

# FORMATION

## DNTS « Vente de Solutions Informatiques »

### Cours de Négociation commerciale

Thème 1 : Le processus de communication

Thème 2 : La communication verbale et non-verbale

Thème 3 : Mieux connaître ses clients

Thème 4 : Le comportement d'achat du client

Thème 5 : Les techniques de communication appliquées à la vente

Thème 6 : La prospection commerciale

**Application : jeu du TANGRAM**

On constate que la communication possède deux aspects :

**1. Un aspect FORMEL** : qui relève de sa forme indépendamment du type de tâche à exécuter et des personnes.

Toute communication suppose :

- 2 systèmes : un Emetteur et un Récepteur.

*Chacun de ces systèmes peut être des personnes, des groupes ou des machines.*

- Un canal : moyen de communication par lequel l'émetteur fait connaître l'information au récepteur (téléphone, radio, courrier, ...).  
D'un autre point de vue le canal peut aussi désigner la voie hiérarchique empruntée par la communication.

- Un message : c'est une information sélectionnée et codée par un émetteur, destinée à un récepteur susceptible de la décoder.

*Il existe plusieurs types de langages : naturel, abrégé (sténo, références, ...), machine, ...*

- Les bruits : phénomènes perturbateurs intervenants pendant la transmission du message. On distingue plusieurs types de bruits :

- . SEMIOLOGIQUES
- . SEMANTIQUES
- . TECHNIQUES
- . ORGANISATIONNELS

- La rétroaction ou feedback : c'est la possibilité pour le récepteur de faire connaître à l'émetteur la façon dont il perçoit et comprend le message.

**2. Un aspect RELATIONNEL** : qui va prendre en compte la dimension psychologique indispensable à la compréhension des relations de communication entre individus et groupes d'individus.

- les motifs :

La communication est un besoin individuel psychologique (on a besoin de discuter, de se confier à autrui) et social fondamental (école, sport, jeux, signalisation routière, ...).

La communication est nécessaire dans une entreprise pour la préparation et l'exécution des décisions.

- Les modes de communication : on en distingue deux types

La communication VERBALE : ici le code est le langage, la communication peut être écrite ou orale.

La communication NON-VERBALE : tout ce qui traduit une information à part ou en complément de la communication verbale.

Définition de la communication : c'est le processus (enchaînement de phénomènes) par lequel, en réponse à un besoin ou à une nécessité, deux systèmes, l'un émetteur et l'autre récepteur entrent en relation pour se transmettre ou s'échanger des informations.

Applications : « Des mots et des sens, »

« Les problèmes de communication. »

# Les problèmes de communication

## Des mots et des sens

Voici une liste de mots. Écrivez en face de chacun le chiffre qui pour vous exprime l'idée contenue dans le mot :

VITE (rouler) 160  
VIEUX 65  
TÔT (se lever) 6h  
LOIN (partir en vacances) 700km  
GRAND (un homme) 2m  
LÉGER RETARD (au travail) 10MN  
FAMILLE NOMBREUSE 6  
SALAIRE ÉLEVÉ 3000€

Voici une autre liste de mots, sans réfléchir, écrivez en face le premier mot qui vous vient à l'esprit :

LIBERTÉ *laisir*  
ÉQUIPE *sport*  
AMOUR *essentièl*  
CHEF *responsable*  
FEMME  
LIVRE  
MOI  
DÉMOCRATIE

- Voici des situations où la communication se fait mal. Trouvez quel est l'élément qui pose problème (l'émetteur, la transmission, le langage, le récepteur, le cadre de référence commun, le feed-back). Il s'agit donc de trouver dans chacun des cinq cas ci-dessous, à quoi est dû le problème de communication.

Vous demandez votre chemin dans une ville que vous ne connaissez pas. Un passant vous dit : « C'est simple : allez dans la ville ancienne vers le marché couvert. La rue que vous cherchez commence à l'Eglise Saint-André. »

Vous restez perplexe, car vous ignorez ce que sont la ville ancienne et le marché couvert : de plus, vous apercevez trois clochers d'églises.

Un ingénieur explique à un vendeur, avec des termes techniques, pour quelles raisons les modifications de produit demandées par le service commercial sont impossibles. Le vendeur répond : « Ce que vous me dites, pour moi c'est de l'hébreu. »

Vous participez à une réunion de copropriétaires. Le syndic explique les conditions dans lesquelles un ascenseur pourrait être installé dans l'immeuble. Votre voisin de palier lève la main avec insistance pour avoir la parole : son intervention, bien préparée, ne tient pas vraiment compte des arguments qui viennent d'être présentés par le syndic.

Votre fils, en classe de septième, doit apprendre une fable de La Fontaine.

Consciencieux, il s'entraîne à la réciter convenablement car il craint d'être interrogé. Quand le professeur lui demande de passer au tableau, il récite la première strophe, ce qu'il redoutait arriver : il ne peut plus continuer, c'est le « trou ». Pourtant, il connaissait bien sa récitation.

Legrand parle à Després de la charge de travail : « Au cas où nous aurions une commande plus urgente que celle pour l'Égypte, il faudrait réorganiser le travail à l'atelier B, remplacer certaines machines et augmenter les effectifs. » Després en parle à Lejoint, qui en parle à Dufour. Dufour en dit quelques mots à Meunier dans les termes suivants : « Puisqu'il y aura une commande qui remplacera celle d'Égypte, il va falloir d'urgence augmenter le nombre de machines de l'atelier B et changer les effectifs. »

Extrait du livre de Didier Noyé.  
Comment communiquer de façon efficace :  
© INSEP Éditions 1986.

## LA REDACTION DU CV

Il y a deux types de CV :

- le CV « arrosage » classique, reproduit en dizaines d'exemplaires, qui servira de façon uniforme ;
- le CV « par objectifs » que l'on rédige en mettant l'accent sur tel ou tel point ou qualité. C'est le cas où le C.V. "colle" au poste ; en effet, il est lu avant la lettre de candidature et, en tout cas, reste sous les yeux du recruteur au moment de l'entretien.

### LE CV CLASSIQUE... « ARROSAGE » :

Pour le CV classique, on peut garder la trame habituelle, à condition de l'enrichir.

La présentation générale devra être très soignée, le papier de bonne qualité.

La frappe devra être sans reproche, utilisant le système de traitement de textes, dont on a éventuellement affirmé posséder la connaissance, même légère.

Si ce n'est pas le cas, qu'on a déjà travaillé et que l'on postule pour un poste élevé, il ne faudra pas hésiter à faire appel aux services d'un imprimeur typographe qui, pour une somme relativement modique, fera une présentation absolument parfaite.

Il est souhaitable de ne pas dépasser deux pages.

La première page doit porter les renseignements les plus importants :

- L'expérience professionnelle pour ceux qui ont déjà travaillé. Il est donc possible de parler de la formation ensuite, d'autant plus que pour ces personnes, la formation complémentaire est souvent récente ou actualisée.

- La formation pour les débutants. L'expérience professionnelle est remplacée ici par l'expérience "sociale" décrivant les activités de loisirs (animation de clubs, voyages, etc.) ou de travail temporaire (métiers d'étudiants, remplacements divers, etc ...).

Même pour ceux qui croient n'avoir pas grand-chose à dire parce qu'ils n'ont jamais tenu un emploi, il est possible de rendre attrayant un C.V. classique.

La deuxième page doit présenter des renseignements intéressants, mais complémentaires, et permettant de renforcer la bonne impression produite par la première.

Il est composé des mentions suivantes :

#### a) *l'état-civil :*

Il peut être centré et indiquer tout simplement:

le prénom et le nom, l'adresse, le téléphone, la date de naissance et l'âge entre parenthèses, la nationalité, la situation de famille.

Une photo est la bienvenue, à condition d'être une bonne photo du candidat, dans une tenue simple et habituelle.

#### b) *la formation :*

Niveau d'études : ex le Baccalauréat : la section doit être expliquée (exemple : BAC L : 2 langues). Ne pas oublier de préciser la mention (Bien, Assez Bien) si on en a obtenu une.

Les études en cours (exemple: BTS Assistant de Direction), précisées sous la forme: BAC + 2.

On peut évoquer les objectifs de cette formation (à retrouver dans les documents diffusés par l'Education Nationale). Le programme sera lui aussi rapidement rappelé, du moins en ce qui concerne son contenu général et l'organisation générale des études.

Il est judicieux d'insister sur l'aspect pratique de cette formation et de montrer combien elle est en prise sur la vie de l'entreprise.

La formation au Traitement de Textes est très appréciée : indiquer le niveau, le matériel et les logiciels utilisés. De même, la pratique des langues (niveau, nombres d'années de pratique, voyages à l'étranger et leur durée et fréquence ... ) ainsi que les travaux effectués et responsabilités qu'on s'est vu confier : par exemple, si au bout de quelques jours ou semaines on a été capable de remplacer le personnel titulaire momentanément absent.

Rappeler les dossiers qu'on a pu constituer en cours d'études dans les matières théoriques, les recherches personnelles sur telle ou telle entreprise.

**c) *le stage lui-même doit être précisé :***

sa longueur, la qualité et le renom de l'entreprise d'accueil et, surtout, les compétences et aptitudes qu'il a permis d'acquérir ou de développer: adaptabilité, efficacité, spécificité...

Et puisqu'il peut être constitué d'observation, d'études et recherches et d'un remplacement, dire les qualités ou aptitudes qu'il a permis de développer :

Dans la partie « Observations » : la capacité de prendre de la distance, d'appréhender l'ensemble.

Dans la partie « Etudes et Recherches » : l'autonomie, l'organisation, la perspicacité.

Dans la partie « Remplacement » : l'intégration, la capacité de vivre des relations professionnelles.

**d) *l'expérience professionnelle :***

Même si elle est limitée à des emplois d'été, on rappellera les noms des Etablissements, où l'on a travaillé, mais surtout les activités et les résultats obtenus.

Il est bon de donner les références de personnes avec lesquelles on a été en relation (ne pas oublier de leur en demander l'autorisation, ce qui permet de s'assurer de leur bienveillance).

**e) *les goûts et loisirs :***

On y évoquera toutes les activités sociales qu'on a pu mener : colonies, clubs, voyages... et on montrera, si c'est le cas, sa facilité de relation et d'ouverture aux autres, son sens des responsabilités, son dynamisme, sa motivation etc...

**AUTRE PLAN POSSIBLE :**

**a) *Très courte présentation (Etat-civil)***

**b) *l'expérience professionnelle récente :***

- les fonctions occupées : l'entreprise et la durée,
- les tâches et responsabilités assumées,
- les réalisations,
- les résultats obtenus.

**c) *les antécédents :***

- Formation: accent mis sur celle utile dans le poste convoité.
- stages : la durée, leur nature et leur intérêt pour la profession, pour l'individu.

**d) *les qualités diverses :***

prouvées par certains événements ou faits marquants, garder si possible le lien avec le poste à pourvoir.

**e) *Les occupations personnelles et remarques intéressantes*** de tout ordre, y compris la situation familiale, la disponibilité etc.

## LE CV PAR OBJECTIFS :

Une construction plus originale, qui pourra donc être plus facilement remarquée et sélectionnée, est celle du CV par objectifs, dont le plan est le suivant :

1er paragraphe : il annonce des objectifs en termes de poste et de qualités ou dimensions requises pour l'occuper.  
ex. : "le poste de secrétaire de direction requiert".

2ème Paragraphe : il offre de découvrir les qualités ou dimensions du candidat et donne les moyens de les apprécier.  
ex. : "je pense posséder ces qualités et vous propose les informations les concernant".

3ème paragraphe et les suivants : ils déroulent l'argumentation, idée par idée, conformément aux objectifs et dimensions cités plus haut, en faisant la démonstration suivante :

- la dimension (développée en une phrase ou un court paragraphe),
- les faits ou événements capables de la prouver.

On peut inverser cet ordre.

Remarque : l'ordre chronologique du déroulement des événements cités ne doit pas forcément être conservé. Il est au contraire recommandé de regrouper les faits par catégorie d'événements ou dimensions à prouver.

### Conclusion :

On termine sur ses objectifs personnels, en termes de développement personnel, carrière et disponibilité.

Enfin voici quelques conseils à adresser au rédacteur du CV ainsi que quelques exemples de CV.

## QUELQUES CONSEILS DESTINÉS AU RÉDACTEUR D'UN CV :

- Attisez la curiosité de votre lecteur.
- Ne dites pas tout, mais évoquez certains faits que vous aimeriez développer dans l'entretien.
- Citez des faits concrets, des chiffres, des résultats quantifiés ; faites des comparaisons (avant après ...).
- Adaptez votre demande à l'offre: faites des CV modulaires.
- Renouvelez votre CV.

Ce C.V. ne doit pas être considéré comme un modèle ; mais il présente des caractéristiques intéressantes c'est à ce titre qu'il vous est communiqué.

21 ans. Née le 19 avril 1978  
Nationalité française  
Célibataire

La fonction de Secrétaire de Direction nécessite un bon enseignement général de base associé à une connaissance solide des matières professionnelles. Elle fait également appel au sens des relations humaines et à des qualités telles que la responsabilité, l'adaptation, l'efficacité et l'organisation.

#### UNE FORMATION SCOLAIRE A CARACTERE SOCIAL

- Baccalauréat Série F8 (médico-social)  
1996 Lycée Mathias - CHALON S/ SAONE.

#### AINSI QUE DES CONNAISSANCES TECHNIQUES ET SPÉCIALISÉES DE BASE

- Faculté de Droit - 1997  
Université de Dijon
- B. T. S. Assistant de Direction - 1999  
Lycée Lamartine, Mâcon - 71

Une bonne connaissance de la langue anglaise, L'ouverture de la réflexion sur des problèmes d'actualité, grâce à des cours de culture générale.  
Des techniques de rédaction commerciale complétées par des travaux de synthèse et de rédaction de rapports.

L'acquisition d'une connaissance juridique.  
Une large place à l'entraînement sténographique et à la frappe dactylographique.

#### M'ONT PERMIS DE DÉVELOPPER LE SENS DES RESPONSABILITÉS

Monitrice dans un Centre de vacances, Alsace - 1996.  
Animatrice dans un Centre Aéré, La Garenne Colombes - 1997.

#### DE VALORISER UNE FACULTÉ D'ADAPTATION ET UN ESPRIT D'EQUIPE

Voyages touristiques à l'étranger (Suède - Allemagne - Angleterre)  
Secrétaire bilingue à Londres Talbot Motors - Service financier - 2000  
Utilisation du télex et du matériel de traitement de texte T. I. X. BULL.)  
Activités sportives (danse - voile - tennis)

#### DE PROUVER UNE FACULTÉ D'INTERVENTION DIRECTE ET EFFICACE SUR LE TERRAIN

Des activités régulières ainsi que des stages obligatoires en entreprises ont entretenu des contacts permanents avec les réalités professionnelles.

Collaboration avec les secrétaires et l'assistante sociale.

Automobiles-Peugeot - Service social  
Chalon s/ Saône 1 mois chaque année, de 1995 à 1999

Secrétaire en remplacement de la personne responsable d'un Secrétariat Général.  
U.A.P. Département Informatique - Mâcon  
4 mois en 1999

#### DE DÉGAGER DES QUALITÉS DE CRÉATION, D'ORGANISATION ET DE MÉTHODE.

Une large ouverture d'esprit et une volonté d'assumer des responsabilités m'ont préparée à une vie professionnelle active.

- Cours particuliers à des élèves (français et musique).
- Organisation d'un cocktail de secrétaires au sein du lycée.
- Responsabilités au sein de l'équipe d'encadrement pédagogique des enfants d'une paroisse ainsi que l'organisation et l'animation des rencontres, Chalon s/ Saône - 1995 à 1999.

UNE VOLONTE D'ÉPANOUISSEMENT ET UNE SANTÉ PHYSIQUE,  
CONSTANTE M'ONT PRÉPARÉE A UNE VIE PROFESSIONNELLE  
ACTIVE ET DISPONIBLE.

## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Stage de 6 semaines à l'officine de Monsieur Hureau, Pharmacien à Reims, Eté 1983.

- Sens du contact avec la clientèle.
- Conseil médical.
- Délivrance de médicaments sur ordonnance.
- Esprit de méthode et de précision.
- Fabrication de médicaments de conseil.
- Analyses diverses en laboratoire.
- Expression écrite.
- Rédaction d'un rapport de stage final.

Fonction de Surveillant dans le Service de Stérilisation Centrale de l'Hôpital Robert Debré à Reims, Juin 1986 à décembre 1989.

- Capacité d'assimilation et d'application de techniques et méthodes instrumentales.
- Connaissance et maîtrise de l'appareillage de stérilisation.
- Etude et application des divers modes de stérilisation autoclave à vapeur, stérilisation par l'oxyde d'éthylène).
- Familiarisation avec les instruments chirurgicaux.
- Sens des responsabilités - Aptitude à l'organisation.
- Sensibilisation constante du personnel au respect rigoureux des règles d'aseptic.
- Contrôle permanent des opérations et résultats de stérilisation.
- Conception et mise en place d'un circuit de distribution journalier et hebdomadaire du matériel stérile au niveau des unités de soins de tout un hôpital.
- Qualités humaines et de relation à autrui.
- Direction d'un service et promotion du travail en équipe : groupe d'une vingtaine de personnes.
- Réception de délégués médico-techniques et négociation des problèmes technico-commerciaux du service.

Objectifs professionnels.

- Être intégrée dans une équipe dynamique, à un poste permettant un engagement total en vue d'une efficacité immédiate.
- Obtenir des responsabilités accrues en fonction des compétences démontrées et des résultats obtenus.

