTE

Édition 2019

© GERESO Édition 2009, 2013, 2017, 2019

Direction de collection : Catherine FOURMOND

Conception graphique de couverture : Atmosphère

Suivi éditorial et conception graphique intérieure : GERESO Édition

Illustration : © TarikVision/istockphotos.com

www.gereso.com/edition

e-mail : edition@gereso.fr

Tél. 02 43 23 03 53 - Fax 02 43 28 40 67

Reproduction, traduction, adaptation interdites

Tous droits réservés pour tous pays

Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal : Juin 2019

ISBN : 978-2-37890-142-4

EAN 13 : 9782378901424

ISBN numériques :

ISBN eBook : 978-2-37890-284-1

ISBN ePub : 978-2-37890-285-8

ISBN Kindle : 978-2-37890-286-5

GERESO SAS au capital de 160640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577

Siège social : 38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France



Dans la même collection :

- 10 entretiens RH incontournables
- 101 bonnes pratiques de management
- 69 règles du succès au travail
- Adieu les problèmes au travail !
- À la conquête de mon bien-être
- Améliorer son efficacité relationnelle
- Coachs : les secrets d'une bonne posture
- Communiquer efficacement
- Communiquer en situation de crise
- Comprendre l'évaluation professionnelle
- Crise de motivation au travail ? Rien d'anormal !
- Cultiver l'engagement de vos équipes
- Estime de soi et management
- Évaluer les compétences professionnelles
- Être recruté dans les métiers de l'industrie et de l'agroalimentaire
- Former sans stress
- Gagner en leadership
- Gestion du temps pour managers et professionnels débordés
- Le leadership du cœur
- Le manager de proximité
- Le management bienveillant, accélérateur de performance

www.la-librairie-rh.com

la librairie RH
by GRIEGL

Dans la même collection (suite):

- L'entreprise de soi : clé de la réussite entrepreneuriale
- Le recrutement gagnant-gagnant
- Les dynamiques de l'intelligence relationnelle
- Les groupes Mastermind : accélérateurs de réussite
- L'intelligence collective : les 7 clés de la réussite
- Manager l'innovation autrement
- Manager l'intelligence artificielle
- Manager le travail à distance et le télétravail
- Manager une équipe projet
- Mieux communiquer avec soi-même et avec les autres
- Ni hérisson, ni paillason : plus jamais peur des conflits
- Parler en public, être écouté et convaincre
- Prendre la bonne décision individuelle ou collective
- Préparer son futur professionnel
- Prévention des RPS avec la PNL
- Réalités des risques psychosociaux
- Recadrer sans démotiver
- (Re)Donner du sens à son management
- Réussir son oral d'examen ou de concours
- Réussir vos entretiens professionnels
- Révélez votre Talent avec l'intelligence prismatique
- Travailler, pour quoi faire ?
- Vers un leadership créatif, efficace et humain

Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier Judith Leclair pour sa critique constructive du manuscrit ainsi que tous les modèles qui ont si généreusement participé aux entrevues de recherche.

Sommaire

Remerciements	5
Avant-propos	11
Introduction.....	13
Partie 1 - SAVOIR-ÊTRE : LES FORCES D'UN BON VENDEUR	17
Chapitre 1 - Le critère de réussite.....	19
Les croyances	20
Le critère.....	21
La définition du critère	22
Chapitre 2 - Les besoins du client	25
La pyramide de Maslow.....	25
Chapitre 3 - Acquérir l'habileté d'exceller dans la vente	33
La première étape d'acquisition de l'habileté	34
Le « step-in » et les positions perceptuelles.....	35
La deuxième étape d'acquisition de l'habileté	36
Le cadre « comme si » de la PNL	37
Les modes associé et dissocié.....	38
Chapitre 4 - Le vendeur « écolo »	43
Respecter sa propre écologie.....	43
Les croyances limitatives.....	45
Chapitre 5 - Le moteur de réussite	49
La vente a perdu ses lettres de noblesse.....	49

