

## Le vendeur est-il un séducteur ?

*Dans son célèbre roman, Belle du seigneur<sup>1</sup> Albert Cohen fait de son héros Solal un irrésistible séducteur capable même d'expliquer à sa victime, comment il s'y prend pour la séduire.*

*De cette explication, nous pouvons déduire quelques principes amusants, mais aussi fondamentaux de persuasion, arme fatale du vendeur... Ainsi en va-t-il par exemple du concurrent : pour l'éliminer, rien ne sert mieux que le compliment... En effet, et tous les commerciaux le savent aussi, il ne faut jamais dénigrer un concurrent...*

*Alors ? Ne seriez-vous pas vous aussi quelque part un séducteur irrésistible ?*

Pour ceux que la lecture de la source véritable intéresse, les onze manèges sont décrits aux pages 297 à 337 (de l'édition Gallimard). Solal séduit la belle Ariane tout en lui décrivant au fur et à mesure les procédés qu'il utilise. Ultime mépris il nomme chacun des procédés « farces », manifestant par là que seul l'amour, le vrai l'intéresse et qu'elle n'en est sans doute pas capable... il induit ainsi une polémique qu'il traduit en défi et lui fait le pari (page 298), que s'il le veut vraiment, il la séduira.

Commencent alors quelques uns des plus beaux (et des plus excitants) chapitres du livre. En résumé, les onze manèges (outre le pari de départ), sont les suivants :

1. **L'avertir que l'on va la séduire** (page 312)  
Solal refuse toute ambiguïté. Pas de faux semblants hypocrites risquant d'induire l'illusion de l'amitié amoureuse. En même temps cependant, il se montre détaché de l'enjeu immédiat. Sa vraie quête reste le grand amour, pas le vulgaire frotti-frotta sexuel.
2. **Démolir le mari** (par le compliment)  
Le principe de l'action est ici d'amener Ariane à mépriser son mari en éveillant chez elle un esprit de contradiction. Il couvre le mari de compliments, qu'elle trouve au départ justifiés mais fini par trouver exagérés... Le doute s'installe !
3. **La farce de la poésie**  
Comme en contrepoint, Solal se montre alors beau et charmeur et même au-delà, poète. Il faut élever le débat et passer du pratique (bien habillé, soigné, intelligent..) à l'esthétique (la poésie, la culture, les arts...).
4. **La farce de l'homme fort** (page 314)  
Dans la continuité de la farce précédente, il va se montrer sous un jour différent mais toujours à son avantage ; celui de l'homme de pouvoir. Il induit par là que l'on peut lui faire confiance et compter sur lui si l'on a besoin d'être en sécurité.

### 5. La cruauté (page 329)

Rupture dans le scénario de séduction (on ne doit surtout pas s'ennuyer !) : Ariane est à présent attirée mais n'a pas encore succombé. Solal va lui « permettre » de faire un pas de plus en se montrant soudain plus distant, moins accessible, moins disponible... Elle ne veut pas de lui, quoi de plus normal que de prendre de la distance ? Il glissera quelques remarques désagréables...

### 6. La vulnérabilité (page 332)

Évidemment, il ne s'agit pas de s'attarder dans le registre précédent trop longtemps. Cela finirait par agacer Ariane. Pourquoi ne pas plutôt créer une nouvelle surprise dans le scénario ? Oui, Solal l'admet : il n'arrivera pas à la séduire. Il jette l'éponge, fait mine de rompre la relation mais à contrecœur.

### 7. Le mépris d'avance

Ariane est alors désemparée et se rend compte qu'il va lui manquer. Elle reste consciente de ses engagements matrimoniaux, mais ne peut se résoudre à laisser Solal cesser de la voir. Ce dernier en profite et change à nouveau de tactique. Retour à la litanie du début : tout cela est vain au regard de sa quête du grand amour...

### 8. Les égards et les compliments

Après trois manèges remplis d'émotions fortes, après le mélodrame, retour à la douceur et à la paix. Solal va s'attacher à ramollir les dernières résistances d'Ariane en la comblant d'égards particuliers, d'attentions touchantes et de compliments énamourés.

### 9. La sexualité indirecte

Il prépare ainsi le terrain au désir qu'il éveille alors par des touchers qui semblent au départ involontaires ou fortuits (des mains qui se frottent, des genoux qui se touchent dans un lieu exigu...).

### 10. La mise en concurrence

À présent, Ariane est prête à succomber. Mais peut-être lui manque-t-il encore un peu de conviction ? Peut-être se sent-elle encore coupable vis-à-vis de son mari ? Il faut lever le doute et Solal s'y attache en se mettant à nouveau en situation de charmeur attirant la convoitise d'autres femmes. Il faut qu'elle craigne de le perdre.