Mlle ...

Disponible immédiatement pour toute profession sédentaire ou nécessitant de nombreux déplacements.

Voiture personnelle.

## ETUDES - INFORMATIONS PERSONNELLES

Formation scientifique de base

- Baccalauréat Série C. Charleville-Mézières - Juin 1981.
- Etudes de Pharmacie. U.E.R. de Pharmacie. Reims - 1981-1986.
- Etudes menées jusqu'en fin de troisième année.

Biologie animale et végétale.  
Legislation pharmaceutique.  
Pharmacie Galénique.  
Matière médicale et Pharmacologie, ...

Informations complémentaires - Activités diverses.

- Langues : Anglais et Allemand, *Longues études.*
- Voyages : Grande-Bretagne : 1979.  
Allemagne Fédérale : 1979-1981.  
Italie : 1987.  
Yougoslavie : 1988.

- Activités sportives : Tennis, Ski.

- Centres d'intérêt : Cinéma, Théâtre.

Qualités et atouts professionnels.

- Grande facilité de contact et de communication.
- Goût prononcé pour les activités commerciales, de contact avec la clientèle.
- Bonne connaissance du milieu médical et pharmaceutique.
- Activités diverses en officine et en hôpital.
- Aptitude à l'assimilation rapide de nouvelles connaissances ou de nouvelles techniques, requises par la profession.

CCMX

3 rue de Broglie

21 000 D JAN

M. Christophe MENI 602

03.80.70.05.55 → H.CEDDIA

LYCEE LAMARTINE  
Avenue des Gaises  
71018 MACON CEDEX  
Tel: (03) 85 38 19 83 poste 177

Managix-Sligos  
Monsieur le Directeur  
51 rue Montgolfier  
69006 LYON

Mâcon, le 9 novembre 1996

Monsieur

Je suis étudiant en formation D.N.T.S. "Vente de solutions informatiques" au lycée Lamartine de Mâcon.

Encadré par une équipe de professeurs en informatique et marketing, mon objectif professionnel est de devenir technico-commercial.

Votre entreprise spécialisée dans le service et la vente de produits informatiques conviendrait parfaitement au profil du partenaire que je recherche pour effectuer un stage de 20 semaines en alternance sur 2 périodes allant :

- du 6 janvier 1997 au 28 février 1997 et
- du 7 avril 1997 au 28 juin 1997.

Dans cette perspective, je sollicite un entretien destiné à vous éclairer sur le but de cette formation, ainsi que sur mes motivations professionnelles. Pour faire plus ample connaissance, un CV retraçant mon cursus scolaire est joint à ce courrier.

Je me permettrai de vous contacter par téléphone dans le courant de la semaine afin de convenir d'un rendez-vous.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'assurance de mon profond dévouement.

David VAZ



## LES CARACTERISTIQUES DE VOTRE CANDIDATURE

Au cours de l'entretien, votre interlocuteur analysera toutes vos caractéristiques. Il est donc indispensable de vous interroger sur vous-même et de définir vos points forts et faibles, afin d'être capable de faire face à toutes les objections et de pouvoir mettre en évidence les éléments essentiels.

En synthétisant votre bilan individuel, vous avez établi votre C.V. Il est maintenant nécessaire d'analyser celui-ci pour évaluer les réactions de votre interlocuteur car elles seront partiellement provoquées par l'étude des documents en sa possession. Disséquez chaque rubrique pour en extraire tous les constituants.

### *Formation*

Pourquoi avoir choisi telle section ?

Quels étaient mes résultats ? Quelles étaient mes matières préférées ? Que m'ont appris mes activités extra-scolaires ?

### *Expérience professionnelle*

- Pourquoi avoir répondu à cette annonce ?
- Quelles étaient mes attributions ?
- Quels étaient mes résultats ?
- Les causes de ma démission ?
- Les raisons de mon licenciement ?
- Pourquoi avoir choisi telle fonction ?
- Que puis-je apporter à la société ?

Les réponses doivent donner une image très favorable de votre candidature. Préparez-les en respectant cette règle, même si cela ne peut se faire qu'à travers un mensonge.

## ENTRETIEN : CHOSES A NE PAS FAIRE

### CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE EN ENTRETIEN

N'ARRIVEZ PAS PLUS DE 5 MINUTES EN AVANCE,  
 N'ARRIVEZ PAS AVEC UNE MINUTE DE RETARD,  
 NE VOUS ASSEYEZ PAS AU BORD EXTRÊME DE VOTRE CHAISE,  
 NE SERREZ PAS NERVEUSEMENT LES MAINS,  
 NE SORTEZ PAS UNE CIGARETTE LE PREMIER,  
 NE REGARDEZ PAS VOTRE MONTRE,  
 NE DITES PAS QUE C'EST LE SEUL ENTRETIEN QUE VOUS AVEZ PU OBTENIR,  
 NE DITES PAS DU MAL DE VOTRE EMPLOYEUR ACTUEL OU PASSÉ,  
 NE VOUS LANCEZ PAS SUR UNE DISCUSSION D'ORDRE POLITIQUE,  
 NE VOUS PRESENTEZ PAS COMME QUELQU'UN QUI DOUTE TROP DE LUI ET NE VEUT JAMAIS SE METTRE EN AVANT,  
 NE DITES PAS QUE VOUS N'AVEZ PAS BESOIN DE TRAVAILLER POUR VIVRE,  
 NE DITES PAS QUE VOUS ÊTES PRÊT À TRAVAILLER POUR TRÈS PEU,  
 NE VOUS LAISSEZ PAS ENTRAÎNER À DONNER DES INFORMATIONS CONFIDENTIELLES CONCERNANT VOTRE OU VOS EMPLOYEURS PASSÉS,  
 NE VOUS ÉTENDEZ PAS TROP LONGTEMPS SUR DES POINTS PERSONNELS,  
 NE RÉPONDEZ PAS UNIQUEMENT PAR MONOSYLLABES,  
 NE BLUFFEZ PAS,  
 NE MENEZ PAS UN INTERROGATOIRE EN RÈGLE,  
 EVITEZ LES QUESTIONS INDISCRÈTES (SUR L'ENTREPRISE, LE RECRUTEUR),  
 NE VOUS "INCRUSTEZ"-PAS.

**RAPPEL : N'AI-JE PAS OUBLIÉ LES DIFFÉRENTS DOCUMENTS DONT J'AI BESOIN ?  
 CURRICULUM VITAE et RÉFÉRENCES.**

LES QUESTIONS LES PLUS FRÉQUENTES EN ENTRETIEN

- 1) PARLEZ-MOI DE VOTRE EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE (DE VOS ANCIENS POSTES, EMPLOYEURS)
- 2) COMBIEN VOULEZ-VOUS GAGNER ? QUEL ÉTAIT VOTRE PRÉCÉDENT SALAIRE ?
- 3) AVEZ-VOUS UN PASSE-TEMPS FAVORI ? (SPORT, LECTURE, CINÉMA. COMMENT OCCUPEZ-VOUS VOS LOISIRS ?
- 4) ETES-VOUS PRÊT À VOYAGER ? ACCEPTEZ-VOUS DE VOUS DÉPLACER FRÉQUEMMENT ? EN FRANCE ? A L'ÉTRANGER ?
- 5) QUELLE EST VOTRE SITUATION DE FAMILLE ? QUE FONT VOTRE FEMME ET VOS ENFANTS.? QUEL ÂGE AVEZ-VOUS ?
- 6) QUELLES SONT VOS CAPACITÉS DE COMMANDEMENT ? AVEZ-VOUS DÉJÀ DIRIGÉ DES HOMMES
- 7) POURQUOI VOULEZ-VOUS (AVEZ-VOUS) QUITTER (É) VOTRE (DERNIER) EMPLOYEUR ?
- 8) PRÉFÉREZ-VOUS TRAVAILLER EN GROUPE OU VOUS DÉBROUILLER SEUL ?
- 9) COMMENT VOUS JUGEZ-VOUS ? QUELLES SONT VOS PLUS GRANDES QUALITÉS ET VOS PLUS GRANDS DÉFAUTS ?
- 10) ETES-VOUS PRÊT À DÉMÉNAGER POUR CE POSTE ? ETES-VOUS PRÊT À CHANGER DE RÉSIDENCE TOUS LES 2 OU 4 ANS ?
- 11) AVEZ-VOUS UN OBJECTIF PROFESSIONNEL.? LEQUEL ? QUE VOULEZ-VOUS DEVENIR CHEZ NOUS ?
- 12) COMMENT AVEZ-VOUS ORGANISÉ VOTRE CAMPAGNE DE RECHERCHE D'EMPLOI ?
- 13) COMMENT ACCEPTEZ-VOUS LA HIÉRARCHIE ?
- 14) QUELLES SONT PARMI VOS APTITUDES ET EXPÉRIENCES CELLES QUI VOUS PERMETTENT DE PENSER QUE VOUS RÉUSSIREZ DANS UN TEL EMPLOI ?
- 15) QUE SAVEZ-VOUS DE NOUS ? DE NOTRE SOCIÉTÉ ? DE NOS PRODUITS DE NOTRE MARCHÉ ? DE NOS CLIENTS ? DE NOS CONCURRENTS ?
- 16) QUELLE EST VOTRE FORMATION ? VOTRE NIVEAU D'ÉTUDES ? AVEZ-VOUS SUIVI UN CYCLE DE FORMATION PERMANENTE ?
- 17) ETES-VOUS LIBRE IMMÉDIATEMENT ? QUELLE EST VOTRE ACTIVITÉ ACTUELLE ?
- 18) AVEZ-VOUS UNE VOITURE ? AVEZ-VOUS VOTRE PERMIS DE CONDUIRE ? VL - PL - TC ?
- 19) ETES-VOUS FAIT POUR CE POSTE ? QU'EST-CE QUI VOUS ATTIRE DANS CET EMPLOI ? DANS CE MÉTIER ?.DANS NOTRE SOCIÉTÉ ?
- 20) PARLEZ-VOUS DES LANGUES ÉTRANGÈRES ? LESQUELLES ?
- 21) DEPUIS COMBIEN DE TEMPS ETES-VOUS EN RECHERCHE D'EMPLOI ?
- 22) AIMEZ-VOUS LES RESPONSABILITÉS ? QUELLES ONT ÉTÉ VOS PLUS GRANDES RESPONSABILITÉS ? (HOMMES, CHANTIERS, MATÉRIEL, OUTILLAGE ...),
- 23) QUEL EST VOTRE STATUT MILITAIRE ?
- 24) POURQUOI CHOISIR UNE GRANDE/PETITE SOCIÉTÉ ?
- 25) POURQUOI ET COMMENT PENSEZ-VOUS PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT DE NOTRE ENTREPRISE.
- 26) POURQUOI NOUS AVEZ-VOUS ÉCRIT SPONTANÉMENT ? POURQUOI AVEZ-VOUS RÉPONDU À NOTRE ANNONCE ?
- 27) QUELLES SONT LES AUTRES ENTREPRISES QUE VOUS AVEZ CONTACTÉES ? AVEZ-VOUS D'AUTRES OFFRES ?
- 28) PARLEZ-MOI DE VOUS.

**POUR REUSSIR UN ENTRETIEN**

1. CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR :

- Vous serez seul(e) face à une ou plusieurs personnes, dans un cadre qui ne vous est pas familier, pour un exercice oral, sans support écrit.
- Vous serez regardé(e), observé(e), écouté(e), jugé(e), évalué(e).
- Vous ne pouvez faire que des hypothèses sur
  - le climat et le déroulement de l'entretien, - le comportement de la (ou des) personne(s) qui vous recevra(vront),
  - le nombre et le contenu des questions qui vous seront posées.

- L'impression que vous aurez à la sortie de l'entretien ne sera pas nécessairement la bonne.
- Vous serez, peut-être, obligé(e) d'attendre plusieurs jours avant de connaître la décision prise vous concernant.
- En rentrant chez vous, vous devez faire le bilan de votre prestation pour en tirer un enseignement pour d'autres entretiens que vous pouvez être amené(e) à passer.
- Vous ne devez pas vous décourager si vous n'êtes pas embauché(e) mais essayez de faire l'analyse des raisons qui ont pu justifier une telle décision.

## 2. CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

Quelques jours avant l'entretien :

- Vous devez vous rendre à la Chambre de Commerce de votre département pour collecter le maximum de renseignements sur l'entreprise (taille - effectif - secteur d'activité - chiffre d'affaires - produits fabriqués - clients, etc.). Après avoir consulté attentivement tous ces documents, vous devez mémoriser ces informations afin de connaître l'entreprise pour faire face à d'éventuelles questions la concernant.
- Vous devez prévoir votre présentation physique (tenue vestimentaire - coiffure - mains), votre moyen de locomotion et le temps nécessaire pour vous rendre sur le lieu de l'entretien. Vous n'avez pas le droit d'arriver en retard, mais vous pouvez créer une gêne si vous êtes trop en avance, dans ce cas, attendez hors des locaux de l'entreprise.
- Vous devez vous exercer chez vous à parler seul(e) assis(e) pendant un temps déterminé et chronométré 5, 10, 15 minutes par exemple (voir annexe en fin de dossier). Le jour de l'entretien, il vous faut :

- arriver à l'heure,
- soigner votre entrée, saluer,
- attendre que l'on vous invite à vous asseoir,
- attendre que l'on s'adresse à vous pour commencer à parler,
- écouter avec attention les questions,
- prendre le temps de la réflexion pour répondre,
- ne pas couper la parole,
- surveiller le ton et la qualité de votre voix (diction - débit - audibilité),
- être attentif(ve) au contenu de votre discours.

Attention !

- Soyez nuancé(e) dans vos jugements, dans vos prises de position.
- Soyez cohérent(e) dans le déroulement des idées exprimées.
- Soyez prudent(e) dans vos affirmations.
- Soyez convaincant(e) pour exposer votre motivation pour l'emploi, vos compétences professionnelles, sans prétention ni modestie excessives.
- Ne prenez pas l'initiative de clore l'entretien. Attendez que l'on vous dise qu'il est terminé,

## 3. CE QUE VOUS DEVEZ ETRE :

- Chassez le trac en respirant profondément mais sans bruit.
- Dissimulez votre trac en paraissant calme, sûr(e) de vous, équilibré(e).
- Pour avoir une contenance, ayez un sac à main, une pochette, un journal, une revue.
- Contrôlez vos mains, utilisez-les comme support de votre discours.
- Gardez le sourire pendant tout l'entretien,
- Soyez naturel(le) mais pas décontractée.
- Soyez patient(e) si l'entretien se prolonge et discret(e), s'il est interrompu par une entrée ou le téléphone.
- Prenez congé poliment en remerciant.
- Ne vous laissez pas impressionner par le climat de l'entretien ou par le contenu des questions qui peuvent être déroutantes.

## 1. LA COMMUNICATION VERBALE :

C'est tout ce qui concerne l'écriture et le langage oral.

### 1.1. La communication écrite :

#### 1.1.1. L'importance de l'écriture : il y a

- L'attrait de l'écriture sur la parole ;

*Ex : à côté d'un voisin qui lit son journal, il nous arrive de lire par dessus son épaule ou le verso de son journal.*

- L'influence de l'enseignement et de l'éducation ;

*Ex : la communication écrite n'occupe que 25% du temps total de la communication alors qu'elle absorbe 82% du temps d'apprentissage.*

#### 1.1.2. Les méfiances de la communication écrite dans l'entreprise :

- Le nombre important de documents entraîne souvent une non-communication du fait de l'impossibilité de tout lire ;

- La communication écrite ne doit pas servir l'inaction ;

*Ex : pour repousser un projet, un chef d'entreprise dit à son cadre dynamique « faites-moi un rapport ».*

- La communication écrite fait craindre l'engagement personnel ;

*Ex : un document écrit peut mettre en difficulté son auteur.*

- La réponse orale à une question écrite peut être source de conflits.

Quel remède peut-on employer pour éviter cette situation ?

*rediger une confirmation écrite*

- Les réponses écrites dilatoires : qui consistent à répondre par une question en demandant un complément d'information.

#### 1.1.3. La communication écrite professionnelle :

Etude des documents :  
« Les documents internes de narration »  
« Les documents internes de transmission des messages »  
« Plans relatifs aux cas les plus classiques. »

## 1.2. La communication orale :

1.2.1. Le SAVOIR-ECOUTER : sa bonne maîtrise est indispensable car il est à la base de toute communication avec autrui.

### Les obstacles à l'écoute :

- L'obstacle physique : surdité totale ou partielle.
- L'esprit rêveur : durant l'écoute on arrive à être déconnecté totalement de l'orateur.
- La passivité : au sein d'un groupe, c'est l'incapacité d'un individu de sélectionner certains sons et d'en éliminer les bruits.

*Remarque : certains individus se déconnectent de leur environnement sonore. C'est une habitude confortable et paresseuse qui permet d'être dans une relation sans y être.*

- Le manque de volonté : l'écoute active est épuisante, pour accepter cette fatigue, l'homme doit comprendre le message de l'interlocuteur et porter intérêt à cette communication.

- Un environnement peu favorable : une bonne écoute nécessite un environnement favorable.

*Ex : chantier voisin, chaleur, froid, ...*

- La perturbation émotionnelle : l'homme a tendance à ne retenir que ce qui correspond à des émotions agréables, c'est pourquoi il faut maîtriser toute émotion afin de développer son écoute active (même si l'émotion n'est pas agréable).

- Les préjugés : on n'écoute plus son interlocuteur et ses explications, la cause étant jugée d'avance.