S'accomplir par l'esprit de service	50
Les critères de motivation et le succès.....	51
Les causes-effets qui motivent	52
Les motivations primaires des vendeurs d'excellence	52
L'esprit de service	53
Chapitre 6 - Un océan de possibilités !	55
Les causes-effets qui motivent	55
Chapitre 7 - L'importance de cultiver un état émotif favorable	59
Les ancres	60
Le monde des émotions	61
Les émotions de signal.....	62
Les émotions de soutien.....	63
Chapitre 8 - L'intelligence émotionnelle	65
La conscience de soi	65
La maîtrise émotionnelle	66
L'automotivation.....	67
L'empathie	69
La capacité à cultiver les relations interpersonnelles	70
Chapitre 9 - Ancrez vos émotions de soutien.....	73
L'ancrage	73
Garder l'équilibre en gérant ses états internes	78
Chapitre 10 - La machine à voyager dans le temps	81
La ligne du temps	81
Chapitre 11 - La force de bien choisir ses pensées	87
Les croyances dominantes.....	87
Le ciment de votre nouveau modèle du monde	88
Les croyances aidantes de nos modèles d'excellence.....	89
Chapitre 12 - Les niveaux logiques du changement.....	93
Dysfonctionnements et résistances au changement.....	94
Découvrir sa mission de vie pour avoir confiance en soi, en la vie et l'univers	97

Chapitre 13 - La cybernétique de notre expérience intérieure.....	101
Les métaprogrammes.....	101
Les métaprogrammes appliqués à la vente.....	105
Chapitre 14 - Les conditions gagnantes	109
Les causes-effets qui rendent possible	110
 Partie 2 - SAVOIR-FAIRE : UTILISER LA BOÎTE À OUTILS PNL	 113
Chapitre 1 - Communiquer efficacement : la calibration verbale et non verbale.....	115
Reconnaître les indicateurs concrets	116
À quoi sert la calibration dans le processus de la vente ?	116
Chapitre 2 - Communiquer efficacement : la calibration des mouvements oculaires	125
Utilité de cette technique pour la vente	126
Description des mouvements oculaires associés aux différents modes d'accès.....	126
Chapitre 3 - Communiquer efficacement : la synchronisation.....	131
La synchronisation.....	131
Les différentes formes de synchronisation	132
La synchronisation négative	135
Chapitre 4 - Communiquer efficacement : créer le rapport	137
La reformulation.....	140
Tester et diriger le rapport.....	142
Chapitre 5 - L'outil de précision du langage.....	145
Le métamodèle de la PNL.....	145
La mise au jour des informations manquantes.....	148
Les questions qui changent le point de vue	149
Chapitre 6 - Mettre au jour les besoins du client.....	155
Le découpage.....	155
Les trois différentes façons de découper.....	156
Les cinq critères pour spécifier un bon objectif de vente.....	157

Le cadre objectif de la PNL	160
Le gabarit du cadre objectif	161
Chapitre 7 - Le traitement des objections du client	165
Le recadrage	167
Comment réussir un recadrage sans se mettre le client à dos ?	171
Chapitre 8 - Les stratégies primaires de performance	173
Le mode opératoire du succès	173
Les stratégies scrutées à la loupe	174
Les tests : l'évidence du critère, la preuve de la satisfaction du client... ..	175
Le test déclencheur : comment nos modèles savent-ils qu'ils atteignent leur critère ?	176
Les opérations : que font nos modèles pour valider leur test ?	177
Chapitre 9 - Les stratégies secondaires de performance.....	181
Les petits trucs qui font la différence	181
Chapitre 10 - L'excellence est à votre portée.....	185
Chapitre 11 - Les comportements stratégiques	195
Chapitre 12 - Des mots qui changent les points de vue.....	199
Engager la conversation avec le client avec la technique de la salutation ouverte	199
Une question fermée	200
Une question ouverte	200
Le traitement des objections en vente.....	201
Conclusion.....	205
Bibliographie.....	209
Glossaire	211
Index.....	219
À propos des auteurs	223

*« Vivre c'est vendre. Parce que vendre c'est vivre intensément.
Nous sommes tous des vendeurs, car nous passons
notre temps à vendre quelque chose :
à nous-mêmes d'abord, à nos proches, à nos clients.
Vendre c'est communiquer, respecter et aider l'autre »*

JEAN-MARC CHAPUT « VIVRE C'EST VENDRE »

Avant-propos

L'ouvrage que vous avez entre les mains n'est pas un manuel de vente. Ce que nous vous proposons plutôt est une aventure au pays de l'excellence dans la vente...

Ayant tous deux travaillé antérieurement dans le domaine de la vente, nous admirons ces vendeurs qui ont la touche magique et pour qui tout leur sourit. Vous savez, ceux qui peuvent vendre des réfrigérateurs à des Esquimaux ! Comme deux explorateurs avides de grands espaces à découvrir, nous voulions percer le secret du succès des vendeurs qui concluent à tout coup une vente.