### 11. La déclaration

C'est le moment de porter l'estocade, de conduire l'assaut final et Solal bien entendu, s'y entreprend avec passion et fougue... c'est le début de l'histoire passionnelle entre Ariane et Solal...

... Et la fin de ce résumé bien pauvre au regard du texte complet. Car dès que le tour est dévoilé, le magicien perd toute sa grâce...

Il reste le truc à apprendre et à reproduire avec le plus de charme possible (et nous verrons plus bas que cela dépend de l'état d'esprit dans lequel on se met...). Il reste aussi et surtout l'intérêt de la parabole : l'acte de vente est aussi fait de séduction ; et quelle belle aventure que celle de Solal pour inspirer les commerciaux !

<sup>1</sup> Belle du Seigneur. Albert Cohen. Edition Gallimard. 1968 ;

Mais avant de traduire ces manèges dans le scénario de vente, examinons quelques principes généraux :

- Tout d'abord l'idée qu'il s'agit d'un scénario à faire vivre. Le moins que l'on puisse dire est qu'Ariane vit une belle histoire. L'histoire est souvent plus séduisante que le séducteur lui-même. D'où une première question : quelle histoire avez-vous à raconter à votre client ?
- Tout le monde connaît l'acronyme pédagogique A – I – D – A (Attirer l'Attention, montrer l'Intérêt, susciter le Désir et faire passer à l'Action). Ceux qui le mettent en application pratiquent donc déjà la scénarisation de leur acte commercial (ou marketing d'ailleurs). Avec les onze manèges, on peut aller un peu plus loin dans la magie et le charme.
- Ensuite cette histoire est faite de multiples rebondissements qui permettent à Ariane de vivre des émotions différentes et surtout variées. Deuxième question : une relation commerciale doit-elle rester froide et seulement rationnelle ? Et sinon (troisième question), comment faire pour la rendre émotionnellement intéressante, mais aussi intelligente ?
- Enfin, il n'y a certainement pas qu'une seule façon de vendre (ou de séduire). L'expression « à la hussarde » plaît à certains ou à certaines... D'ailleurs un autre auteur, plus sérieux celui-là, puisqu'il s'agit d'un professeur de sociologie reconnu, Francisco Alberoni, a mis en évidence<sup>2</sup> que les femmes et les hommes avaient deux approches bien différentes du désir : les premières s'attachent au scénario tandis que les seconds sont plus directs. Il reste que dans notre monde hyperconcurrentiel, où la différence se fait de moins en moins sur le rapport qualité-prix et de plus en plus sur la qualité de la relation, une dernière question s'impose : ne vaut-il pas mieux réinvestir le champ des émotions dans les motivations d'achat ? Évidemment il ne s'agit pas véritablement d'une question !

## Le vendeur dans la peau de Solal

Examinons d'abord comment les onze manèges peuvent se traduire dans l'acte de vente et inspirer l'amateur de scénarisation que vous êtes peut-être. Nous verrons ensuite comment mettre un peu d'intelligence émotionnelle dans son scénario en nous appuyant sur une nouvelle approche de la motivation. Il s'agit ici bien entendu de suggérer des pistes de réflexion bien plus que d'une proposition d'enseignement didactique. L'objet de ces quelques lignes est surtout de vous donner envie d'en trouver d'autres : les vôtres ! Les onze manèges sont donc repris un à un :

1. **Lever toute ambiguïté** sur la relation de vente  
On est là pour acheter et vendre ! Très vite il faut engager le client à sortir du processus de consultation libre et non engageant (« je regarde... » dit-on dans un magasin). Juste après il s'agit au contraire de renverser le rapport de

la demande. D'une part parce que cela peut faire peur ou même faire fuir, mais aussi et surtout parce qu'il s'agit de rééquilibrer le rapport de force.