*Il est difficile de se faire une opinion sur tout, c'est pourquoi la tentation est forte d'adopter des points de vue tous faits et l'on n'écoute plus les arguments de l'interlocuteur.*

- La réplique incontrôlée : c'est le cas de l'interlocuteur tendu qui réagit à des mots.

- Attitude qui consiste à centrer tout sur soi et se montrer incapable de se mettre à la place d'autrui.

- Le sens critique : la critique constructive non agressive n'est pas un obstacle à une bonne écoute. La critique systématique qui obéit à des instincts non maîtrisés (désir de puissance, de détruire l'autre) est un obstacle à une bonne communication.

### Les 5 moyens pour atteindre un bon degré d'écoute :

- Adopter une pensée positive vis à vis de l'autre : il est tonique de considérer les autres comme des amis plutôt que des adversaires.

*Ex : on se sent à la hauteur si l'on part gagnant. Les journées sont longues pour celui qui a lutté toute la journée de travail contre l'autre.*

- Tendre vers une écoute objective : la volonté doit parvenir à imposer à l'individu de se débarrasser de toute idée négative à l'égard de l'interlocuteur.

- Développer son attention : il faut éviter au maximum que son attention soit distraite, les moindres détails peuvent donner naissance à des idées essentielles.

*Ex : un détail pour l'émetteur peut servir de base à l'interlocuteur pour le développement de la même idée différemment.*

- Regrouper les points communs : il faut sauter toutes les digressions pour rassembler les idées communes.

- Savoir évaluer : classer les idées suivant leur importance pour ne se consacrer qu'à l'essentiel.

**Etude de document : « Comment écoutez-vous ? »**

**1.2.2. Le SAVOIR-PARLER :** dans l'entreprise la parole est signe de pouvoir, elle est le fait de ceux qui ont une certaine autorité.

*Ex : directeurs, chef de services, leader syndicaux, ...*

La parole s'accompagne aussi d'une certaine méfiance symbolisée par des expressions péjoratives.

*Ex : les beaux parleurs, il parle pour ne rien dire, il parle sans savoir, ...*

### Comment bien communiquer verbalement ?

Il suffit de respecter un certain nombre de règles :

- Savoir maîtriser ses émotions

**Etude de document : « Le trac »**

- Savoir traduire ses pensées en paroles : le mécanisme de traduction des pensées en paroles se fait en trois étapes :

1- constitution de la pensée chez l'individu

2- celui-ci code en langage ses représentations mentales (à ce stade il y a déperdition importante entre la pensée libre de l'auteur et sa transcription en signes linguistiques : trouver les mots justes pour exprimer sa pensée).

3- Adapter ce langage à l'interlocuteur afin qu'il puisse être transmis par (la voie de) la parole.

**Etude document : « La déperdition du message. »**

- Bien préparer techniquement son intervention, trois règles sont essentielles :

1- Il faut maîtriser la matière qui fait l'objet de l'intervention

*Ex : ce qui se conçoit bien s'énonce clairement.*

2- Les mots utilisés doivent être compris et leur orthographe connue par ceux qui l'utilisent.

*Ex : cela donne de l'assurance lorsqu'on l'utilise.*

3- Il n'est pas inutile de mettre ses propos par écrit, afin de mieux structurer sa pensée et ne pas oublier des points importants.

- Penser à l'autre : lors d'une communication orale, même quand l'orateur est seul à parler, il y a un dialogue qui s'établit entre lui et l'assemblée.

*Ex : les auditeurs réagissent par des gestes, des regards, des mouvements et des mimiques ... c'est à dire une communication non-verbale.*

- S'adapter à son interlocuteur : l'orateur doit non seulement viser la clarté des propos, mais aussi s'adapter au niveau de connaissances et de compréhension de ceux qui écoutent.

**Etude documents : « Le type d'explications qui convient »  
« Comment relancer l'attention. »**

### Comment parler à un public ?

Parler devant un vaste public est difficile car la foule est exigeante. Aussi, l'orateur qui veut réussir devra être averti des réactions possibles de la foule, faire preuve des qualités nécessaires et construire un discours adapté à la situation.

- Connaître son public : tout rassemblement s'accompagne de phénomènes regroupés sous l'appellation : « Lois de psychologie des foules ». On y trouve :

- . la création d'attentes ;
- . l'égalisation des personnes, c'est à dire le rejet des différences individuelles et le nivellement des statuts ;
- . le rapprochement des individus les uns des autres. Ils partagent les mêmes valeurs et les mêmes idées ;
- . la diminution de la réflexion : ces situations ne sont pas propices à la réflexion ;
- . l'homogénéisation des comportements : issue des deux phénomènes précédents ;
- . la soumission à un chef : meneur qui aurait un rôle catalyseur.

*Ex : personne qui représente le mieux le groupe au niveau des idées, des revendications.*

- Les qualités personnelles de l'orateur : celui-ci doit sentir et évaluer intuitivement les caractéristiques du groupe auquel il doit s'adresser :

. Le nombre de personnes approximativement ;  
*Rq : si le nombre de personnes est > 500 personnes, des phénomènes de foule sont de plus en plus probables.*

. la composition du groupe ;  
*Ex : ouvriers, chômeurs, paysans, ...*

. les circonstances du rassemblement pour pouvoir déterminer les attentes ;  
. la situation générale ambiante et ses rapports avec le rassemblement ;  
*Ex : en période d'inflation, penser aux revendications salariales pour résorber la perte du pouvoir d'achat.*

. la connaissance des modèles habituels de parler, de juger, de sentir et réagir ;

*Ex : on parlera différemment à un groupe de femmes, à des scouts, ou à un groupe de routiers en pleine manifestation.*

. discerner les attentes réelles des attentes apparentes du groupe : la connaissance en profondeur de la mentalité des groupes sociaux auxquels ils appartiennent est un facteur important du succès de l'orateur.

*Ex : l'orateur doit conquérir le groupe sur le « tas » avec sa voix, sa prestance et ses attitudes, sa communication affective avec la foule et sa capacité d'improvisation.*

- Le contenu du discours : pour faire passer un message à la foule, il faut se plier à certaines conditions :

. se faire accepter soi-même avant de faire accepter le message ;

*Ex : se faire connaître, se situer et situer son action par rapport aux attentes de la foule.*

. exprimer par des formules frappantes les idées-forces du groupe pour montrer qu'on les a comprises.

. Se conformer aux caractéristiques profondes du groupe ;

*EX : il faut adopter les manières d'être, de parler et d'expression du groupe, même si le contenu du discours est déroutant pour le auditeurs.*

. reconnaître les mythes du groupe : c'est à dire pouvoir formuler clairement les croyances du groupe ;

. parler par images : « la foule n'a pas de cerveau » disait Gustave Lebon, pour qu'elle réagisse il faut intervenir au niveau des réflexes (il ne faut pas être abstrait).

## **2. LA COMMUNICATION NON-VERBALE :**

*Une communication réussie permettrait à un message d'être compris à 100%. Or toute communication orale comprend trois composantes principales :*

- 10% le sens des mots,
- 35% l'intonation et la tonalité de la prononciation des mots,
- 55% la communication non-verbale.

La communication non-verbale ou gestuelle est un ensemble d'expressions du visage, de gestes, de postures, de déplacements, qui accompagne la communication verbale en la renforçant ou en l'affaiblissant.

### **2.1. Principes de compréhension et d'élaboration d'un message :**

- Il n'y a pas de communication isolée, elle s'accompagne toujours de communication non-verbale.

- La communication non-verbale peut exister sans la communication verbale.

- Même le silence ou le refus de communiquer s'accompagne d'une communication non-verbale.

- Souvent nous ne sommes pas conscients de notre communication non-verbale.

*Remarque : si on peut dans une certaine mesure contrôler notre communication verbale, la communication non-verbale s'échappe de nous sans qu'on puisse vraiment la maîtriser.*

## **2.2. Les apports de la communication non-verbale :**

La communication non-verbale :

- apporte une signification supplémentaire accompagnant celle du message verbal. Elle authentifie ou infirme les intentions profondes de l'émetteur.

*Remarque : pour convaincre l'interlocuteur, il faudra conformer votre message verbal à votre expression non-verbale.*

- Apparaît aussi comme un instrument d'analyse et de connaissance au travers de la GESTUOLOGIE.

Celui qui sait décoder la communication non-verbale, peut juger de la cohérence interne, de la conviction de son interlocuteur et de ses intentions profondes.

*Qu'est-ce que la gestuologie ?*

*C'est l'ensemble des éléments dynamiques (en mouvement), de la communication non-verbale. La gestuologie commence avec notre sphère corporelle personnelle (c'est à dire l'espace autour de nous) mais s'exprime aussi dans notre contact au sol (appuis, démarche), nos postures, nos gestes et la mimique notre visage.*

## **2.3. Analyse gestuologique de l'individu :**

### **2.3.1. La sphère corporelle personnelle :**

L'individu évolue dans une bulle invisible constituée de zones dans lesquelles nous pénétrons et d'où nous sortons pour des raisons spécifiques.

E. HALL positionne l'homme dans et par rapport à 4 zones :

- Une zone INTIME : c'est la zone affective par excellence, propre à toutes les manifestations émotionnelles.

*Ex : zone dans laquelle on peut mieux voir les yeux de son interlocuteur, que l'on peut observer le souffle, entendre la respiration.*

*Dans cette zone je peux mettre mes mains à la taille de l'autre ou sur ses épaules, le serrer contre moi.*

- Une zone PERSONNELLE : c'est la limite de notre emprise physique sur le monde (bras tendu).

- Une zone SOCIALE : qui est la somme de deux zones personnelles.

*Ex : deux personnes allant à la rencontre l'une de l'autre se retrouvent à la jonction de leurs zones personnelles respectives.*

Une zone PUBLIQUE : qui se situe au-delà de la distance sociale.

**Etude document : « la bulle, ou la sphère corporelle personnelle ».**

### **2.3.2. Interprétation des signaux émis par notre sphère corporelle personnelle :**

Il y a trois types d'observations à faire :

- Le degré de CONFORMITÉ entre le message verbal émis et la zone utilisée pour émettre ce message. En cas de non-conformité, de distorsion, c'est le non-verbal qui prime.

- La zone PRÉFÉRENTIELLE d'émission d'un individu : cette zone prioritaire d'émission est fonction de notre personnalité. L'allongement ou le raccourcissement de la distance qui nous relie à l'autre est porteur d'un message. Quand je communique :

. plus je m'éloigne de quelqu'un en allant vers la zone publique, plus je prends mes distances, marquant ainsi mon détachement, mon désintérêt, mon désaccord ou ma gêne selon la nature du message.

. plus je me rapproche de mon interlocuteur jusque dans sa zone intime, plus je m'efforce inconsciemment de réduire les distances afin d'écartier d'invisibles obstacles à l'échange et gagner en chaleur, en intimité.

*Le message s'effectue dans une dominante affective. Ceci peut aussi se manifester assis, par le choix d'un siège spécifique (disposé dans telle ou telle zone) ou en replaçant un siège pour se rapprocher ou s'éloigner d'un interlocuteur.*

- Les DÉPLACEMENTS et les PASSAGES d'une zone à l'autre. Ils traduisent d'éventuels décalages de cohérences interne entre l'acceptation ou le refus de ce qui est dit ou entendu.

CONCLUSION : un bon communicant pratique d'instinct la conformité entre le message émis et la zone d'émission, mais aussi, sait montrer son désintérêt ou son désaccord en s'éloignant de son interlocuteur pour atteindre la zone publique.

Les postures du corps :

Les postures concernent 5 grandes zones :

- la TÊTE,
- le BUSTE,
- le BASSIN,
- les JAMBES ET LES PIEDS,
- les BRAS et les MAINS.

*Il faut distinguer la posture qui est une position statique, du geste qui est un mouvement dynamique.*

Les postures permettent dans une situation apparemment statique, de canaliser toutes les réactions internes, subjectives, que nous pouvons éprouver.

*Ex : si je participe à une réunion et qu'un des participants m'irrite, j'ai deux solutions :*  
    . soit je sors et quitte la réunion,  
    . soit je tempère mes impulsions et je les compense par une succession de postures pour ne pas les laisser s'extérioriser.

**Etude documents : « Qualification des postures et mimiques »**  
    « Analyse des scènes : que nous disent ces personnages ? »

### 2.3.3. Les gestes d'appui du langage : les MAINS

Ce sont des gestes qui soulignent le rythme du discours. Ils accompagnent les mots et renforcent le message émis.

Intérêt de l'étude de ces gestes :

    . leur présence renforce l'intensité du discours, on croit vraiment à ce que l'on est en train de dire ;  
    . leur absence réduit la conviction interne de l'émetteur. On y croit moins.

**Etude document : « Qualification des postures et mimiques ».**

### 2.3.4. La mimique faciale : le VISAGE

La mimique faciale regroupe l'ensemble des expressions du visage. Paul EKMAN (psychologue américain) a déterminé six émotions fondamentales chez l'homme :

- la joie (*élévation des joues, poche sous les yeux, ...*) ;
- la tristesse (*froncement des sourcils, bouche tirée vers le bas, ...*) ;
- le dégoût (*plissement du nez, ...*) ;
- la peur (*sourcils relevés, yeux grands ouverts, ...*) ;
- la colère (*sourcils bas, regard dur, lèvres serrées, ...*) ;
- la surprise (*sourcils haussés, yeux grands ouverts, mâchoire inférieure pendante, ...*).

D'après ses expériences Paul Ekman remarque que les individus reconnaissent plus facilement la joie et le bonheur (93%), par contre ils ont plus de difficultés à reconnaître la colère (73%).  
*On comprend mieux pourquoi il y a tant de disputes.*

**Etude document : « La mimique faciale ».**

François SULGER applique à l'étude du regard un code symbolique qu'il résume ainsi :

- regard FIXE : immobilisme, désir de ne pas s'engager ;
- regard MOBILE, MULTIDIRECTIONNEL : vivacité, dispersion instabilité ;
- regard DROIT devant soit : facilité de contact, vit exclusivement dans le présent ;
- regard VERS LE HAUT : idéaliste, tendance à l'utopie, mal à l'aise dans la réalité ;

- regard VERS LE BAS : réticence à prendre en compte la réalité, dissimulation si les paupières sont baissées (car le regard est masqué) ;
- regard VERS LA DROITE : évite le contact présent pour se projeter vers l'avenir, irréalisme ;
- regard VERS LA GAUCHE : évite le contact avec le présent ;
- regard vers le NORD-EST : fantasmes ;
- regard vers le SUD-EST : besoin d'accaparer ;
- regard vers le SUD-OUEST : obsessions secrètes ;
- regard vers le NORD-OUEST : nostalgie, rêveur.

### 2.3.5. Les gestes barrières :

C'est un comportement de défense, qui permet de canaliser notre tension, lorsque nous communiquons.

Ces gestes apparaissent quand il y a rupture dans l'échange (*je me sens remis en cause, interpellé par les autres, ébranlé par mes convictions*).

Cette rupture se produit dans trois cas très précis :

- Adoption d'un geste barrière dès que je commence à parler car j'appréhende de dire ce que je vais dire.
- Adoption d'un geste barrière après avoir parlé car c'est une préparation au choc de ce que je crains entendre.
- On peut se figer dans un geste barrière dès que l'on est en situation de communication (en écoutant ce que l'on me dit) car je présume que je n'aimerai pas ce que l'on va me dire.

Il existe 4 gestes barrières caractéristiques :

- les MAINS sur les oreilles, accoudé ;
- les BRAS croisés ;
- se frotter les MAINS ;
- toutes les formes de REAJUSTEMENT de notre allure extérieure.

*Ex : la mèche de cheveux, le pli de la jupe ou du pantalon, le noeud de cravate, les poignets de la chemise, les pans du veston, le doigt passé dans le col de la chemise, le raclement de gorge, le repositionnement sur son siège, ...*

Remarque : ces gestes sont dits d'auto-contact car ils interviennent dans les moments de doute, de tension nerveuse ou de simple perplexité.

L'auto-contact est le moyen le plus simple dont dispose l'homme pour se rassurer sur sa propre existence.

**Application : « Analyse d'un comportement ».**

## GRILLE D'ANALYSE DE COMPORTEMENT

Personne à analyser :

	Nbre d'attitudes	Signification
<b>TÊTE :</b>		
baissée		<i>le droit est assés sur le bas, on n'a resté sur la défensive</i>
relevée	1	
sourire pincé		
sur le côté		
<b>REGARD :</b>		
mobile	1	
droit	1	
vers le haut		
vers le bas		
<b>BUSTE :</b>		
en avant	1	
en arrière		
arrondi		
droit et tendu	1	
bassin en arrière		
bassin avancé		
<b>MAINS :</b>		
dans la poche		
agrippées		
jointes		
tendue		
poings serrés		
doigts croisés		
index dressé		
paumes ouvertes		
<b>JAMBES :</b>		
croisées		
ouvertes		
tendues		
pliées et jointes		
pointées vers quelqu'un	1	

A partir de cette grille d'analyse, déterminez le comportement de la personne au cours du débat.

# Comment relancer l'attention

## ▲ Utiliser l'anecdote

Le récit d'une aventure dont on a été le témoin ou un acteur, en brisant le cours d'un discours magistral, provoque un effet de rupture. L'anecdote satisfait la curiosité de l'auditoire quant à la personne de l'orateur et permet une identification. Elle ménage une courte pause qui va relancer l'intérêt. Toutefois il faut veiller à ne pas s'égarer du thème de son propos pendant une heure.

