



HAL
open science

Négociation commerciale Chapitre 1 - Communiquer pour de persuader (Bourkha)

Bilal Bourkha

► **To cite this version:**

Bilal Bourkha. Négociation commerciale Chapitre 1 - Communiquer pour de persuader (Bourkha). Master. Communiquer pour de persuader (Bourkha), Maroc. 2020. hal-02989213

HAL Id: hal-02989213

<https://hal.science/hal-02989213v1>

Submitted on 5 Nov 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Négociation commerciale

S9
MAC

Module
Technique de Commerce

Bilal BOURKHA
b.bourkha@ump.ac.ma

Sur facebook
<https://www.facebook.com/groups/negociation.commerciale.lb>



Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Qu'est-ce que communiquer ?

Parmi les multiples définitions possibles, celle que je préfère est la suivante :

ÉCHANGE : L'échange de propos, de gestes, d'opinions, de sentiments, d'émotions...

↓

COMPRÉHENSION MUTUELLE : La compréhension est l'objectif à atteindre parce que sans compréhension réciproque, la sanction tombera : ce sera le malentendu, le quiproquo...

↓

ACTION : L'action, dans le contexte de la négociation, revient à convaincre.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges

Les pièges de la communication orale

Le très classique jeu de la « chaîne de communication » met en évidence la difficulté de communiquer sur le mode exclusivement oral

Observation : à partir de huit à dix participants, il ne reste... pratiquement rien du texte initial !

Expérience : une 106 bleue devient une 306 blanche !

=> La nécessité de prendre des notes ou de confirmer par écrit un entretien important.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

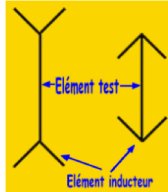
Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges

Les pièges de la communication visuelle



Nous voyons la ligne du haut qui paraît plus courte que celle du bas.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges

Les pièges de la communication visuelle



La ligne verticale paraît plus grande, mais elles ont bien la même longueur

Ceci s'explique grâce au mouvement des yeux qui est lié aux lignes horizontales.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

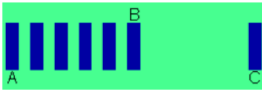
Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges

Les pièges de la communication visuelle



Ici, la distance entre A et B paraît plus longue que la distance entre B et C pourtant, la distance est identique entre A et B, et B et C.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges
 Les pièges de la communication visuelle



Nous apercevons des figures, or, il n'y en a pas, c'est notre imagination qui crée cela

Le cerveau prolonge inconsciemment les segments (les ronds, traits...) dans la partie centrale et nous fait imaginer une figure (triangle et losange).

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges
 Les pièges de la communication visuelle



Illusions de mouvements

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges
 Les pièges liés aux différences de perception

Un jeu intitulé « Vu, entendu, senti, ressenti » (la première perception)

Par exemple, le mot « mosquée » sera identifié :

- > « Vu » : pour celui qui spontanément visualise un imposant monument
- > « Entendu » : pour celui qui se remémore un « appel à la prière »
- > « Senti » : pour celui qui pensera à l'odeur d'encens
- > « Ressenti » : pour celui qui évoquera la prière ;

Un fournisseur n'aura pas forcément la même analyse, le même « ressenti » d'un entretien que celui de son client

=> Il s'agit donc de respecter nos différences et de s'adapter à son interlocuteur.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Communiquer, un exercice qui comporte de nombreux pièges
 Les pièges liés aux différences d'échelle de valeur

« Une jeune fille, délaissée par ses parents qui sont trop pris par leur métier, décide d'aller passer la nuit chez son amie qui habite dans la même ville de l'autre côté de la rivière. Au petit matin, avant le retour de ses parents, elle souhaite rentrer chez elle, mais sur le pont un fou menace de la tuer et l'empêche de passer. Elle demande à un passeur de la faire traverser avec sa barque, mais comme elle n'a pas d'argent pour payer, il refuse catégoriquement. Elle retourne demander de l'aide à son amie qui refuse sans lui donner d'explications. Elle va sonner chez sa tante refuse de l'aider car il trouve sa conduite déplorable et immorale. Elle tente alors de passer le pont malgré le fou, mais le fou la tue. »

Qui est responsable de sa mort ?

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 PREMIÈRE PARTIE AVOIR L'ESPRIT DE NÉGOCIATION
 Chapitre 1 : Communiquer dans le but de persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

« Parler est un besoin, écouter est un art. » J.-W. Von Goethe

Normalement deux acteurs

Il est fondamental pour une bonne communication que F et C prennent en considération leurs différences (statuts, connaissances, croyances, expériences, besoins, etc.).