2. **Démolir la concurrence (par le compliment)**  
Se renseigner, faire parler, écouter et surtout ne pas se faire valoir en regard. Le concurrent a forcément des qualités (sinon il n'aurait pas été choisi) et des défauts (sinon vous ne seriez pas là). Pousser le questionnement aussi loin que possible faire en sorte que le client lui-même soit amené à découvrir les limites ou les faiblesses.
3. **La farce de la poésie (ou de l'esthétique)**  
Se montrer à son avantage, être bien habillé, soigner son langage, comme un cadeau fait à autrui. Le séducteur déclame un poème à l'être aimé. Le vendeur renvoie à son client une belle image de ce qu'il est en parlant bien de lui. L'idée est d'élever le débat au niveau esthétique. Il y a certainement une dimension esthétique à trouver dans chaque métier
4. **La farce de l'homme fort, infailible**  
Après la douceur et le compliment, on change une fois de plus de registre : au vendeur de se montrer maître du jeu. Il y a le registre des titres ou autres signes extérieurs de pouvoir : carte Platinium pour les frais de réception, CEO sur la carte de visite, voiture de prestige... Mais tout le monde n'a pas ces moyens. Peu importe, l'idée est d'impressionner. On peut jouer sur son intelligence, ses compétences, sa maîtrise d'un sujet...
5. **La cruauté (une pointe)**  
Être très occupé, tellement demandé que l'on devient difficile à joindre à un moment crucial... on peut aussi jouer d'ironie dans une conversation, mais quoiqu'il en soit, tout, doit bien entendu se faire dans la subtilité (on a dit une pointe, pas une poignée).
6. **La vulnérabilité**  
Nouveau changement ! se dévoiler et avouer son envie de faire affaire mais que l'on n'y arrive pas... Vous êtes trop forts pour moi (ou trop cruel !). Susciter le désir par un repli tactique.
7. **Le mépris d'avance (encore et toujours)**  
Une fois le client « réamorcé » se montrer désabusé. Cela consiste à pousser un tout petit plus loin le mouvement de repli pour forcer le client à ancrer son désir de nous voir revenir dans le jeu (cf. « La vérité si je mens 2 »)
8. **Les égards et les compliments**  
C'est tout naturellement que l'on peut alors introduire un moment de douceur dans la relation. Dire à l'autre que l'on apprécie l'échange, le fait d'avoir fait connaissance... Il faut oser !
9. **L'engagement (farce de la Sexualité indirecte)**  
Les manèges sont bien entendu une parabole et il n'est évidemment pas question ici de vous égarer dans des voies aussi personnelles, ni de faire du pied sous la table à son client. Mais cela n'exclut pas l'idée que l'on cherche à le toucher : émotionnellement en abordant des conversations plus personnelles (famille, moments de vie personnels...), en passant au tutoiement, ou même physiquement : serrer la main plus chaleureusement, se tenir par l'avant-bras ou toucher l'épaule ou le dos lorsqu'on laisse passer devant (après toi je t'en prie...). L'intention est de créer un engagement réciproque, de franchir la barrière des relations distantes d'avant...
10. **La mise en concurrence**  
Je n'ai pas le temps..., la semaine prochaine vous voulez que l'on se voie mais le PDG de VIVENDI m'a demandé de lui réserver ma semaine... dommage ! Au fait je ne t'ai pas dit ça marche tellement fort en ce moment que je n'ai plus une minute pour faire du commerce... La semaine prochaine j'ai RV avec XXX – le DRH qui l'a viré il y a cinq ans (une pointe on a dit !)

<sup>2</sup> L'érotisme. Francesco Alberoni. Traduction française chez Poche. 1994.

**11. La proposition / conclusion :**

Oser conclure ; prendre l'initiative de faire une proposition mais rester bref et faire le vide juste après pour amener l'autre à dire oui ; accompagner le geste à la parole !

**Le secret : changer d'état d'esprit**

En vente, comme en matière de séduction, la bonne pratique de techniques ne suffit pas. Pour être persuasif ou convaincant, il est nécessaire de donner le sentiment d'être convaincu soi-même et donc « vivre » ce que l'on dit. C'est l'effet de congruence : lorsqu'il y a accord entre les états internes et les attitudes.

Pour ce faire, il est possible de s'appuyer sur la Théorie du Renversement du professeur Michael Apter. Et avant de voir comment être congruent dans à chaque « manège », examinons plus avant dans quelle mesure cette théorie peut nous éclairer :

Elle pose en effet que nous appréhendons le monde qui nous entoure au travers de 8 états mentaux (ou plus simplement huit états d'esprit), et que selon l'état d'esprit dans lequel on est, on peut percevoir une même chose de façon différente et y réagir aussi de façon différente : elle peut nous apparaître agréable ou désagréable d'une part, mais on peut aussi y réagir positivement (motivé) ou négativement (stressé<sup>3</sup>).

**Être motivé par le résultat ou par le jeu ?**

L'idée essentielle est que l'on peut donc changer d'état d'esprit et en adopter donc qui sont plus ou moins adaptés à la situation.

Dans le cas de notre démarche de séduction, on peut ajouter qu'il faut être capable de changer d'état d'esprit. Souvent et même rapidement. Pour surprendre, amuser, susciter des émotions déroutantes...