Pour ce faire, nous avons réalisé une série d'entrevues avec ces prestidigitateurs de la vente pour mettre au jour cette touche magique qu'est l'art de conclure une vente. Dans ce livre, nous vous partageons le fruit de notre découverte... la qualité d'être de gens authentiques, intègres et fascinants.

En fait, s'intéresser à l'art de conclure une vente c'est d'une part aborder le processus de vente dans une perspective relationnelle, où le regard est porté sur la dynamique du rapport^{1*} entre un vendeur et un client potentiel. C'est d'autre part se questionner pour comprendre les processus internes du vendeur ; de quelle façon un vendeur d'excellence se distingue-t-il quant à son savoir-faire et son savoir-être ?

1. Une définition des termes suivis d'un astérisque est proposée dans le glossaire en fin d'ouvrage. L'astérisque n'est présent qu'à la première occurrence de ces termes.

Cette exploration des compétences multiples et de la qualité d'être s'effectuera à la lumière de la programmation neuro-linguistique (PNL), qui est une approche générative du changement.

L'art de conclure une vente

Vous trouverez dans ce livre ce qui est commun à ces modèles* d'excellence dans l'art de conclure une vente afin que vous puissiez en tirer les enseignements qui s'imposent.

Cet ouvrage vous invite à une démarche exploratoire d'une nouvelle approche de causes à effets entre vos croyances* et les résultats sur le terrain. L'idée est de développer une façon de penser et de ressentir qui supportera les connaissances pratiques que vous aurez acquises à la lecture de ce livre.

Au-delà des techniques qui seront exposées dans cet ouvrage, la modélisation* de ces professionnels donne accès à l'esprit du vendeur d'excellence et permet d'acquérir les qualités d'être qui sous-tendent l'habileté de ces individus dans l'art de conclure une vente. Car l'utilité de la modélisation en PNL est de pouvoir effectuer le transfert de ces habiletés d'excellence.

Lors de coachings avec des clients qui voulaient s'améliorer dans l'art de conclure une vente, nous avons vu à quel point leur critère* de réussite, leur état émotif et leurs stratégies* différaient souvent grandement de ceux de nos modèles. Grâce au transfert des habiletés d'excellence de ces modèles à nos clients, ils ont acquis un nouvel état d'esprit les propulsant sur la voie de la réussite.

En plus du modèle d'excellence qui y est présenté, ce livre vous permettra d'intégrer concrètement à votre boîte à outils de professionnel des techniques éprouvées de la PNL, illustrées d'exemples tirés du vécu de nos modèles, d'exercices et de questionnaires contextualisés qui vous permettront de les découvrir et de les assimiler par vous-même.

Ce livre peut donc vous être utile de plusieurs façons. Si vous désirez choisir et créer la vie professionnelle et personnelle que vous voulez pour vous-même, en devenir pleinement l'auteur et l'acteur, alors sans plus tarder entrez dans le monde de l'excellence que vous propose cet ouvrage.

Introduction

Qu'est-ce que l'art de conclure une vente avec les outils de la PNL ?

Si vous êtes, comme nous, avide de connaître le secret du succès des vendeurs de carrière, alors la lecture de cet ouvrage réalisé dans l'esprit de la programmation neuro-linguistique (PNL) vous sera profitable. La PNL se présente comme le mode d'emploi du cerveau et un modèle de communication efficace.

Aujourd'hui largement répandue dans le milieu des affaires, le sport de haut niveau, dans les soins de santé et le monde de l'éducation, la PNL fournit différentes techniques pour mieux se connaître, communiquer et négocier, apprendre et évoluer, diriger et se diriger ; autant de processus et d'apprentissages que chacun de nous peut intégrer grâce à la pratique de la PNL, véritable « mode d'emploi » du cerveau.

Elle s'articule à partir de trois composantes qui organisent l'expérience humaine subjective.

Programmation : toute l'expérience de vie depuis la naissance sert de point de référence pour construire un modèle du monde, des stratégies qui sont des programmes de fonctionnement pour penser, interpréter, analyser, ressentir et s'adapter à sa carte du monde*. Ces programmes varient selon les circonstances et les personnes et deviennent des automatismes exécutés par l'inconscient.