*Exemple* : « Cet aspect de la question me fait justement penser à ce qui m'est arrivé lorsque, jeune ingénieur, je me suis trouvé confronté à la situation suivante... »

## ▲ User du « Vous »

Pour impliquer directement ceux qui écoutent, on peut utiliser des expressions qui les interpellent : « Vous avez pu remarquer... ; Vous avez constaté... » Par ce procédé on s'adresse directement à tout le monde et à chacun en particulier. On remporte l'adhésion de l'auditoire en sollicitant régulièrement sa participation dans le discours.

## ▲ La citation directe

On interrompt son propre discours pour rapporter les paroles de quelqu'un d'autre. Le choix de la personne et de ses propos doivent accrocher l'auditoire. Il faut que cette personne soit connue de tous pour que sa citation ait un sens.

*Exemple* : (dans une réunion de commerçants « ... et, comme le disait M. X, président de notre groupement : « L'animation du quartier servira nos intérêts. » C'est pourquoi je propose... »

## ▲ La pensée personnelle

On raconte sa réflexion. On fait partager un raisonnement personnel, le cheminement de sa pensée. L'auditoire a alors l'impression d'assister en direct, de participer à la naissance de cette réflexion.

*Exemple* : « Je me suis alors demandé si l'installation du distributeur de café dans le couloir ne risquait pas de perturber le service. D'un autre côté, il devenait difficile de... »

## ▲ La pensée attribuée

On laisse entendre que l'on sait ce que l'auditoire a pensé. C'est flatteur pour ceux qui écoutent, on va parler d'eux. C'est une façon de faire adhérer à la thèse qu'on propose. *Exemple* : Certains d'entre vous se sont sûrement demandé...

## Le rôle de l'humour

— On utilise l'humour pour créer un moment de détente, de rire, dans un discours sérieux. Son emploi relance l'attention et introduit une sorte de récréation dans un discours structuré.

— Comment procéder.

Il faut créer un écart entre ce que l'auditoire attend et ce qui est dit à un moment donné du discours. On peut utiliser :

- l'exagération : on augmente ou on diminue excessivement la vérité des choses.

*ex.* : « roux comme un Irlandais peint par Van Gogh. »

- le jeu de mots : on peut jouer sur les sons du mot.

*ex.* : « As-tu vu Montecristo ? »

- On peut aussi jouer sur les différents sens d'un même mot.

*ex.* : « Tu as là de quoi bâtir un roman ! »

Je préférerais une petite villa sur la côte ! »

- les jeux d'attitude : on met en contradiction son attitude avec le sens de son discours. Par exemple, dans un développement sur les vertus du rangement on fait mine de chercher dans toutes ses poches un stylo ou ses lunettes.

## Exemple commenté

Voici quelques aspects illustrant divers procédés de l'humour tel que le pratique Jacques Séguéla dans une conférence : « Séguéla raconte la pub. »

— Les jeux d'attitude.

Ils sont en rupture par rapport au sérieux habituel du conférencier.

- Au début Jacques Séguéla entre sur scène comme sur un ring. Il est vêtu d'un peignoir de boxeur en soie bleu et porte des gants de boxe.
- Un peu plus tard pour introduire la publicité en Asie, il met un chapeau chinois.
- A un autre moment, il retourne sa veste, une doublure tricolore apparaît : Jacques Séguéla parle de la publicité française.

— Les formules-chocs

- *Exemple* : J. Séguéla s'adresse au public : « Connaissez-vous l'inventeur de la pub ? C'est Jésus Christ. Il a le plus beau slogan : aimez-vous les uns les autres. »

Il a le plus beau logo : ICTUS, le plus beau lieu de ventes : les cathédrales et la meilleure promotion : les miracles. »

— Les histoires drôles.

Jacques Séguéla explique que l'un des ressorts de la publicité est l'absence de logique. Pour expliquer cela, il raconte l'histoire suivante avant de projeter « un film pas logique. » « Un Belge rencontre un type et dit : ton boulot, ça va ? »

— Oui, dit l'autre, je suis des cours de logique, tu vas voir :

— tu aimes les aquariums ?

— Oui, dit le Belge

— Alors tu aimes les poissons donc tu aimes la nature, donc tu aimes les hommes, donc tu aimes les femmes. »

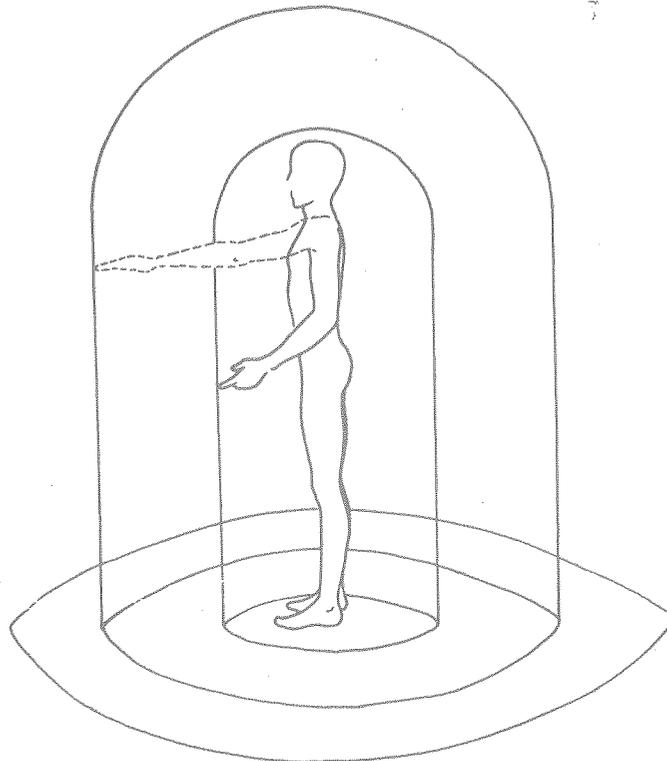
Le Belge rencontre son patron et lui annonce qu'il suit des cours de logique et qu'il va lui faire une démonstration.

« — Aimez-vous les aquariums ? »

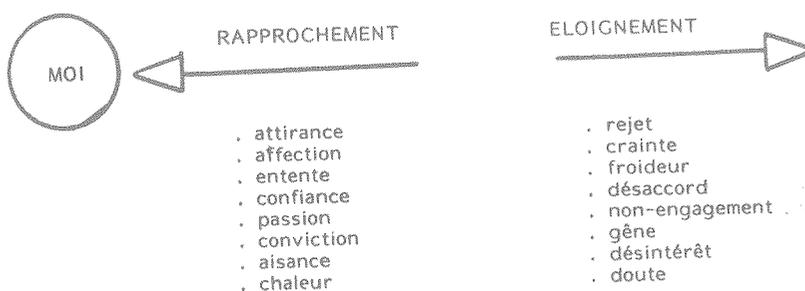
— Je déteste cela dit le patron.

— Alors, c'est que vous êtes pédéraste. »

# La sphère corporelle personnelle



Concluons sur l'utilisation de cette sphère corporelle personnelle, dont les différentes tendances pourraient se résumer de la façon suivante



RAPPROCHEMENT

ELOIGNEMENT

MOI

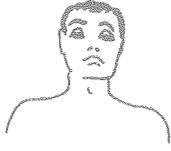
- . attirance
- . affection
- . entente
- . confiance
- . passion
- . conviction
- . aisance
- . chaleur

- . rejet
- . crainte
- . froideur
- . désaccord
- . non-engagement
- . gêne
- . désintérêt
- . doute

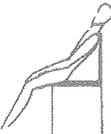
# Qualification des postures et mimiques

## Qualifiez les mimiques et postures ci-dessous :

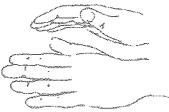
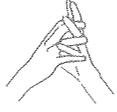
### ▼ Tête

					
Soumis	fier	séduction	joie	surprise	nerveux

### ▼ Buste

					
impliqué	non impliqué	obtus	piété	décalé	pendance

### ▼ Mains

			
accusation alloque agressif	protection	geste paupérisant	protection
			
appel au calme	//	accueil	protection

### ▼ Jambes et Pieds

					
protection Europe	croisement	double protection	limite	naturelle	rossure

Analyse des scènes : que nous disent chacun des personnages ?

Dans les différentes scènes suivantes, que vous disent chacun des personnages ?

Pour réaliser ce thème, utilisez un tableau d'analyse selon le modèle présenté ci-dessous :

Scène	Tête	Buste	Mains	Jambes Pieds	Accessoires	Message global reçu
1				protection		
2						
3						
4/A						
4/B						
4/C						

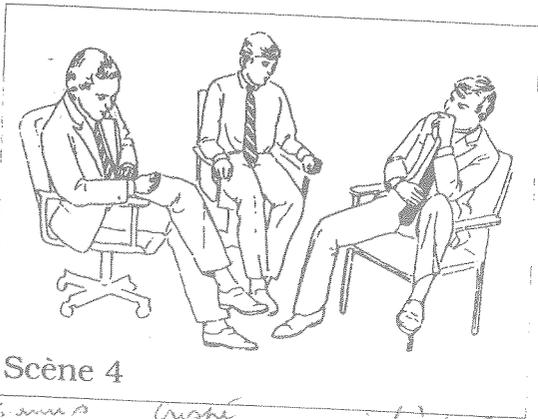


protection fermée  
 posture en usage  
 dans les pays occidentaux  
 cette position exprime  
 aucun sentiment.

faible protection  
 bras protection  
 colère  
 insatisfaction  
 quelle sur ses  
 objections.

Le langage du corps. Allan Pleasse, éd. Nathan.

protection américaine  
 fermé à l'estime  
 isolé tranquillement

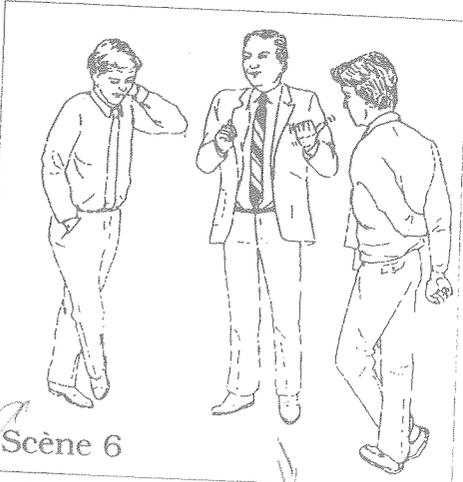


Scène 4  
 sans protection  
 crisper  
 deft  
 sans protection  
 à l'aise  
 supériorité  
 message



Scène 5  
 fuite  
 supériorité  
 à l'aise  
 supériorité  
 de l'ordre  
 supériorité  
 de l'ordre  
 supériorité  
 de l'ordre  
 supériorité  
 de l'ordre

→ de l'ennemi  
 → attaque  
 → l'ordre  
 avec un rôle



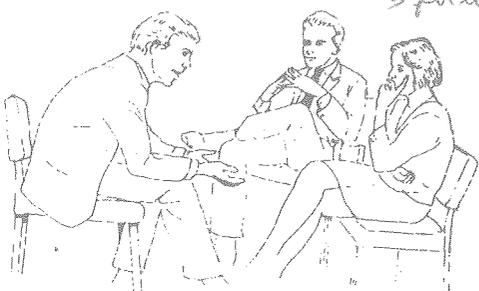
Scène 6

→ stop quelle place  
 ennuie  
 refus de s'impliquer  
 défensif protection  
 supériorité  
 agressive  
 main assignée  
 main serrée  
 tentative de se retirer



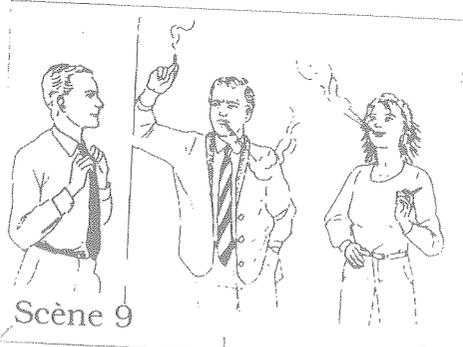
Scène 7

mention  
 comportementale  
 - dissociation  
 - sourcil  
 - pointe d'accord  
 - faste en avant  
 - implication  
 - pointe d'accord



Scène 8

- implique  
 - pacifique  
 avec/bravoure  
 à l'écoute  
 2x protection  
 refus/supériorité  
 2x protection



Scène 9

- faire le bon  
 rejet  
 faire vers le bas  
 propriété/territoire  
 assurance  
 faire vers  
 les haut  
 sourcil  
 séduction  
 invitation



Scène 10

Supériorité  
 - impressionner  
 - convaincre  
 - protection/frustration

## Comment écoutez-vous ?

Voici plusieurs comportements d'écoute. Reconnaissez-vous vos attitudes ?

	le sourd	le distrait	le bébé	le confomiste	l'auditeur habituel	l'auditeur attentif	l'auditeur sélectif
le bruit	<del>👂</del>	👂	👂	<del>👂</del>	👂	<del>👂</del>	<del>👂</del>
l'information connue	<del>👂</del>	<del>👂</del>	👂	👂	👂	👂	<del>👂</del>
l'information nouvelle	<del>👂</del>	<del>👂</del>	👂	<del>👂</del>	👂	👂	👂
	Rien ne passe.	Le bruit de fond parvient à le détourner du message.	Tout passe au même niveau.	Il n'écoute que la partie connue du message.	Il écoute tout en partie.	Il écoute le message dans son entier.	Il n'écoute que la partie nouvelle du message.

## Les bonnes habitudes d'écoute

- Prendre du temps pour bien enregistrer et penser à ce qui est dit.
- Écouter avant de juger ou d'intervenir.
- Identifier les points importants, les arguments du discours de l'autre.
- Éviter d'être distrait, accaparé par des sentiments qui perturbent l'écoute.
- Laisser les idées neuves et différentes nous atteindre.
- Anticiper sur ce qui peut venir et faire mentalement des comparaisons, des points de repère, des récapitulatifs.
- Rester attentif au ton, aux gestes, aux mimiques, à tout ce qui révèle les sentiments.

## la déperdition du message

Chaque élément des messages que nous communiquons à un interlocuteur subit une distorsion croissante illustrée par l'échelle de déformation suivante entre moi et mon interlocuteur :

### Ce que j'ai à dire (100%)

Ce que je pense à dire (90%)

Ce que je sais dire (80%)

### Ce que je dis effectivement (70%)

Ce qu'il entend (60%)

Ce qu'il écoute (50%)

Ce qu'il comprend effectivement (40%)

Ce qu'il admet (30%)

Ce qu'il retient (20%)

Ce qu'il dira ou répètera (10%)

## ▲ Choisir le type d'explication qui convient

Le fait d'être compris tient à la précision du langage et à la manière de diriger le raisonnement. Il existe trois types d'explications.

### — L'explication-description

Elle décrit des mécanismes, des structures, des fonctionnements. On utilise ce type d'explication pour répondre aux questions : Comment ça marche ? Comment je dois faire pour... ?

*Exemples* : le principe de l'ordinateur - Comment fonctionne une pompe à bicyclette ? - Comment fait-on des œufs brouillés sur toasts ? - La fabrication de l'acide sulfurique.

### — L'explication-interprétation

Elle précise la signification d'une expression, d'un énoncé, elle clarifie un problème. On utilise ce type d'explication pour répondre à la question : Qu'est-ce que... ?

*Exemples* : Qu'est-ce qu'une comédie ? - Qu'est-ce qu'un algorithme ?

### — L'explication de type logique

Elle comporte des principes, des généralisations, des mobiles. Elle présente une évaluation des nécessités ou des valeurs et fait intervenir la notion de cause. On utilise ce type d'explication pour répondre à la question : Pourquoi ?

*Exemples* : Pourquoi paie-t-on des impôts sur le revenu ? Pourquoi les freins ont-ils lâché ?

— Il est possible qu'une explication appartienne parfois à plusieurs types. Lorsqu'on veut faire comprendre comment un projet de loi devient une loi, on décrit un mécanisme, on explique aussi pourquoi il en est ainsi.

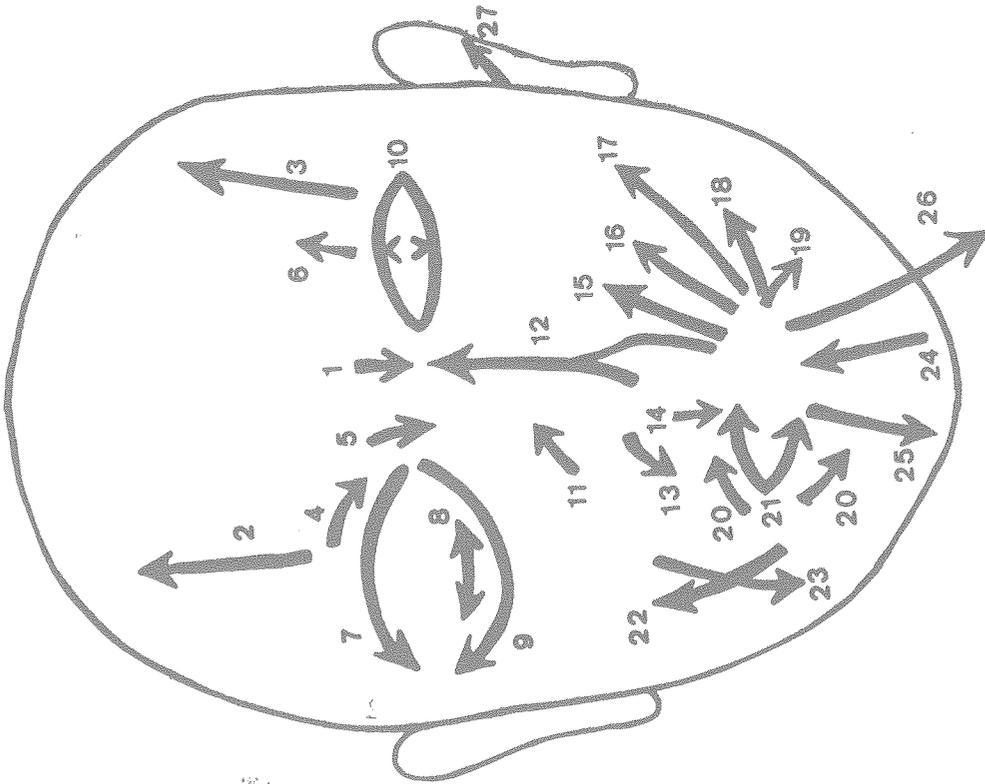


FIGURE 105.