Mais cela demande d'être convaincu soi-même : comment dire à quelqu'un que la conclusion d'un contrat avec lui m'est indifférente, si dans le même temps, je crains pour ma prime ? La peur du résultat peut être tétanisante : il n'est que de voir certains joueurs de tennis au moment où ils tiennent leur balle de match. Un acteur vous dirait qu'il vous faut « faire comme si... ». Et les bons y parviennent. Comment ? En considérant la situation sous un autre angle, en se mettant dans

<sup>3</sup> Ces termes (« motivé » et « stressé ») étant pris ici au sens courants de réaction positive ou négative. En réalité, les réactions de stress sont plus complexes et pas forcément simplement positive ni négative...

un état d'esprit adapté, celui qui consiste à considérer l'instant présent et non le futur.

Les coachs sportifs disent qu'il faut se concentrer sur le jeu et non sur le résultat, considérer que le beau jeu, celui qui donne du plaisir conduit au succès plus certainement que le stress lié à la pression du résultat.

**Retrouver la motivation par le plaisir**

La Théorie du Renversement nomme cet état d'esprit, « l'état mental Enjoué » par opposition à l'état mental « Sérieux », dans lequel seul le résultat compte. Elle en propose ainsi six autres, organisés en paires d'états opposés, nous invitant à naviguer de l'un à l'autre pour mieux nous adapter à notre environnement.



Bien sûr nous le faisons tous déjà. Mais plus ou moins bien. Et disposer de cette grille de lecture peut nous permettre de faire mieux. Lorsque par exemple, vous prenez votre mal en patience dans un embouteillage : sans doute « renversez-vous » de l'état « Sérieux » à l'état « Enjoué ». Mais que faire avec celui qui en réunion, ne cesse s'obstiner à avoir raison envers et contre tous (états « Maîtrise » et « Sérieux »), peut-être serait-il avisé de comprendre qu'il peut adopter un état d'esprit plus adapté (« Conforme » et ou « Sympathie ») tout en conservant une motivation élevée ?

**État d'esprit : un contexte mental**

Selon les états dans lesquels nous nous trouvons, nous sommes en effet motivés différemment : Chaque *état d'esprit* est une sorte de contexte mental dans lequel nous sommes motivés ou non au regard d'une valeur qui dans l'instant nous sert de repère et nous importe plus que toute autre. Dans l'état « Sérieux » ce qui m'importe est de m'accomplir, et je perçois la situation au regard de cette valeur. Peu m'importe à cet instant les autres. Que j'y prenne du plaisir ou non devient secondaire. Ainsi, je peux manger pour me nourrir, peu importe que cela soit bon ou au contraire pour le plaisir, peu importe que cela soit bon ou mauvais pour ma santé. On peut manger pour le

plaisir et la santé, mais à chaque instant, seule une motivation va nous importer. Elles peuvent varier d'un instant à l'autre. À l'issue de mon repas, je pourrais peut-être dire que j'ai passé plus de temps dans un état que dans l'autre mais, j'aurais sans doute expérimenté les deux.

Ainsi, les huit états mentaux sont organisés en quatre paires d'états mentaux opposés et il est possible de percevoir chaque situation au travers d'un ou deux états mentaux dominant (mais jamais d'une même paire) et en changer.

### Devenir un caméléon de l'état d'esprit

Dans le tableau ci-dessous extrait du livret « Exploitez les ressources de sa motivation<sup>4</sup> » sont décrits les 8 états mentaux et les valeurs associées.

■ Les quatre paires d'états mentaux	
- <b>SÉRIEUX. Valeur: l'accomplissement</b>	Etre attaché au but, aux conséquences, au résultat, peu importe la difficulté ou le désintérêt du moment.
- <b>ENJOUÉ. Valeur: le plaisir</b>	Rechercher le plaisir, la satisfaction de l'instant, peu importe les conséquences ou le but poursuivi.
- <b>CONFORME. Valeur: le devoir</b>	Etre désireux de se conformer aux règles, aux normes, peu importe les limites imposées à sa liberté.
- <b>REBELLE. Valeur: la liberté</b>	Vouloir se libérer des règles, se sentir libre de toute contrainte, peu importe le risque.
- <b>MAÎTRISE. Valeur: le pouvoir</b>	Considérer la relation en termes de prendre ou céder; désirer la contrôler, l'emporter, peu importe les sentiments.
- <b>SYMPATHIE. Valeur: l'amour</b>	Considérer la relation en termes de donner ou recevoir; désirer prendre soin d'autrui ou satisfaire un besoin d'intimité, de gentillesse, peu importe qu'on le contrôle ou qui domine.
- <b>SOI. Valeur: l'individualisme</b>	Agir ou percevoir la réalité par rapport à soi, peu importe les autres.
- <b>AUTRUI. Valeur: l'altruisme</b>	Faire ou agir pour autrui, percevoir la réalité par rapport aux autres, peu importe son intérêt personnel.