Neuro : la capacité de programmer repose sur l'activité neurologique et sensorielle. L'expérience humaine s'organise à partir de nos interfaces entre le monde extérieur et de notre cybernétique cérébrale interne, soit les perceptions (la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat, le goût).

Linguistique : les schémas du langage verbal et non verbal reflètent la façon d'organiser en surface l'interprétation de notre expérience subjective* profonde.

La PNL est un processus éducatif d'apprentissage :

«... Quand nous avons mis au point l'expression programmation neuro-linguistique, beaucoup nous ont dit : ça fait un peu contrôle du cerveau, comme si c'était mal. J'ai répondu : oui, bien sûr, si vous ne commencez pas à contrôler et à utiliser votre propre cerveau, vous laisserez le hasard décider pour vous... En fait, nous mettons au point des moyens d'apprendre aux gens à utiliser leur cerveau »

RICHARD BANDLER, COFONDATEUR DE LA PNL

Apprendre à utiliser son cerveau signifie apprendre des stratégies efficaces dans différents contextes de vie pour obtenir des résultats concrets et prévisibles vers l'atteinte de ses objectifs*. C'est aussi prendre conscience de notre être en interaction avec son environnement*, tenir compte des comportements* et capacités* que nous démontrons, ainsi que des croyances et des valeurs qui nous guident.

La PNL s'est donc intéressée à étudier, à mettre au jour les savoir-être et savoir-faire des personnes ayant du succès dans un domaine particulier en tirant profit de leurs compétences. La réussite n'est pas le fruit du hasard, mais elle est le résultat d'actions posées rigoureusement et soutenues par une détermination infaillible.

C'est pourquoi selon John Grinder, un des cofondateurs de la PNL, « la PNL est une modélisation de l'excellence ».

L'objectif de la PNL est de créer des modèles d'excellence du comportement humain. Par une analyse rigoureuse, elle cherche à mettre en valeur l'expérience humaine efficace pour la reproduire, c'est-à-dire de modéliser des comportements et les processus cognitifs qui les sous-tendent.

La modélisation consiste à découvrir comment le cerveau (neuro) opère en analysant les schémas du langage verbal et non verbal (linguistique) comme références. Les résultats de cette analyse sont ensuite exprimés en stratégies ou programmes organisés étape par étape (programmation), et que l'on peut utiliser pour transférer la compétence à d'autres personnes.

La modélisation, alors, est le processus d'identifier et de décrire de façon utile les patterns* qui font partie d'une habileté. Une fois que nous connaissons

ces patterns, nous pouvons nous les approprier et commencer à manifester concrètement cette habileté.

Modéliser l'excellence c'est ouvrir les portes de la réussite. Et la réussite dans la vente n'est-ce pas l'art de la conclure ? Modéliser des vendeurs d'excellence dans cette étape précise de la démarche de la vente, c'est avoir pleinement accès à ce savoir-faire et savoir-être convoités pour la conclure à tout coup.

La modélisation générative de vendeurs efficaces, effectuée selon la méthodologie de David Gordon et Graham Dawes vous offre une vue d'ensemble des croyances, émotions* et stratégies essentielles pour exceller dans votre domaine.

Dites-vous que non seulement elle vous permettra de connaître et de reproduire des stratégies d'excellence, mais également qu'elle vous permettra de fonctionner au meilleur de vos compétences et de donner le meilleur de vous-même. En effet, elle vous inspirera le choix d'émotions et de croyances qui changera vos comportements et vos habitudes limitatives, surmultipliant de ce fait vos résultats.

Comme le souligne David Gordon, « de la même façon dont une carte routière ne décrit pas les lampadaires au bord de la route, un modèle en PNL ne décrit pas tout ce qu'il y a à savoir au sujet d'une habileté ». Ainsi, le modèle que nous avons créé vous décrit seulement ce qui est essentiel à cette habileté de façon à rendre ce modèle utile et assimilable, « vous permettant ainsi de remarquer et de réagir à des choses qui étaient auparavant invisibles pour vous ».

Le contenu de ce livre

Dans la première partie vous apprendrez ce qui fait le savoir-être d'un bon vendeur, à partir d'exemples tirés de nos entrevues. Nous y décrivons son modèle du monde et son état d'esprit : les croyances, les émotions, les conditions gagnantes et les motivations* qui mènent à sa réussite. Vous aurez ainsi l'occasion d'enrichir et d'intégrer vos connaissances, car nous vous y présentons une méthode de self-coaching pour transférer les habiletés dans votre propre carte du monde et divers questionnaires et exercices pratiques pour acquérir la structure profonde de l'excellence dans la vente.

