

Cette Lettre est distribuée en exclusivité aux Adhérents de l'Afcodev

Une séance instructive. ou "Que faire d'une émotion ?"

Voici un extrait d'un récit tiré d'un ouvrage récent (1). Oser un récit de séance est courageux et permet d'avoir des éléments précieux pour réfléchir sur une pratique.

La séance

Didier et son sentiment d'illégitimité

Didier est un commercial autodidacte. Il a suivi plusieurs formations à la vente.

Il commercialise aujourd'hui des produits en grande distribution. Face à lui, il trouve des acheteurs rompus aux techniques de négociation, habitués à jouer le rapport de force, à détecter le moindre point faible chez leurs interlocuteurs.

Malgré ses bons résultats et sa promotion récente, il se sent mal à l'aise, peu sûr de lui, il a l'impression que ses clients le jugent comme un amateur et profitent de son manque d'études.

Sa demande : comment pourrait-il impressionner ses interlocuteurs et leur montrer qu'il ne les craint pas ?

Questionnement. Il a porté sur :

- Ses pensées et ses freins (que tu dis-tu avant tes entretiens, pendant, après ? Comment vis-tu ta promotion ? Que te faudrait-il pour te sentir plus légitime ?).
 - L'attitude des acheteurs face à lui (Qu'est-ce qui te fait penser qu'ils te jugent ?).
 - Ses résultats commerciaux et ceux de ses collègues plus diplômés (Quelles sont tes performances ? Comment se situent-elles par rapport à tes collègues ?).
- Ses employeurs (sont-ils du style philanthrope ? Pourquoi t'ont-ils promu ?).

Contrat

À l'issue du questionnement, la problématique de Didier évolue et devient « Comment puis-je me sentir légitime face à mes acheteurs ? » (C'est le contrat accepté par le groupe et le facilitateur).

Consultation et plan d'action

Parmi les suggestions proposées lors de l'étape de consultation, Didier a retenu celles-ci :

Action

- Suivre une formation sur les techniques d'achat pour mieux détecter les pièges.
- Demander à son manager avec lequel il est en confiance de l'accompagner et débriefer avec lui.
- Remplacer ses pensées négatives par des visualisations positives avant un entretien, travailler des techniques antistress : moins ils se sentent crédibles et plus il peut donner envie à l'autre d'en profiter.
- Analyser ses succès de vente.
- S'enregistrer au téléphone avec ses clients pour valider que ses doutes sur lui-même ne sont pas perceptibles

(1) " Les (nouveaux) chemins du codéveloppement - Ed. Gereso

Dans un second temps, si cela ne suffit pas, demander à bénéficier d'un coaching.

Prise de conscience

- Aucun acheteur ne l'a traité plus durement que ses collègues, leurs pratiques sont les mêmes. C'est à lui de modifier la perception qu'il a de ses compétences.
- Son chiffre d'affaires est en croissance constante et il a conservé tous ses clients.
- Un des membres du codir s'est lui aussi formé sur le terrain.

Première impression

On a l'impression d'une bonne séance et qui rend service au client puisqu'il s'agit d'accroître son sentiment de légitimité, son assurance, la conscience de sa valeur.
(Et vous, qu'en pensez-vous ? Vous prendriez 3 minutes de réflexion ?)

Cependant en Codéveloppement on est intéressé par les lectures divergentes, les changements de points de vue, les doutes.

Un doute

Les acheteurs de grande surface sont réputés pour exercer de fortes pressions sur les commerciaux et les fournisseurs. Un fournisseur peut être déréférencé, mis "au frigo", et perdre de gros marché, voire fermer des ateliers ou des usines.

Alors il semble bien normal d'être "mal à l'aise" face à des acheteurs, ça semble inévitable.

Avoir l'impression d'être jugé est également normal car on est jugé ! Et même sans doute dénigré, soi et ses produits. C'est banal.

La question pourrait porter sur les effets de ces dénigrement et de ces pressions.

On fait apparaître alors d'excellentes questions : Le malaise ressenti est gênant pour la vente ? Didier perd-il ses moyens ? Ce serait à vérifier mais rien ne le dit.

Et justement les résultats de Didier sont bons. Alors où est le problème ?

Il apparaît que le problème vient de Didier lui-même qui se reproche durement de se sentir mal à l'aise. Il voudrait être en inox et ne rien éprouver. Malheureusement dans ce contexte, c'est utopique.

De l'intérêt d'être mal à l'aise

Encore pourrait-on faire une distinction : il ressent un malaise, bon, mais pense-t-il que ce malaise est visible ou non ? Il peut très bien être invisible...

Ce qui peut amener soudain une idée divergente : "Si tu avais l'air très sûr de toi, tu penses que les acheteurs réagiraient comment ?"

Eh oui sans doute avec un surcroît de dureté. Autrement dit, un bon négociateur peut avoir intérêt à paraître mal à l'aise ...

Dans ce cas le seul problème du client est son idéal d'être toujours à l'aise et les auto-reproches qu'il se fait.

Un parti pris sympathique

Tout le questionnement est surprenant : les questions contiennent de grosses intentions pour prouver que Didier a de la valeur, et qu'il est confirmé par son entreprise.

C'est un élan sympathique.

Evidemment les questions signifient en même temps : tu as tort. Tort d'être mal à l'aise puisqu'il n'y a pas de raison. Vouloir valoriser quelqu'un en insistant pour lui montrer qu'il a tort de ressentir ce qu'il ressent est bien sûr...paradoxal.

(Pourtant, tout le monde le sait, on peut être grand acteur de théâtre et avoir le trac ...)

Une confirmation embêtante

Toute la suite de la séance, du contrat jusqu'à la conclusion, en toute convergence, va dans le sens : Tu ne dois pas être mal à l'aise, tu as tort, tu n'as pas de raison. Et si tu continues d'être mal à l'aise c'est que tu as un problème qu'il faut traiter.

Alors qu'il est normal et même utile d'être mal à l'aise face à des acheteurs qui peuvent faire beaucoup perdre à une société.

Séance passionnante qui nous amène à mettre l'accent sur :

- l'intérêt des divergences
- l'intérêt de douter et s'étonner
- l'importance de demander en quoi un problème est-il un problème
- ou en quoi une émotion est-elle un problème

A noter

Grande journée Afcoddev des Praticiens

24 novembre 2022

« En quoi nos questions sont-elles utiles ? »

- 1.L'approche neurocognitive & comportementale
- 2.Les apports de la « **Questiologie®** »
- 3.L'Analyse Systémique Paradoxe au service du Codev