- |                            |                            |                           |
|----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| 1. Pyramidal               | 10. Tarsaux                | 19. Risorius              |
| 2. Frontal                 | 11. Transverse             | 20. Orbiculaires externes |
| 3. Frontal externe         | 12. Releveur superficiel   | 21. Orbiculaires internes |
| 4. Sourcilier              | 13. Dilatateur des narines | 22. Canin                 |
| 5. Sourcilier vertical     | 14. Myrtilforme            | 23. Triangulaire          |
| 6. Releveur de la paupière | 15. Releveur profond       | 24. Houppes               |
| 7. Orbitaire               | 16. Petit zygomatique      | 25. Carré                 |
| 8. Préseptal               | 17. Grand zygomatique      | 26. Peaucier              |
| 9. Pré-tarsal              | 18. Buccinateur            | 27. Auriculaire           |

1. *Pyramidal*. Tire vers le bas la peau entre les sourcils; ride horizontalement la racine du nez.  
 • Perplexité, interrogation tendue.

2. *Frontal*. Èlève les sourcils et l'espace entre les sourcils; ride horizontalement le front.  
 • Impressionnabilité, émotion suscitée par ce qui est perçu.

3. *Frontal externe*. Èlève la partie externe du front; élève le bord externe des sourcils; ride le front en arc au-dessus du bord externe des sourcils.  
 • Propension à être surpris, curiosité intellectuelle.

4. *Sourcilier*. Rapproche le bord interne des sourcils; ride verticalement l'espace entre les sourcils.  
 • Préparation à réagir, concentration.

5. *Sourcilier vertical*. Abaisse l'espace entre les sourcils; abaisse le bord interne du sourcil; ride horizontalement la racine du nez.  
 • Rigidité dans l'attitude, obstination dans les idées, persévérance entêtée.

6. *Releveur de la paupière*. Fait glisser d'avant en arrière la paupière supérieure sur l'œil et l'ouvre vers le haut.  
 • S'il est faible, signe de relâchement global de son porteur.

7. *Orbitaire*. Ferme légèrement le bord externe de l'œil, abaisse le bord externe du sourcil.  
 • Forte concentration, préoccupation concernant ce que l'on fait ou ressent.

8. *Préseptal*. Bourrelet sur la paupière inférieure.  
 • Prononcé, indique la fatigabilité, la dépression.

9. *Pré-tarsal*. Plisse horizontalement la paupière inférieure; ouvre l'œil en maintenant la paupière abaissée.  
 • Extériorisation facile, entrain, joie de vivre.

10. *Tarsaux (supérieur et inférieur)*. Ferment l'œil; responsables des clignements de paupières et du clignement.
- Clignement : adaptation instinctive, émotivité surprise; clignement : attention spécialisée, retrait sur soi.
11. *Transverse*. Pince le nez, en rapproche les ailes.
- Nervosité, crispation interne, incapacité à se détendre, raideur excessive.
12. *Releveur superficiel*. Plisse l'arête du nez.
- Acuité à percevoir, manque d'optimisme, perception pessimiste des situations, propension à l'inquiétude.
13. *Dilatateur des narines*. Dilate les ailes du nez, agrandit l'orifice des narines.
- Sensation partagée, désir, attente sensorielle de ce qui est annoncé.
14. *Myrtiforme*. Abaisse l'aile du nez, rétrécit l'orifice des narines, gonfle la lèvre supérieure.
- Opposition, contradiction.
15. *Releveur profond*. Relève en arc le milieu de la lèvre supérieure, découvre la canine.
- Refus de ce qui est déplaisant, agressif à l'égard du milieu, goût pour s'affirmer, s'imposer.
16. *Petit zygomatique*. Tire en haut la lèvre supérieure, relève le coin de la bouche.
- Souffrance, douleur ressentie vraiment.
17. *Grand zygomatique*. Tire vers le haut la commissure des lèvres; sourire de la lèvre supérieure.
- Plaisir attaché à l'expérience d'un sentiment.
18. *Buccinateur*. Tire le bord de la lèvre inférieure vers le haut, en arrière le relevant; allonge la bouche; sourire de la lèvre inférieure.
- Plaisir physique et sensuel.

Rq:

19. *Risorius*. Tire vers l'arrière la commissure des lèvres; allonge et ferme la bouche.
- Indépendance, objectivité, joie d'agir et contentement dans l'action personnelle.
20. *Orbiculaires externes (incisifs)*. Rapprochent les commissures des lèvres; raccourcissent et rendent plus courbe la bouche (cf. les actions de têter, de souffler et de donner un baiser).
- Avidité, dépendance.
21. *Orbiculaires internes*. Ferment les lèvres, les amincissent, les font rentrer en dedans.
- Fermeture au monde extérieur, opposition à ce qui n'est pas son système de référence, de pensée et d'action.
22. *Canin*. Tire vers le haut la commissure de la lèvre inférieure, crée un gonflement à côté de la commissure.
- Orgueil, fierté, contentement de soi, ascendant sur autrui.
23. *Triangulaire*. Abaisse les commissures des lèvres.
- Pessimisme, sens de la catastrophe, inclination à envisager le pire.
24. *Houppé*. Élève le menton et la lèvre inférieure; gonfle le menton, avance la lèvre inférieure.
- Doute de soi, indécision, irrésolution.
25. *Carré*. Tire vers le bas la moitié de la lèvre inférieure.
- Énergie, vitalité, force de volonté.
26. *Peaucier (du cou)*. Affaisse les joues, tire vers le bas le menton, renfle le menton de chaque côté, abaisse la commissure de la lèvre inférieure, plisse la peau du cou.
- Réalisme devant les obstacles et les difficultés pour mieux agir.
27. *Auriculaire* (à noter qu'il est atrophié chez l'homme).  
Plaque l'oreille contre le crâne, la tire légèrement en arrière.
- Sa mobilité indique une grande variation émotive et sensorielle.

Rq:

1. Il y a des zones de moindre importance : le front, le nez, les mâchoires, le menton, les joues. Elles sont de moindre importance, parce que les possibilités de jeu musculaire, responsable des expressions visage, sont limitées. Par exemple pour les mâchoires, l'intérêt essentiel en gestuologie est de savoir si elles sont

Rq:

Propositions de plans relatifs aux cas les plus classiques

Plan Cas	Introduction	Développement	Conclusion	Formule de politesse
Demande de renseignements	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se présenter.</li> <li>- Se référer éventuellement à une annonce publicitaire, etc...</li> </ul>	Formuler la demande de façon très précise.	Remercier.	Sentiments ou salutations distingué(e)s.
<i>Réponse</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accuser réception.</li> <li>- Rappeler succinctement la date et l'objet de la demande.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fournir le(s) renseignement(s).</li> <li>- Préciser que la documentation est jointe ou fait l'objet d'un envoi séparé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se tenir à disposition pour tout renseignement complémentaire.</li> <li>- Assurer les meilleurs services si le client opte pour nos produits.</li> </ul>	Sentiments ou salutations dévoué(e)s.
Commande	Formuler la demande ; veuillez nous envoyer, nous faire parvenir, ...	Donner toutes les précisions : <ul style="list-style-type: none"> <li>- article : références, désignation, quantité,</li> <li>- lieu et délai de livraison,</li> <li>- modalités de paiement.</li> </ul>	Insister éventuellement sur les délais de livraison.	Sentiments ou salutations distingué(e)s.
<i>Réponse</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accuser réception (date, objet, numéro).</li> <li>- Remercier.</li> </ul>	<p><b>Livraison possible :</b> Annoncer la date.</p> <p><b>Livraison impossible :</b> Proposer une solution (article de remplacement, allongement des délais, etc...).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assurer de la bonne exécution de la livraison.</li> <li>- Souhaiter que cette solution convienne.</li> <li>- Demander au client de confirmer son accord.</li> </ul>	Sentiments ou salutations empressé(e)s.
Livraison <i>Réclamation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappeler la commande (date et numéro).</li> <li>- Rappeler les entretiens téléphoniques éventuels.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Constater le retard ou l'erreur.</li> <li>- Insister sur les conséquences dommageables pour notre entreprise : clients mécontents, ventes manquées, etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demander la livraison immédiate, l'échange ou l'indemnisation.</li> <li>- Espérer voir l'affaire rapidement réglée.</li> </ul>	Sentiments ou salutations distingué(e)s.
<i>Réponse</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accuser réception (date, numéro, objet).</li> <li>- Reconnaître les faits et formuler des excuses.</li> </ul>	Proposer une solution adaptée.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espérer que la solution proposée conviendra.</li> <li>- Assurer que de tels incidents ne se renouveleront plus.</li> </ul>	Sentiments ou salutations empressé(e)s.
Règlement <i>Rappel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappeler la facture : date, numéro, montant.</li> <li>- Rappeler le terme fixé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Constater l'absence de règlement.</li> <li>- Formuler le rappel. Le ton sera courtois pour un 1<sup>er</sup> rappel : il peut s'agir d'un oubli.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demander un paiement rapide (1<sup>er</sup> rappel).</li> <li>- Envisager de transmettre le dossier au "contentieux" (3<sup>me</sup> rappel).</li> </ul>	1 <sup>er</sup> rappel Sentiments ou salutations dévoué(e)s. 2 <sup>me</sup> ou 3 <sup>me</sup> rappel distingué(e)s.
<i>Demande d'un délai de paiement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappeler la facture : date, numéro, montant.</li> <li>- Rappeler le terme fixé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposer la situation : difficulté de trésorerie, mévente, etc...</li> <li>- Demander un délai.</li> </ul>	Espérer que le fournisseur comprendra la situation et pourra accéder à la demande.	Sentiments ou salutations distingué(e)s.
<i>Réponse</i>	Accuser réception de la lettre (date, objet).	<p><b>Accord :</b> Proposer de nouvelles modalités de paiement.</p> <p><b>Refus :</b> Motiver le refus : problèmes de trésorerie, mévente, etc...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espérer avoir ainsi donné satisfaction au client.</li> <li>- S'excuser de ne pouvoir donner satisfaction.</li> </ul>	Sentiments ou salutations dévoué(e)s.

La vente est la recherche d'un accord entre les besoins, la psychologie du client et les biens et services vendus.

Afin d'optimiser ses ventes le vendeur doit avoir une double connaissance de ses clients :

- d'un point de vue commercial (volume du C.A., fréquence des achats, conditions de vente ...)
- d'un point de vue psychologique (morpho-psychologie et caractère du client).

### **1. LA CONNAISSANCE COMMERCIALE DU CLIENT :**

L'efficacité du vendeur nécessite une bonne connaissance de sa clientèle ; aussi, il doit posséder deux types d'informations :

- l'une se rapportant à la connaissance quantitative de sa zone de chalandise,
- l'autre se rapportant à la connaissance qualitative de sa clientèle.

#### **1.1. Les informations quantitatives relatives à la zone de chalandise :**

Il existe deux sources d'informations :

##### **1.1.1. Les sources INTERNES :**

- le fichier CLIENTS qui renseigne sur les clients actuels, le CA, la fréquence des commandes, les produits achetés ;
- le fichier PROSPECTS qui renseigne sur les clients potentiels, les besoins, les fournisseurs actuels ;
- les statistiques commerciales.

##### **1.1.2. Les sources EXTERNES :**

Etude document : « Informations quantitatives relatives à la zone de chalandise ».

#### **1.2. Les informations qualitatives de la clientèle :**

Elles dépendent de deux facteurs essentiellement :

##### **1.2.1. Les typologies de clientèle :**

Le processus d'achat de la clientèle diffère en fonction de plusieurs critères :

- la catégorie socioprofessionnelle,
- le sexe,

- l'âge,
- le lieu de résidence,
- la situation familiale,
- le style de vie.

### **Etude document : « Le style de vie des français ».**

- les raisons d'achat prédominantes, qui ne sont pas les mêmes d'un individu à l'autre.

*Ex : l'achat d'un caméscope pour un agriculteur servira à filmer sa famille, ses terres, ... , pour un cadre commercial le caméscope servira à tourner des documentaires sur les produits à vendre, afin de pouvoir les présenter s'ils sont trop imposants.*

### **1.2.2. Les catégories de clients**

Les raisons et les modalités d'achat diffèrent en fonction du type de clientèle. C'est au vendeur de s'adapter aux différents clients en adoptant un comportement, un vocabulaire et un choix de produits qui permette la réalisation de la vente.

C'est pourquoi dans toute négociation, le vendeur doit posséder une connaissance approfondie de son interlocuteur, de son milieu professionnel, des modalités et des habitudes d'achat.

## **2. LA CONNAISSANCE PSYCHOLOGIQUE DU CLIENT**

Le vendeur doit faire preuve de psychologie pour conduire le client à l'achat.

### **2.1. Notions de morpho-psychologie**

La morpho-psychologie est l'étude des relations entre la forme et le psychisme de l'individu.

*Ex : lorsque nous voyons un client pour la première fois, que rien n'ait encore été échangé, nous ressentons une certaine impression qui nous fait préjugé de son comportement ultérieur. Nous pensons, tiens il a l'air renfermé, ouvert, passif, décidé, têtu, influent, ...*

*Cette impression est essentiellement le fruit de l'expérience, de nos contacts humains antérieurs.*

*Sans le savoir nous faisons de la morpho-psychologie, c'est à dire que nous déduisons de la forme et de l'expression du visage de notre interlocuteur certains traits de son caractère.*

#### **2.1.1. Selon le docteur Louis CORMAN**

Il existe deux types de visages

- le type DILATÉ : c'est à dire le visage ouvert ;
- le type RÉTRACTÉ : c'est à dire le visage fermé.

Entre ces deux types de visages extrêmes nous pouvons trouver une infinité de situations intermédiaires qui ne nous permet pas de caractériser avec précision chaque variété de visage.

Toutefois, une étude plus détaillée du visage en comparaison du type dilaté ou rétracté nous permet de percevoir les grandes caractéristiques de la personnalité de l'individu.

## Etude document : « Morpho-psychologie du dilaté et du rétracté »

Le visage peut être divisé en trois étages :

- l'étage supérieur dit partie cérébrale de l'individu;
- l'étage moyen dit partie affective de l'individu,
- l'étage inférieur dit partie physique de l'individu.

Selon les individus l'un ou l'autre des étages est plus ou moins développé ce qui permet de définir 3 types de personnalités : cérébrale, affective, instinctive.

## Etude document : « Morpho-psychologie du dilaté et du rétracté ». « Le visage un monde à trois étages »

### 2.1.2. Selon le professeur René LE SENNE :

on peut distinguer 4 types de tempéraments :

- le bilieux,
- le nerveux,
- le sanguin,
- le lymphatique.

## Etude document : « Classification selon R. Le Senne »

*Remarques :*

*- Ce tableau met en évidence les traits de caractère et non le niveau d'intelligence, car il y a des individus intelligents dans chaque catégorie.*

*- Aucun de ces 4 types de tempéraments n'existe à l'état pur. On peut avoir une combinaison de deux dominantes qui selon les cas s'équilibrent ou s'ajoutent.*

*Ex : Nerveux-Bilieux ; Nerveux-Sanguin ; ...*

*- Il y a un certain lien entre les mobiles d'achat et le tempérament.*

*- L'analyse de la personnalité des clients nécessite un certain entraînement.*

Application : « Faire une analyse morpho-psychologique de votre personnalité ».

### 2.2. Les attitudes du vendeur envers le client :

Etude document : « Attitudes du vendeur envers le client »

Application : « Deux cas particuliers de vente »

## 3. UTILITÉ DE L'ANALYSE TRANSACTIONNELLE DANS LA CONNAISSANCE DU CLIENT :

### 3.1. Objectifs de l'analyse transactionnelle :

Née aux U.S.A. dans les années 60, elle a été mise au point par le docteur Eric BERNE.

### Les égocentrés

Ce sont souvent de jeunes bacheliers modestes, ouvriers et employés, se sentant très menacés dans leur emploi et leur niveau de vie. Ils sont d'autant plus assoiffés de plaisirs hédonistes de la consommation, demandeurs de signes de standing et de réussite, avides de symboles de puissance et de force. Frustrés de possibilités d'ascension sociale, rejetant souvent la crise sur des boucs émissaires, ils se réfugient dans une vie de sports, de loisirs et de fête en bande.

Les égocentrés, clients enthousiastes du commerce moderne de grande surface, amateurs de publicité spectaculaire, "fans" de look américain et de modes branchées, se retrouvent surtout dans la musique. Les hit-parades des périphériques et les radios libres musicales concurrencent la télévision, qui les attire surtout par les films.

#### Leurs achats-types :

Bière supérieure, voiture américaine, walk-man, crème Nivea, bottes américaines, petits cigares de la Havane, eau de toilette Savane, scooter, appareil photo automatique...