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Alors, comment déjouer tous ces pièges ?
 Le cadre ou l'environnement

Si F et C communiquent dans le même bureau, il y a identité de cadre

S'ils communiquent dans un atelier (donc un environnement bruyant, il faudra en tenir compte)

S'ils communiquent par téléphone, le cadre n'est plus le même et cela change tout.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le véhicule de communication

Un appel peut se substituer à une visite pour des raisons de coût

En revanche, si l'enjeu le justifie, il faudra peut-être superposer plusieurs canaux

Par exemple, un commercial utilisera le téléphone pour convenir d'un rendez-vous, la visite pour convaincre, le courrier pour confirmer l'entretien.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le message

Ce peut être une information, une directive, une argumentation, etc

L'objectif est de le rendre compréhensible ;
rappelons-nous la déclinaison :
Échange => Compréhension => Action.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le message en retour (feed-back)

Si F téléphone à C en déclarant son identité et celle de son entreprise et que pour toute réponse de C, il entend : « Qui êtes-vous ? », « Comment ? », « Qu'est-ce que vous dites ? »...

=> Cela signifie qu'il y a un dysfonctionnement de forme

=> F devra parler plus fort, ou plus lentement, ou plus intelligiblement, en tout cas, il devra modifier son expression s'il veut être compris.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le principe d'échange permanent

Combien de managers transmettent leurs directives sur le seul mode de monologue et s'étonnent de ne pas être compris ?

Combien de commerciaux argumentent en apnée ! et s'étonnent d'essuyer un implacable refus alors qu'ils pensent avoir été brillants ?

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le principe de responsabilité

Trop de commerciaux se défontent en indiquant :
« Je lui ai bien expliqué mais « il » n'a rien compris ! »,

Le principe de perception globale

Tout communique, pas seulement les mots.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale

Chapitre 1 : Communiquer pour persuader

ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES

Alors, comment déjouer tous ces pièges ?

Le principe d'écoute active

À la question : « Deux hommes jouent aux échecs ; ils jouent cinq parties ; chacun en gagne le même nombre et il n'y a pas de match nul. Est-ce possible ?

Instantanément la réponse est non. Et pourtant si

En effet, rien dans la question n'indique qu'ils sont adversaires .

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Mais qu'est-ce donc que « l'écoute active » ?

Il s'agit d'un principe de la communication sur les faits. Un négociateur averti communique en termes de faits et non en termes d'opinions

Que pensez vous quand vous entendez : « **Rachid El Ouali** »

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Mais qu'est-ce donc que « l'écoute active » ?

« Il est acteur. »
 « Il a fait de la pub pour INWI. »
 « Il est né en 1965. »

« Il est bon acteur. »
 « Il joue juste. »
 « Il réussit dans les affaires. »
 « Il est bon vivant. »
 « Il est vulgaire. »

« Il m'émue. »
 « Il m'énerve. »
 « Il me déçoit. »
 « Il m'enthousiasme. »

FAITS = Ce que je constate (vérifiable, mesurable)
OPINIONS = Ce que je pense (ma vision des choses)
RESSENTIS = Ce que je ressens (mes émotions, peur, colère, déception, enthousiasme...)

INCONTESTABLE CONTESTABLE INDISCUTABLE

En négociation, la vision partagée et objective ne porte que sur des faits.

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 ÊTRE TOURNÉ VERS LES AUTRES
 Mais qu'est-ce donc que « l'écoute active » ?

Application professionnelle

Un client (qui peut se permettre de parler en termes d'opinions) annoncera : « Vous ne respectez **jamais** vos délais ! »

La simple démarche consistant à transformer cette opinion en faits relativisera considérablement la plainte du client :

« C'est exact, monsieur, que nous venons de vous livrer avec 24 heures de retard, et je me suis permis de vous appeler pour vous en exposer la raison et faire amende honorable. Toutefois, un examen de votre dossier m'a permis de constater que pareil écart s'est produit à **trois reprises** depuis **13 ans** que nous sommes votre fournisseur. Or, nous vous livrons des fournitures à raison de **45 livraisons par an**... »

Le client constatera par lui-même que le taux de respect des délais est de **582/585**, ce qui est loin de mériter le qualificatif « **jamais** ».

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 MAÎTRISER SON EXPRESSION...
 La voix, vecteur de l'expression orale

La voix peut véhiculer une image positive : de la sympathie, du dynamisme, du tonus, de la persuasion, etc

Mais elle peut aussi trahir du stress, de la fatigue, de l'embarras, de la nervosité, de l'agacement et des contrariétés

Même au téléphone : « Dis-donc, qu'est-ce qui ne va pas ? Tu as une drôle de voix ? ».

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020

Négociation commerciale
 Chapitre 1 : Communiquer pour persuader
 MAÎTRISER SON EXPRESSION...
 La voix, vecteur de l'expression orale

L'articulation – la diction

Le débit, le rythme

L'intensité, le volume

L'intonation

Négociation commerciale ENCGO/S9 Bilal Bourkha 05/11/2020