En deuxième partie, nous vous offrons une boîte à outils PNL où vous pourrez apprendre des techniques simples pour vous sentir soutenu et bien outillé pour mieux communiquer. Cette partie est aussi consacrée à la structure de surface de l'excellence, soit le savoir-faire, où nous ferons la lumière sur les stratégies

de réussite qui sont le liant de tout ce que vous aurez appris dans la première partie.

Ainsi au fil des pages, nous vous décrirons, pas à pas, la démarche à suivre pour élargir vos horizons afin qu'émergent en vous une vision de réussite et le goût de passer à l'action maintenant ! Et puis, dites-vous bien que chaque petit pas vous amène sans l'ombre d'un doute vers la réalisation de votre rêve...

Comment lire ce livre

Cet ouvrage vous présente notre modèle suivant la dynamique des systèmes que nous avons mise au jour chez nos modèles durant nos entrevues avec eux. Il est important de lire la première partie de ce livre du début à la fin, car il y a un lien de cause à effet entre les différents chapitres qui les relient entre eux.

En PNL, l'attitude est primordiale. Concentrez-vous sur ce que vous voulez, et non sur ce que vous ne voulez pas. Les résultats positifs ne se feront pas attendre avec cette attitude. La curiosité vous ouvrira la porte à de grandes découvertes. Acceptez de ne pas avoir toutes les réponses. La confusion est salutaire ! La confusion est le passage de l'incompétence inconsciente à l'incompétence consciente, qui mène alors à la compréhension et la compétence consciente. Accueillez la confusion comme le signal que vous êtes en train de changer.

La façon la plus rapide de faire sienne l'expérience de nos modèles est de s'associer à l'expérience interne de nos modèles telle qu'elle est décrite dans la première partie. Nous suggérons la technique simple du step-in* lors de votre lecture de la première partie pour en tirer un maximum de bénéfices, ce qui vous facilitera grandement les exercices d'acquisition. Le step-in, c'est que pour chaque nouvel élément à votre modèle du monde que vous découvrirez, demandez-vous : « Est-ce qu'ajuster mon expérience à celle de ce modèle me permet un peu plus d'être en mesure de manifester cette habileté ? ».

Pour ce faire, vous devez vous associer* à cette expérience, en imaginant ce que vous entendriez, verriez, ressentiriez si vous étiez à la place du vendeur modélisé dans ce contexte, comme si* vous possédiez déjà ces qualités. Cette façon de faire est ce que nous appelons du step-in. Tentez de ne pas analyser intellectuellement cette expérience et de vraiment la vivre.

Ce processus vous permettra d'identifier tôt dans votre démarche ce qui fonctionne déjà bien pour vous et ce qui vous sera utile d'acquérir pour manifester pleinement l'habileté. La prise de notes durant votre lecture vous sera très utile ultérieurement dans votre parcours d'exploration et de découverte.

Partie 1

SAVOIR-ÊTRE : LES FORCES D'UN BON VENDEUR

*« Ce n'est pas avec la raison, et c'est le plus souvent contre elle,
que s'édifient les croyances capables d'ébranler le monde »*

GUSTAVE LE BON

Chapitre 1

Le critère de réussite

Parce que les comportements (c'est-à-dire ce que nous faisons et disons, et comment nous le faisons et le disons) sont notre interface avec le monde extérieur, il est compréhensible que notre premier réflexe soit de nous concentrer à modéliser ces comportements chez nos modèles d'excellence dans l'art de conclure une vente. Après tout nous direz-vous, vous souhaitez manifester les comportements d'excellence de nos modèles.

Cependant, il y a trois bonnes raisons pour se concentrer d'abord sur les critères, les croyances et les émotions qui sont en cause chez nos modèles : l'accès, la fiabilité et la profondeur.

L'accès : Pour la majorité des humains, imiter des comportements observables ne nous donne pas un accès suffisant aux processus internes essentiels. Par conséquent, il est primordial de découvrir les schémas de croyances et de pensées qui sous-tendent ces habitudes d'excellence, ainsi que les émotions. Tendre la main à quelqu'un qui nous a offensés ne nous donne pas l'empathie nécessaire pour réellement lui pardonner ; mais ressentir de l'empathie pour lui va probablement nous rendre enclin à lui tendre la main.