### Les recentrés

Ils constituent toujours une majorité de français, mais ont éclaté en deux familles : les matérialistes et les rigoristes.

#### Les recentrés matérialistes

Ce sont des ouvriers et employés : les classes moyennes d'âge moyen dans les villes moyennes ; la France profonde réellement. Inquiets et pessimistes devant la crise, ils se soucient avant tout de défendre les acquis, de gérer la survie avec prudence, en se confiant aux forces paternalistes et tranquilles de l'Etat, de l'entreprise... Rétro, naturalistes, ils se méfient des aventures trop innovatrices.

Les recentrés matérialistes sont des consommateurs prudents et fidèles qui demandent beaucoup de services et de prise en charge, cautionnés par une publicité familière, chaleureuse, traditionaliste. La radio et la TV sont leurs principaux médias : jeux, émissions de compagnie et conseils psychologiques ou pratiques, variétés et feuilletons...

#### Leurs achats-types :

Matériel auto, bncolage, TV couleur grand écran, café soluble, yaourts aux fruits par packs, appareils ménagers, tondeuses à gazon, pendulette de salon, vins doux pour l'apéritif... Ils achètent beaucoup par correspondance.

### Le style de vie des Français

#### Les décalés

La plupart des décalés sont des étudiants et de jeunes cadres, intellectuels, et aisés, des grandes villes et de Paris. De plus en plus ils se désintéressent d'une société qu'ils trouvent trop matérialiste et conservatrice, et ils se comportent en spectateurs ironiques d'une crise décadente. Orphelins de grands projets, d'utopies futuristes et d'innovations audacieuses, ils se consacrent à des passions personnelles et s'évadent dans les voyages, la science-fiction, le fantastique, les jeux.

Les décalés ne sont guère de bons téléspectateurs, sauf des cinéclubs, des émissions "happening" du rock et de la science-fiction ; pubiphobes, ces consommateurs ultra dépensiers de mode, d'innovation et de technologies, exigent de la "pub" une créativité galopante... pour se faire pardonner.

#### Leurs achats-types :

Cigarettes Camel, caleçons, planche à voile, hamburgers, vodka orange, Mini-Austin, guitare électrique, bière anglaise...

### Les recentrés rigoristes

L'éclatement du recentrage en deux mentalités a fait apparaître la nouvelle famille des rigoristes, plus aisés et cultivés que les matérialistes : ce sont les néo-bourgeois des années 80. Intégristes, moralisateurs, disciplinés, autoritaristes, ils marquent le grand retour de l'ordre, d'une révolution conservatrice. Déplorant le laxisme, le manque de principes et la perte des valeurs de la société moderne, ils rêvent d'un retour à ces valeurs de hiérarchie, d'épargne, et surtout de morale de l'ancien temps.

Consommateurs de haut de gamme, de grandes marques, en petit commerce traditionnel par souci de sécurité, les recentrés rigoristes aiment la publicité sérieuse, décente, rétro, mythique. La TV est pour eux le premier des médias, même s'ils la critiquent facilement.

#### Leurs achats-types :

Champagne, "le Livre des inventions", costume Woolmark, Mercédès, parfum en atomiseur, objets de collection, livres d'histoire, foulards en soie, gâteaux fins...

### Les activistes

Les aventuriers des années 60 sont morts, vive les activistes : ce sont les "renards pointus" de la société industrielle en crise. Cadres d'entreprise ou responsables socio-politiques, culturels ou associatifs, ils sont ambitieux, efficaces et productivistes, dirigistes, organisateurs, volontiers cyniques et fiers d'appartenir à une élite dirigeante. Ce sont les nouveaux technocrates, ceux du système D quotidien. Pour eux, la société est une jungle à conquérir, un désordre à organiser, une pâte à modeler. Et c'est l'économie qui pour eux domine tout.

Grands lecteurs de presse d'opinion, de news et de quotidiens parisiens, cette minorité active regarde moins la TV que la moyenne des Français, et surtout les informations, les débats politiques, scientifiques ou culturels. Achetés de standing, la publicité est pour eux un instrument économique qu'ils regardent "en professionnels" et qui les touche surtout par son esthétisme.

#### Leurs achats-types :

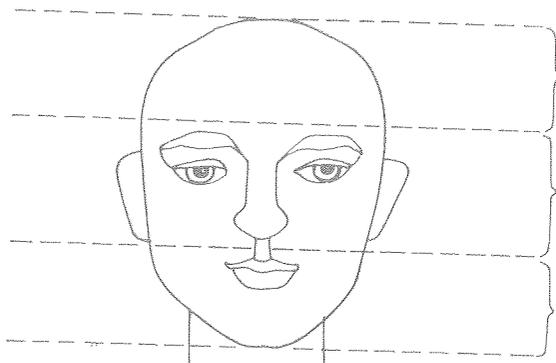
Parlums de luxe, B.M.W. Whisky, micro-informatique, voyages en avion, HI-FI, vidéo, thé anglais, téléphones à touches, appareil photo 24 x 36, cuir...

Extraits d'une étude réalisée par le C.C.A. (Centre de Communication Avancé) et Infomérie.

## Decision d'achat et type de clientèle

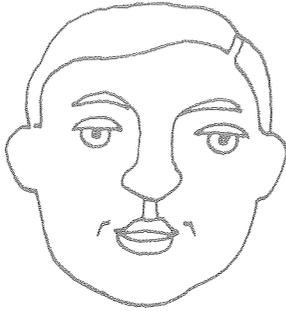
Catégories de clients	Aspects privilégiés dans la décision d'achat
— Industriels (utilisateurs professionnels) ex. : — <i>Michelin</i> — <i>Dassault</i> — <i>Renault</i>	— Fiabilité. — Efficacité. — Assurance du respect des performances annoncées. — Sérieux et rapidité d'intervention du service après-vente. — Durée de vie. — Conditions de paiement.
— Grossistes. — Centrales d'achats. ex. : — <i>SAPAC</i> — <i>Promodés</i> — <i>SPAM</i>	— Conditions de paiement. — Délai de livraison. — Exclusivité éventuelle. — Réductions sur quantité. — Taux de marque. — Publicité du fabricant après des détaillants et des consommateurs.
— Détaillants ex. : — <i>boulangier</i> — <i>épicer</i> — <i>etc.</i>	— Marge bénéficiaire. — Conseils à la vente. — Appui publicitaire et promotionnel. — Complémentarité de la gamme. — Existence réelle d'une demande.
— Administration ex. : <i>Ministère de l'Éducation nationale</i>	— Prix net. — Respect des procédures (cahier des charges, appel d'offres, etc...) — Origine des produits.
— Prescripteur ex. : <i>médecin</i>	— Valorisation de son image de marque. — Efficacité du produit.
— Consommateurs	— Image de marque. — Esthétique. — Prix. — Service après-vente.

Morpho-psychologie du Dilaté et du Rétracté



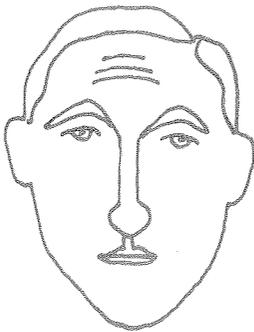
	Dilaté	Rétracté
INTELLIGENCE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir faire, bon sens.</li> <li>- Actif.</li> <li>- Spontané.</li> <li>- Réaliste et pratique.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réfléchi.</li> <li>- Non spontané.</li> <li>- Contact difficile.</li> <li>- Méfiant.</li> </ul>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">                     Les dilatés ne sont ni plus ni moins intelligents que les rétractés.                 </div>		
AFFECTIVITÉ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vie affective abondante.</li> <li>- S'attache à beaucoup de gens.</li> <li>- Sociable, aimable.</li> <li>- Caractère facile.</li> <li>- Extériorise ses sentiments.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vie affective se limitant aux proches.</li> <li>- Préfère la solitude.</li> <li>- Ne s'extériorise pas facilement.</li> <li>- Passe pour taciturne et secret.</li> <li>- Caractère difficile.</li> </ul>
INSTINCT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Extériorise davantage ses instincts.</li> <li>- Passe pour gourmand, sensuel, combattif, coléreux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retient ses instincts.</li> <li>- Réfléchi, faculté de concentration.</li> </ul>

## Les deux types de visages



LE DILATÉ

Grand visage	Récepteurs sensoriels	Modelé
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Type large.</li> <li>— Prépondérance à l'expansion.</li> <li>— Le visage s'inscrit dans un cercle ou un carré aux angles arrondis.</li> <li>— Le teint est rose ou rouge.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Ouverts au milieu extérieur.</li> <li>— La bouche aux lèvres charnues est souvent entrouverte dans un sourire.</li> <li>— Le nez est épais.</li> <li>— Les yeux sont grands à fleur de tête et assez écartés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les lignes sont courbes et les angles estompés.</li> <li>Le modèle tend au rond.</li> </ul>



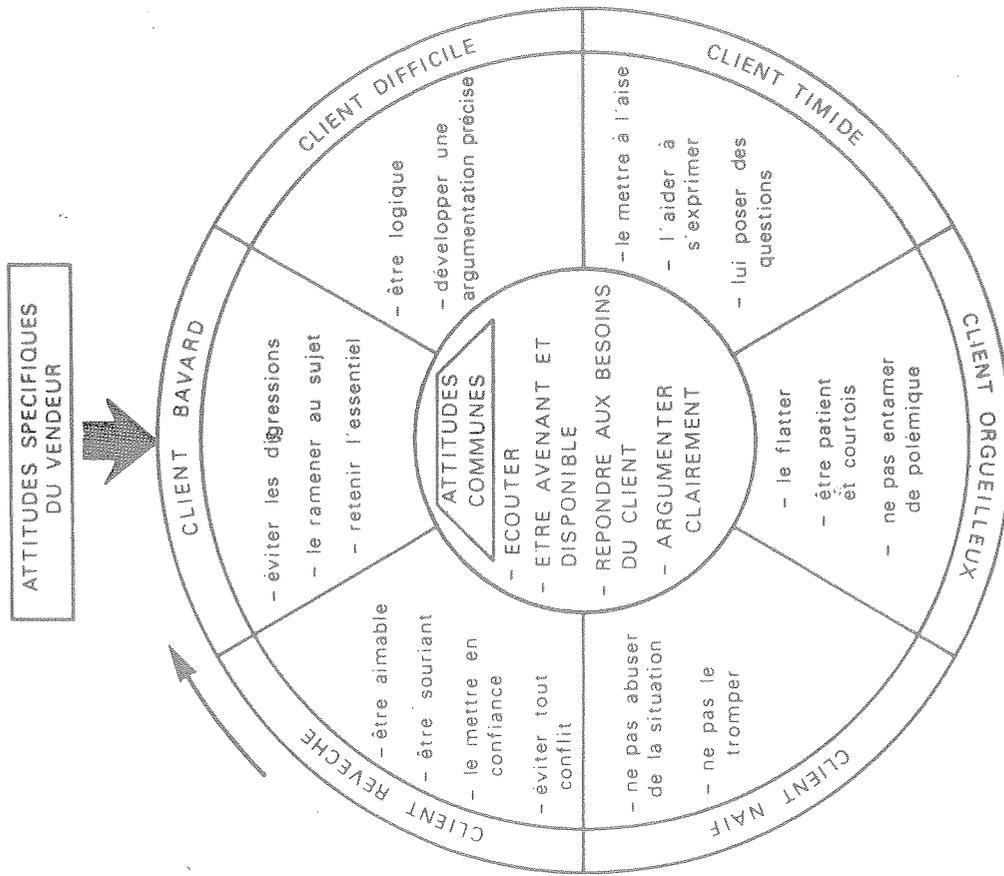
LE RÉTRACTÉ

<ul style="list-style-type: none"> <li>— Type étroit.</li> <li>— Souvent recroquevillé.</li> <li>— Le visage s'inscrit dans un triangle, un ovale ou un rectangle allongé.</li> <li>— Partie osseuse peu charnue.</li> <li>— Le teint est pâle ou olivâtre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Peu ouverts au milieu extérieur.</li> <li>— La bouche aux lèvres pincées est sévère.</li> <li>— Le nez est fin.</li> <li>— Les yeux paraissent petits car enfoncés dans l'orbite.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Toutes les lignes sont droites et les angles saillants.</li> </ul>
--	---	---

TYPE	PHYSIQUE	CARACTÈRE	MOBILES D'ACHAT	COMPORTEMENT A ADOPTER
 <b>Bilieux</b>	Maigre Teint bistre Peau sèche Visage carré 3 étages sensiblement égaux Doigts durs	<i>Sec</i> - <i>rude</i> - dynamique - objectif - pratique - bonne foi - décidé - maître de lui - tenace - sérieux - PRÉCIS - méthodique - N'AIME PAS LES DÉTAILS - MÉFIANT	ORGUEIL  Économie	Etre logique - précis - patient - calme - souple. Le mettre en avant. Ne pas le contrarier ou le bousculer.  Rester dans le sujet : voir les choses de son point de vue en suggérant seulement des améliorations de détail ou des faits précis. Ne pas parler au hasard. PAS TROP DE DÉTAILS. Récapituler et conclure avec autorité.
		Excessif - parti pris - impatient - <i>intransigent</i> - susceptible - ambitieux - autoritaire - mauvaise humeur.		NOUVEAUTÉ  Sécurité
 <b>Nerveux</b>	Maigre Teint pâle Visage : en triangle pointe en bas Étage supérieur prédominant Doigts longs	Agité - dynamique - subjectif - illogique - abstrait - indépendant - décidé - vif - intuitif - esprit critique - imaginaire - COMPREND VITE - GOUT DU CONTACT HUMAIN.	Agité - dynamique - subjectif - illogique - abstrait - indépendant - décidé - vif - intuitif - esprit critique - imaginaire - COMPREND VITE - GOUT DU CONTACT HUMAIN.	Etre CALME - COMHENSIF - gai - franc - vivant. Le laisser parler - le ramener au sujet.  Insister sur la nouveauté - l'originalité. ENTRER DANS LES DÉTAILS QUE L'INTÉRESSENT : expliquer le pourquoi et le comment - affirmer - le rassurer. L'entraîner en raisonnant logiquement à sa place.
		Impatient - irritable - vindicatif - ANXIEUX - instable - brusque - bavard - n'aime pas s'engager - parfois timide.		Impatient - irritable - vindicatif - ANXIEUX - instable - brusque - bavard - n'aime pas s'engager - parfois timide.

TYPE	PHYSIQUE	CARACTÈRE	MOBILES D'ACHAT	COMPORTEMENT A ADOPTER
 <b>Sanguin</b>	Teint coloré Peau pleine Visage ovale - étage moyen prédominant Mains carrées	SPONTANÉ - dynamique - subjectif - concret - indépendant - décidé - vif - passionné - expansif - imaginaire - optimiste - SINCÈRE - BON VIVANT - AIMABLE.	AFFECTIVITÉ  Bien-être	Etre calme - patient - souple - compréhensif - cordial. LE DÉTENDRE - le prendre par les sentiments - l'écouter avec intérêt - le mettre en valeur - le féliciter - l'encourager - NE PAS LE BOUSCULER.
		Impatient - IMPULSIF - instable - agité - goût du confort - bourru.		Insister sur la nouveauté, les possibilités offertes. <i>Préciser</i> : ou, comment - le faire signer.
 <b>Lymphatique</b>	Gras Teint pâle Peau molle Visage : en trapèze, la petite base en haut. Étage inférieur prédominant Doigts courts	Passif - concret - PRATIQUE - SAIT S'ADAPTER - bon sens - solide - stable - calme - patient - MAÎTRE DE LUI - MÉTHODIQUE.	SÉCURITÉ	Etre CONCRET - simple - pratique - ordonné - calme - patient - souple - cordial - pas d'ironie - ne pas le brusquer. L'AVOIR A L'USURE.
		Lent - indécis - méfiant - ennemi du changement - pas toujours de bonne foi - n'aime pas s'engager.		Insister sur L'ABSENCE DE RISQUES. - Ne pas compliquer, <i>ne dire que l'ESSENTIEL</i> . Démontre le mécanisme de l'opération. Parler lentement. L'aider à se décider.

Les attitudes du vendeur envers le client :



# 1. Le visage : un monde à trois étages

Ce sur quoi tous les morphopsychologues tombent d'accord, c'est que le visage est un monde à trois étages. Il y a la zone supérieure ou zone de la pensée. Puis la zone médiane ou zone de contact. Enfin la zone inférieure, qui est la zone de l'instinct ou de l'action, selon les interprétations.

Les trois zones du visage : pensée, contact, action

*Pensée dominante : manque d'extériorisation*

Quand la zone de la pensée est clairement dominante, c'est que l'intelligence est très grande ; s'il y a déséquilibre net avec les autres zones, c'est que la réflexion précède l'action, au point même de l'empêcher de s'accomplir ou de la rendre inefficace. Le trait de caractère qui en résulte alors est une grande difficulté à s'extérioriser.

Kant, philosophe allemand (1724-1804)

*Contact dominant : richesse de la sensibilité*

Ceux chez qui la zone médiane du visage est la plus importante sont des êtres de contact. Ils ont une riche sensibilité, ils préfèrent donc sentir que réfléchir ou agir. Ils privilégient l'intensité du vécu face au contrôle et aux choix raisonnés.

Musset, écrivain français (1810-1857)

*Action dominante : vie physique végétative ou musclée*

La troisième zone est dite soit d' "action", soit d' "instinct". Elle est en relation directe avec les forces physiologiques.

Quand cette zone est musclée : activité physique, énergie. Quand elle est adipeuse : mollesse, vie végétative. Dans les deux cas, manque de sensibilité.

Henri VIII, roi d'Angleterre de 1509 à 1547 (1491-1547)

*Égalité des trois zones : le visage des dieux*

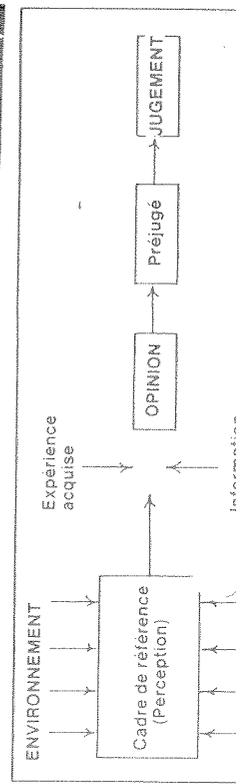
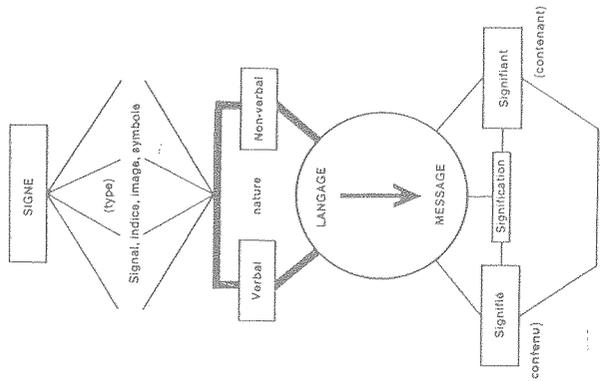
L'égalité des trois zones est rare dans la vie courante. Car ce serait l'équilibre parfait entre la pensée, la relation avec les autres, la vie profonde du corps. C'est le visage des personnalités riches et épanouies, qui vivent, sentent et pensent intensément. Dans l'Antiquité, ainsi représentait-on le visage des dieux.

Dickens, romancier anglais (1812-1870)

Voici, d'après R. Denis, lui-même, auquel sont empruntées ci-dessous les notions morphopsychologiques citées, ce qu'une lecture immédiate peut révéler dans un visage.

1. *Le cadre* :
    - S'il est large et profond, le potentiel de ressources énergétiques et sociales est considérable.
    - S'il est étroit et peu profond, ce potentiel est réduit.
  2. *La hauteur du visage* :
    - Haut : les réactions sont lentes.
    - Court : les réactions sont rapides.
  3. *Le modelé* :
    - Musclé : bonne activité motrice.
    - Charnu : vitalité et sensualité.
    - Adipeux : inactivité motrice et sensualité gastronomique.
    - Plat : insensibilité, manque de sociabilité.
    - Flaque, décharné, desséché : manque de vitalité.
    - Rond : féminité, manque d'énergie.
  4. *La texture des tissus* :
    - Fins : sensibilité, féminité.
    - Epais : matérialisme.
  5. *Le teint* :
    - Teint pâle : faible vitalité, lymphatisme.
    - Teint mat : sensorialité profonde.
    - Teint gris : dominance du tempérament nerveux.
    - Teint basané : énergie, virilité, tempérament bilieux.
    - Teint coloré : vitalité, extraversion, tempérament sanguin.
    - Teint rosé : féminité.
- Irrigation irrégulière des tissus : émotivité.
- Ces premières constatations, quoique sommaires, sont capitales, car elles donnent la coloration générale de l'analyse des différentes parties du visage.

♦ R. Denis : *Le Visage de l'homme* (Paris, S.A.B.R.I., 1961).



**LES DILATES :**  
les charnus qui se gaspillent

S'inscrit dans :  
— un cercle ou un ovale large ou un carré à angles arrondis  
— Chair dominante

Forme du visage

abondance d'énergie dépensée dans de nombreuses réalisations — risque de gaspillage et d'épuisement prématuré

Vitalité

extériorisation de toutes leurs pulsions (gourmands, sexuels, combatsifs, coléreux)

Vie instinctive

sociabilité abondante — besoin de compagnie — expression facile des sentiments

Vie affective

sens du concret — flair — souplesse d'adaptation

Intelligence

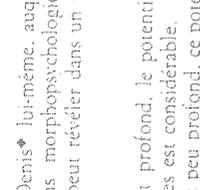
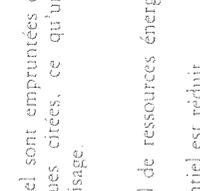
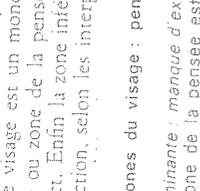
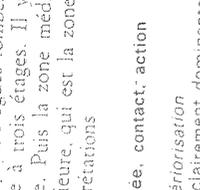
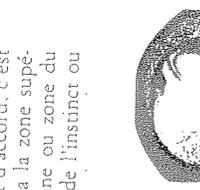
docilité aux opinions de la majorité

Adaptation sociale

leur proposer rapidement une occasion d'action

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

flatter leur plaisir de vivre (confort, repas, boisson, etc.) — les laisser s'exprimer autant qu'ils en ont envie — leur proposer des idées pratiques et concrètes — ne pas les effrayer par des idées originales



**LES RETRACTES :**  
les osseux qui durent

S'inscrit dans :  
— un triangle ou un carré allongé ou un rectangle  
— Ossature dominante

Forme du visage

énergie de conservation — tendance à la mesure et à l'économie — grande longévité

Vitalité

pulsions contenues, intenses, retardées

Vie instinctive

sociabilité très électorale — tendance à la solitude — taciturnité

Vie affective

goût des idées abstraites — réflexion — rigidité

Intelligence

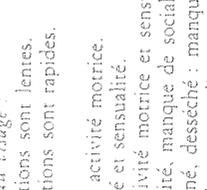
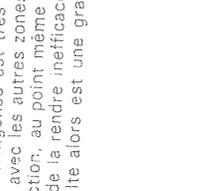
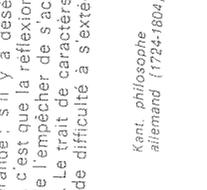
individualité et désir de ne pas se laisser influencer

Adaptation sociale

leur proposer rapidement sans les bousculer

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

ne pas prendre ses aises ni leur proposer de parler d'abord jusqu'à ce qu'ils se décident à parler — commencer par un échange de considérations théoriques — remarquer l'originalité de leurs points de vue



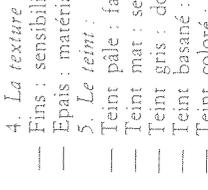
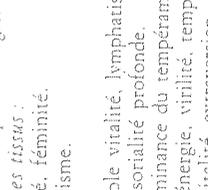
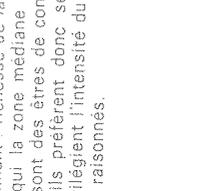
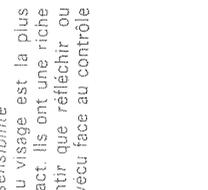
**LES INEPUISABLES :**  
larges vestibules

cadre large, larges vestibules — c'est le visage des inépuisables, ils ne sont jamais fatigués, jamais au bout d'eux-mêmes ils foncent, avec confiance, parce qu'ils ne connaissent pas leurs limites.

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

leur proposer rapidement une occasion d'action

flatter leur plaisir de vivre (confort, repas, boisson, etc.) — les laisser s'exprimer autant qu'ils en ont envie — leur proposer des idées pratiques et concrètes — ne pas les effrayer par des idées originales



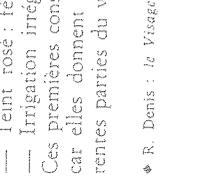
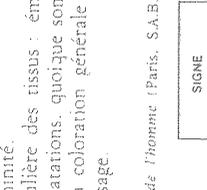
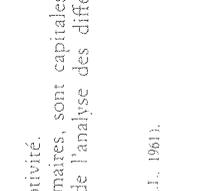
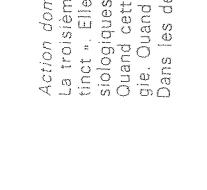
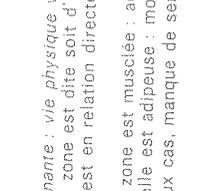
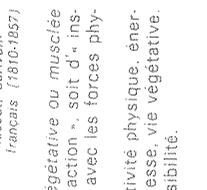
**LES CHAUDIÈRES :**  
qui va sauter

cadre large, vestibules étroits — de tels individus sont toujours sous pression. L'énergie est grande, disponible, mais elle n'est utilisée que par à-coups. De temps en temps, ça saute violemment, à moins que la maîtrise de soi soit infaillible.

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

leur proposer rapidement une occasion d'action

flatter leur plaisir de vivre (confort, repas, boisson, etc.) — les laisser s'exprimer autant qu'ils en ont envie — leur proposer des idées pratiques et concrètes — ne pas les effrayer par des idées originales



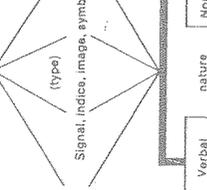
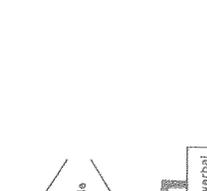
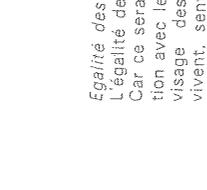
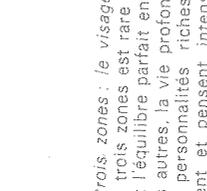
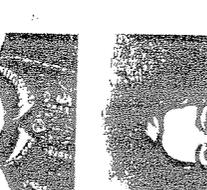
**LES EXISTE-PETIT :**  
cadre étroit, vestibules étroites

comme il y a des gogues-petits, ce sont des existes-petit, peu de forces, mais des forces économiques. C'est la passivité méditative. Entre la mesquinerie, selon le cas.

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

leur proposer rapidement une occasion d'action

flatter leur plaisir de vivre (confort, repas, boisson, etc.) — les laisser s'exprimer autant qu'ils en ont envie — leur proposer des idées pratiques et concrètes — ne pas les effrayer par des idées originales



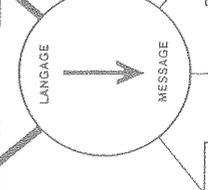
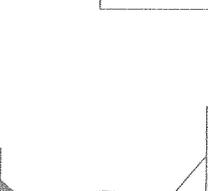
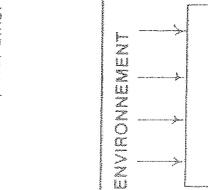
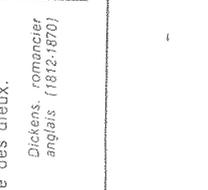
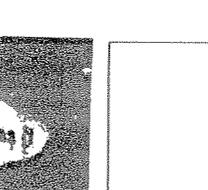
**LES BRÛLÉS :**  
par les deux bouts

cadre étroit, vestibules larges — ces gens-là brûlent la chandelle par les deux bouts ils vivent au-dessus de leurs moyens énergétiques ils s'épuisent sans cesse et repartent toujours avec intensité

Comment agir avec eux dans les cinq premières minutes

leur proposer rapidement une occasion d'action

flatter leur plaisir de vivre (confort, repas, boisson, etc.) — les laisser s'exprimer autant qu'ils en ont envie — leur proposer des idées pratiques et concrètes — ne pas les effrayer par des idées originales



## Thème : MIEUX CONNAITRE SES CLIENTS

Répondez aux questions ci-dessous en faisant preuve de réalisme.

Analyses de deux cas particuliers de vente.

### Premier cas : le client silencieux

- a) Comment savoir ce qu'il pense et déceler ses mobiles d'achat ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- b) Si cela ne suffit pas, il faut le faire participer à la démonstration, c'est à dire lui faire manipuler et toucher le produit, ou à défaut, une maquette ou la documentation. Pourquoi ?

### Deuxième cas: la vente à deux clients

- c) Doit-on ignorer l'accompagnateur du client s'il ne dit rien ? pourquoi ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- d) Quelle attitude doit-on avoir envers un accompagnateur qui freine la vente ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- e) Après l'exposé d'un argument important, il est bon de les faire participer à tour de rôle à la démonstration. Si l'un comprend plus vite que l'autre, quelle attitude doit-on adopter ? pourquoi ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- e) Une discussion s'élève entre les deux personnes, que faites-vous ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- g) Si l'accompagnateur est la femme du client, quelle attitude allez-vous adopter lors de la vente ?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- h) S'il y a désaccord marqué entre les deux époux et que le mari se désolidarise de l'achat, quelle est selon vous l'attitude de la femme ? quelle attitude devez-vous adopter ?

C'est une théorie qui permet l'analyse de la personnalité par une étude des « Etats du MOI » et l'analyse des échanges interpersonnels par une étude des transactions.

L'analyse transactionnelle recouvre plusieurs champs opératoires, mais décrivons plus particulièrement deux d'entre eux plus utiles à la connaissance du client dans la relation de vente.

### **3.1.1. L'analyse structurale ou fonctionnelle :**

Basée sur la structure de la personne, c'est à dire l'analyse des « Etats du Moi ».

La personnalité est composée de trois « états du moi » :

- le PARENT,
- l'ADULTE,
- l'ENFANT,

qui sont des systèmes cohérents d'enregistrements et de comportements de l'individu.

#### **Etude document : « L'analyse structurale »**

Remarque :

- les différents états du moi coexistent chez l'individu,
- un état du moi peut dominer les autres,
- l'état du moi qui s'exprime peut varier suivant les situations et l'interlocuteur,
- il n'existe pas de hiérarchie entre les états du moi.

### **3.1.2. L'analyse des transactions :**

Une transaction est un échange entre deux ou plusieurs personnes, que cet échange porte sur des paroles, des écrits, des gestes, des regards, des objets, des contacts physiques, etc.

Aussi, toute transaction est un échange entre les états du moi, puisque toute personne est composée des états du moi.

Les relations entre les personnes et les groupes sont constituées par des séries de transactions qui se succèdent.

**Exemple : « Les états du moi et les transactions »**

**Application : « Typologie des transactions »**

### **3.2. Conclusion :**

L'analyse transactionnelle a pour objet de créer les conditions favorables à la communication, en utilisant à bon escient les différents états du moi et en adoptant une « position de vie » positive dans toute relation avec soi-même et avec autrui.

## L'ANALYSE STRUCTURALE

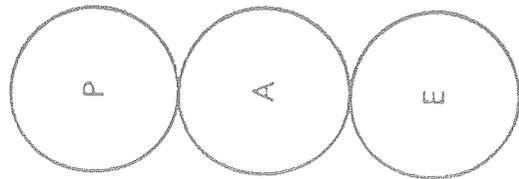
L'analyse structurale ou analyse de la structure de la personne part du principe que chaque personne a trois parties fonctionnelles appelées états du moi. Berne a défini la notion d'état du moi comme « un système de sentiments accompagnés par un ensemble apparenté de comportements »

Les trois principaux réseaux de sentiments et comportements sont appelés Parent (P) Adulte (A) Enfant (E) en majuscules ces termes désignent un état du moi, en minuscules ils désignent des individus.

Ces trois états du moi sont représentés par 3 cercles. Nous empruntons les diagrammes suivant à Jaoui

Ces états du moi sont en relation avec les autres états et comportent différents aspects. Ceci est représenté par les diagrammes suivants.

## SCHÉMA STRUCTUREL DE LA PERSONNALITÉ SELON L'A.T.

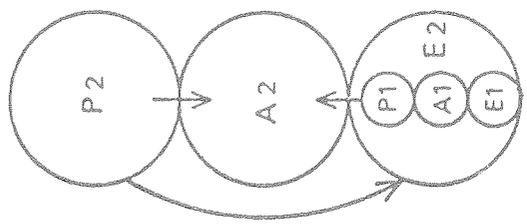


LE PARENT : État du moi où sont enregistrés les messages, les comportements, les attitudes des personnages extérieurs. L'essentiel du Parent se constitue entre deux et six ans, mais, plus tard, d'autres enregistrements peuvent venir s'ajouter à la bande originale = (l'apppris).

L'ADULTE : État du moi qui recueille et traite l'information provenant du Parent, de l'Enfant et de l'environnement extérieur. L'Adulte est un état qui se développe et se consolide plus particulièrement entre trois et douze ans, mais il est en perpétuelle évolution = (le réfléchi).

L'ENFANT : État du moi où sont enregistrés nos réactions spontanées ou l'adaptation aux événements et personnages extérieurs. L'état le plus archaïque, il se crée dès la naissance sinon dès la conception. Il évolue très peu après l'âge de six ans = (le ressenti).

## SCHÉMA STRUCTUREL DU SECOND DEGRÉ Les états du moi dans notre vie intérieure



LE PARENT : diffuse ses enregistrements positifs et négatifs, constructifs et destructeurs à l'intention de l'Enfant interne qu'il essaie de contrôler à maintenir sous sa coupe.

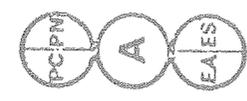
L'ADULTE : gère les relations entre les états du moi.

P.1 — Le Parent dans l'Enfant (ou Enfant Adpré). La partie de l'Enfant qui réagit automatiquement aux messages que continue à diffuser le Parent (historiquement l'Enfant entre un an et six ans).

A.1 — L'Adulte dans l'Enfant : a cherché à deviner et à composer avec les attentes du Parent. Continue chez la « grande personne » à maintenir les « décisions de survie » prises par l'Enfant.

E.1 — L'Enfant dans l'Enfant (ou Enfant Naturel) : le siège des émotions premières, des besoins, des désirs et des peurs les plus authentiques de chacun (historiquement l'enfant entre zéro et trois ans).

C'est ainsi que le Parent comporte un Parent Normatif ou Critique ou Contrôlant et un Parent Nourricier. L'Enfant comprend un Enfant Adapté Soumis, un Enfant Adapté Rebelle, un Enfant Libre ou Naturel ou Spontané et un Petit Professeur.



## DIAGRAMME STRUCTURAL DIAGRAMME FONCTIONNEL

Selon Karpman chaque état du moi fonctionnel a des aspects positif et négatifs.

# SCHÉMA FONCTIONNEL DES ÉTATS DU MOI

## Nos états du moi dans leurs relations avec les autres

**Le Parent (ou Parent Critique) :**  
Guide, édicte les règles, juge, fait respecter la norme, mais aussi critique, interdit, contraint. Ses mots : « moral », « immoral », « il faut... », « j'exige », « jamais », « toujours », etc. Ses gestes, ses attitudes : index tendu, sourcils froncés, poings aux hanches, regard autoritaire...

**L'Enfant Adapté Soumis :**  
S'adapte aux demandes et attentes des autres en s'y conformant. A peur de mal faire, essaie de deviner ce qu'on attend de lui ! Ses mots : « euh ! », « ce n'est pas ma faute », « j'ai fait de mon mieux », « je vais essayer »... Gestes et attitude : « regard fuyant », « épaules courbées », rougeur, voix peu assurée, étouffée, marmonnée...

**L'Enfant Adapté Rebelle :**  
S'adapte aux demandes et attentes des autres en les prenant à contre-pied — Réagit d'abord en s'opposant. Ses mots : « ne comptez pas sur moi », « vous n'avez pas le droit », « vous ne pouvez pas me forcer à... ». Ses gestes et attitudes : haussements d'épaules, mine boudeuse, air renfrogné, récriminations...

**Le Parent Nourricier :** Prend en charge, soutient, console, mais aussi

L'aspect positif du Parent Nourricier prend soin gentiment d'une autre personne quand celle-ci en a besoin ou le désire. L'aspect négatif du Parent Nourricier protège outre mesure, fait des choses pour autrui sans que cela soit demandé ou nécessaire. En d'autres matières aussi, l'aspect négatif empêche le développement de la personne « laisse-moi faire à ta place ».

1. La plupart des théoriciens de l'A.T. ne considèrent pas le Petit Professeur comme un état du moi fonctionnel, mais comme une instance interne dont l'énergie est utilisée soit pour maintenir les relations internes du P.A.E., soit pour pressentir les êtres autour de lui sans se manifester directement sur le devant de la scène.

surprotège, étouffe. Ses mots : « c'est bien ! », « je vais t'aider », « je vais le faire pour toi », « mon pauvre petit... ». Ses gestes et attitudes : caresses, bras autour des épaules, regard compatissant...

**L'Adulte :** Organise, prévoit, calcule, décide. Ses mots : « quand ? », « où ? », « combien ? », « à mon avis », « je pense... ». Ses gestes et attitudes : ouvert, regard direct, gestes mesurés, soulignant le discours...

**Le Petit Professeur (ou Enfant Manipulateur) :** Le siège de l'intuition, sent les choses et les gens, est créatif<sup>1</sup>. Ses mots : « et si... », « j'ai une idée ! », « eureka »... Ses gestes, ses attitudes : regard enjôleur, tête inclinée sur l'épaule, sourire complice...

**L'Enfant Libre (ou Enfant Naturel) :** Réagit spontanément et affectivement aux choses et aux gens. Ses mots : « oui ! », « non », « j'aime », « j'aime pas ! », « chic », « je veux », « tout de suite ! »... Ses gestes et attitudes : rit, pleure, saute, bat des mains, bâille, se gratte, s'étire, regard brillant qui reflète les sentiments vécus, voix haute, énergique...

L'aspect positif du Parent Contrôlant s'exprime de façon ferme et décidée, sait défendre ses droits et ceux des autres, sans, ce faisant, être désagréable à autrui.

L'aspect négatif du Parent Contrôlant enlève à une autre personne son estime de soi « tu es affreux » ou avec plus de subtilité, d'une voix plaintive « pourquoi fais-tu ça ? ».

L'aspect positif de l'Enfant Adapté se comporte automatiquement de manière favorable à ses fins saluant le général ou disant « oui Monsieur » à un supérieur.

L'aspect négatif de l'Enfant Adapté amène un individu à se nuire lui-même, ayant appris par expérience que c'est là une manière d'obtenir l'attention d'autrui. Il oublie de saluer son commandant, puis s'étonne que les corvées retombent sur lui.

L'aspect positif de l'Enfant Spontané exprime librement ce qui lui passe par la tête, sans faire du mal à personne.

L'aspect négatif de l'Enfant Spontané peut faire du mal aux autres ou à soi-même lorsque l'Enfant s'exprime librement ou s'amuse.

B. Sans prêter attention à vos premières réponses, relisez chaque question et essayez de déterminer l'état du moi auquel elle fait référence : le Parent Critique, le Parent Nourricier, l'Adulte, l'Enfant Adapté, l'Enfant Créateur ou l'Enfant Spontané ou l'Enfant Libre.

C. Traduisez vos réponses dans la sixième colonne (X).

Inscrivez vos réponses dans la sixième colonne (X).

Jamais : 0

Quelquefois : 1

Souvent : 2

Toujours : 3

	JAMAIS	QUELQUEFOIS	SOUVENT	TOUJOURS	SCORE	X
41. Aimez-vous travailler de vos mains ?						
42. Recherchez-vous le plaisir ?						
43. Continuez-vous à discuter même si vous êtes d'accord ?		X		X	3	
44. Tutoriez-vous les autres ?			X		3	
45. Essayez-vous de reconforter les autres ?				X	3	
46. Trouvez-vous le comportement des autres ridicule ?		X			3	
47. Savez-vous vraiment ce que vous voulez ?			X		3	
48. Aimez-vous vous occuper d'enfants ?				X	3	
49. Y a-t-il une partie de vous qui croit au surnaturel ?		X			3	
50. Ajustez-vous vos objectifs à vos possibilités ?			X		3	
51. Avez-vous des principes moraux solides ?			X		3	
52. Avez-vous le trac ?			X		3	
53. Visualisez-vous les situations ou les lieux à venir ?			X		3	
54. Devinez-vous ce que pensent les autres ?		X			3	
55. Hésitez-vous longuement avant de prendre une décision ?			X		3	
56. Êtes-vous sensuel ?			X		3	
57. Rangez-vous les objets que d'autres ont laissé traîner ?		X			3	
58. Envisagez-vous plusieurs solutions différentes ?			X		3	
59. Vous sentez-vous bien dans votre corps ?		X			3	
60. Portez-vous sur les autres un jugement rapide ?	X				0	

et mettez le chiffre dans la colonne « Score ».

D. Placez ensuite ces chiffres dans le tableau ci-dessous et faites le total pour chaque colonne verticale.

PARENT CRITIQUE	PARENT NOURRICIER		ADULTE		ENFANT ADAPTE		PETIT PROFESSEUR		ENFANT SPONTANÉ	
	question	question	question	question	question	question	question	question	question	question
09	3	3	2	2	2	2	0	8	6	1
15	3	3	5	3	2	1	1	11	10	2
94	8	1	7	1	1	1	5	51	16	1
66	2	2	12	2	2	2	42	42	26	3
43	2	1	13	1	2	2	40	36	41	3
52	2	2	28	2	2	2	53	49	42	3
61	2	2	13	2	2	2	56	56	44	3
09	2	2	55	2	2	2	45	59	56	3
15	2	2	23	2	2	2	35	44	44	3
94	2	2	23	2	2	2	45	59	56	3
66	2	2	23	2	2	2	45	59	56	3
43	2	2	23	2	2	2	45	59	56	3
52	2	2	23	2	2	2	45	59	56	3
61	2	2	23	2	2	2	45	59	56	3
TOTAL	41	18	23	41	41	13	15			

F. Faites figurer les résultats avec vous avez sur le tableau en dessous :

	PARENT CRITIQUE	PARENT NOURRICIER	ADULTE	ENFANT ADAPTE	PETIT PROFESSEUR	ENFANT SPONTANÉ
03						
02						
01						

F. Comparez vos réponses de la colonne X à la classification des questions par état du moi, dans le tableau ci-dessus (D).

Lorsque le tableau est en désaccord avec votre propre réponse, cherchez à comprendre celle-ci en vous référant aux définitions des états du moi contenues dans cet ouvrage, approfondissez votre réflexion sur ces questions.

B. Sans prêter attention à vos premières réponses, relisez chaque question et essayez de déterminer l'état du moi auquel elle fait référence : le Parent Critique, le Parent Nourricier, l'Adulte, l'Enfant Adapté, l'Enfant Créateur ou l'Enfant Spontané ou l'Enfant Libre.

C. Traduisez vos réponses dans la sixième colonne (X).  
Inscrivez vos réponses en scores numériques.

Jamais : 0  
Quelquefois : 1  
Souvent : 2  
Toujours : 3

	JAMAIS	QUELQUEFOIS	SOUVENT	TOUJOURS	SCORE	X
41. Aimez-vous travailler de vos mains ?				X	3	/
42. Recherchez-vous le plaisir ?		X		X	3	/
43. Continuez-vous à discuter même si vous êtes d'accord ?				X	3	/
44. Tutoyez-vous les autres ?	X				0	/
45. Essayez-vous de reconforter les autres ?			X		3	/
46. Trouvez-vous le comportement des autres ridicule ?		X			1	/
47. Savez-vous vraiment ce que vous voulez ?			X		3	/
48. Aimez-vous vous occuper d'enfants ?		X			1	/
49. Y a-t-il une partie de vous qui croit au surnaturel ?			X		2	/
50. Ajustez-vous vos objectifs à vos possibilités ?			X	X	3	/
51. Avez-vous des principes moraux solides ?			X	X	3	/
52. Avez-vous le trac ?			X		2	/
53. Visualisez-vous les situations ou les lieux à venir ?			X		2	/
54. Devinez-vous ce que pensent les autres ?		X			1	/
55. Hésitez-vous longuement avant de prendre une décision ?			X		2	/
56. Êtes-vous sensuel ?			X	X	3	/
57. Rangez-vous les objets que d'autres ont laissé traîner ?		X			1	/
58. Envisagez-vous plusieurs solutions différentes ?			X	X	3	/
59. Vous sentez-vous bien dans votre corps ?		X			1	/
60. Portez-vous sur les autres un jugement rapide ?	X				0	/

et mettez le chiffre dans la colonne « Score ».

D. Placez ensuite ces chiffres dans le tableau ci-dessous et faites le total pour chaque colonne verticale.

PARENT CRITIQUE	PARENT NOURRICIER		ADULTE		ENFANT ADAPTE		PETIT PROFESSEUR		ENFANT SPONTANE	
	question	question	question	question	question	question	question	question	question	question
09	2	3	2	2	9	8	0	6	1	15
15	1	3	5	3	10	11	1	10	2	3
47	2	1	7	2	16	11	0	16	1	3
61	2	0	12	2	20	12	1	20	1	3
66	2	1	18	1	26	13	1	26	1	3
94	2	7	13	2	41	14	2	41	1	3
97	2	3	38	2	32	19	3	32	1	3
15	2	4	47	2	44	22	2	44	1	3
18	2	5	50	2	55	22	4	55	1	3
55	2	4	58	3	55	22	4	59	1	3
TOTAL	41	18	25	41	11	13				

E. Faites figurer les résultats que vous avez trouvés sur le tableau en dessous :

	PARENT CRITIQUE	PARENT NOURRICIER	ADULTE	ENFANT ADAPTE	PETIT PROFESSEUR	ENFANT SPONTANE
01						
02						
03						

F. Comparez vos réponses de la colonne X à la classification des questions par état du moi, dans le tableau ci-dessus (D).

Lorsque le tableau est en accord avec votre propre réponse, cherchez à comprendre celle-ci en vous référant aux définitions des états du moi fonctionnels données dans cet ouvrage, approfondissez votre réflexion sur ces

Typologie des transactions

- Les transactions parallèles :

- 1. a : quelle heure est-il ?  
b : 12 heures 10.



- 2. a : excusez-moi de mon erreur  
b : vous devriez faire attention.



- 3. a : c'est une remise exceptionnelle je vous demande de ne pas l'ébruiter  
b : allons ! vous pouvez me faire confiance, je vous assure.



- 4. a : où sont mes chaussettes ?  
b : dans le placard.



- 5. a : maman, est-ce que tu m'aimes ?  
b : oui, mon chéri, je t'aime beaucoup.



Remarque : l'Etat du Moi qui répond est celui qui a été sollicité par l'émetteur.

- Les transactions croisées :

- 1. a : quelle heure avez-vous ?  
b : vous devriez avoir une montre.



- 2. a : avez-vous lu le journal ?  
b : excusez-moi !



3. a : votre prix est beaucoup trop cher  
b : par rapport à quoi ?



4. a : où sont mes chaussettes ?  
b : ne peux-tu rien faire tout seul ?



5. a : les enfants sont insupportables  
b : je n'en ai pas la preuve.



Remarque : l'Etat du Moi qui répond n'est pas celui sollicité par l'émetteur.

- Les transactions cachées :

1. a : vous faites du sport depuis un mois  
b : oui, 10 km de vélo chaque jour.  
a' : c'est drôle de vous voir ainsi maigrir  
b' : oui, je vous ai surpris.



2. a : je note que vous refusez cette petite concession  
b : oui, je vous ai expliqué pourquoi.  
a' : sachez que je ne l'oublierai pas  
b' : vous êtes de mauvaise foi, si vous faites semblant de ne pas comprendre.



( ' contenu latent du message)

Remarque : la transaction se passe sur deux niveaux le DIT (apparent) et le NON-DIT (latent), un Etat du moi s'exprime, mais c'est un autre Etat qui commande.

**RECONNAISSANCE DES FEAUX DU MOT FONCTIONNELS EN  
TERMES DE TENDANCES**

DIAGRAMME FONCTIONNEL	Comportement général	Gestes et attitudes physiques	Mots et expressions verbales	Attitudes face à des faits et à des personnes	Aspects positifs (+) et négatifs (-)
<b>PARENT NORMATIF</b> 	Autoritaire, moralisateur, prescripteur, directif. Edicte les règles.	Poings sur les hanches, dos droit, sourcils froncés. Index tendu, regard autoritaire	Bien, mal, il faut, tu dois, toujours, jamais, moral, immoral. Slogans, sentences.	Fait respecter la règle, la rappelle. Approuve, désapprouve, interdit, permet, juge, etc.	(+) pose des limites protectrices. (-) peut être répressif, dévalorisant.
<b>PARENT NOURRICIER</b> 	Prend soin. Prend en charge. Soutient aide, reconforte, conseille, encourage. « Bonne pâte ».	Regard compréhensif, penché en avant, le bras sur l'épaule. Amène et souriant.	Bien ! Vas-y ! Laisse-moi t'aider. Laisse, je vais le faire pour toi. Mon pauvre petit !	S'inquiète ou s'enthousiasme, encourage ou compatit. Rappelle ce qui est bien et juste.	(+) aime, protège et surtout permet. (-) peut être étouffant, sur-protecteur.
<b>ADULTE</b> 	Rationnel, neutre, logique, objectif. Recherche les informations. Cherche à comprendre.	Regard direct, attentif et neutre. Gestes mesurés. Tête droite, sans raideur. Ouvert.	Je pense que, mon hypothèse, à mon avis, qui, quoi, comment, etc. Clair et informatif.	Sélectionne, connaît ou ne connaît pas. Enregistre. Rappelle les faits, la réalité.	(+) capacité d'évolution de la personne. (-) si exclusif ou dysfonctionnant.

<b>ENFANT ADAPTÉ SOUMIS</b> 	Soumis aux demandes et attentes d'autrui. Veut bien faire, timide. « Enfant modèle ».	L'échine courbée, bras et jambes croisés, tête inclinée, le regard quête l'approbation.	S'il vous plaît, merci, je vais essayer, je n'oserais pas, je fais de mon mieux. Euh...	Tend à « s'incliner » devant les faits et les personnes. « Savoir-vivre ». Sécurité ou insécurité.	(+) utile pour vivre en société (-) la dépendance, la soumission, l'indécision.
<b>ENFANT ADAPTÉ REBELLE</b> 	Contestataire et critique, réagit par l'opposition. « Pour tout ce qui est contre » « Revolté ».	La mine boudeuse et renfrognée, il coupe la parole, élève la voix, hausse les épaules.	Non, je ne veux pas, sûrement pas. Vous ne m'aurez pas. Vous n'avez pas le droit.	Tend à s'opposer, surtout s'il perçoit un abus de pouvoir. Sécurité ou insécurité.	(+) la contre-dépendance peut mener à l'autonomie. (-) provocation, destruction.
<b>ENFANT SPONTANÉ ET CRÉATEUR</b> 	Naturel, libre de toute contrainte, affectif, curieux, primesautier, créatif, intuitif.	Il bouge, fait du bruit, rit, pleure, crie, « parle avec son corps ». Regard brillant, expressif.	Je veux, j'aime, chic, chouette, ouais, ouyouyouille. C'est chébran l'AT ? Eureka ! Et si... ?	Réagit « en direct », plaisir ou souffrance, intérêt ou ennui, amusement ou indifférence.	(+) source d'énergie de plaisir. Créativité et intuition. (-) « sauvage » et idées magiques.