Si l'on en revient à nos « onze manèges », la question de leur efficacité renvoie nous l'avons vu, à celle de la congruence et donc à l'état d'esprit (ou aux états d'esprit) dans lequel on est à chacun des manèges. Pour réussir, à être aussi persuasif que notre héros Solal, il faut être doué d'une grande flexibilité mentale. On l'a vu en effet, Solal surprend sans cesse, choque parfois, amadoue l'instant d'après... Véritable caméléon de l'état d'esprit il navigue d'un état à l'autre pour porter son discours et s'il est convainquant, c'est qu'il est convaincu. Et pour être convaincu, il se doit d'être congruent.

<sup>4</sup> Exploiter les ressources de sa motivation. Attitudes-Design & éditions ». 31, rue Saint-Georges, Paris 9<sup>ème</sup>, 2009.

Comment ? En adoptant un état d'esprit adapté à chaque manège :

**Premier manège (le mépris d'avance)** : dans cette première étape, il faut être détaché du but et adopter les états d'esprit « Enjoué » et « Transgressif » (ou « Rebelle »). Il en résulte des émotions de joies teintées d'espièglerie liée à l'excitation du jeu... on se souviendra par exemple de la chanson de Roland Magdane, « tu veux ou tu veux pas ? Si tu veux pas tant pis, je n'en ferai pas une maladie ». Intérieurement, on sera comme dans une bulle, totalement habité par cet état d'esprit. Tel un acteur, on considèrera pendant un moment la situation en termes de « bien sûr que je suis là pour vendre, pas pour enfilez des perles. Mais bon. Est-ce que vous méritez que je me décarcasse ? »

Quand il s'agit ensuite de **démolir la concurrence** (par le compliment) : à ce moment-là on a besoin d'être motivé par l'intérêt de notre interlocuteur (états Sympathie et Autrui). Le *personnage à incarner* est ici celui de l'ami attentif, attentionné : « s'occupe-t-on vraiment bien de vous ? Et que fait-on pour cela ? Je sais vos besoins, vos difficultés... Et heureusement vous avez des amis qui savent certainement vous aider... »

Dans **la farce de la poésie (ou de l'esthétique)**, il est possible de rester dans le même état d'esprit en gardant en tête l'idée de faire plaisir à l'autre. Chanter les louanges d'autrui procède bien d'un état d'esprit altruiste et généreux. Dans le même temps, on pourra aussi s'attacher à rester dans le présent et ne montrer par conséquent aucun objectif. Sans quoi, le poète deviendra courtisan et le charme sera rompu.

Avec **la farce de l'homme fort**, retour à *Soi* et renversement dans *Maîtrise*. Ce qui nous motive à présent est de profiter de l'avantage acquis dans la phase précédente. Le personnage à jouer se situe plutôt dans les registres de vos héros favoris : Superman ou Superwoman ?, peu importe, mais enfiler leur costume et jetez-en un maximum, c'est le moment !

En poussant vers la farce suivante, **la cruauté**, il va falloir à nouveau *renverser* : ici l'idée est de contrôler l'autre, le soumettre à sa volonté... ne serait-ce que quelques secondes. Pourquoi ne pas se mettre alors dans la peau de Maître Renard qui après avoir loué Maître Corbeau, lui pique son fromage tout en lui faisant la morale : « Tout flatteur vit au dépens de celui qui l'écoute ». Encore une fois, cette phase semble des plus délicates ou des plus improbables dans la relation commerciale. Mais c'est en adoptant l'état d'esprit ad hoc que vous viendra l'inspiration des moyens.

Un contemporain de La Fontaine (Boileau, n'écrivait-il pas : « Ce qui se conçoit bien, s'énonce clairement et les mots pour le dire arrivent aisément » ? Bien concevoir pouvant bien sûr s'entendre au sens figuré comme une forme de congruence...

Les 11 manèges de la vente	
Manèges	Etats d'esprit
Le mépris d'avance	Enjoué et Transgressif
Démolir la concurrence	Sympathie et Autrui
La farce de l'esthétique	Idem et Enjoué
La farce de Superman	Maîtrise et Autrui
Maître Renard	Sympathie, Soi et Sérieux
La vulnérabilité	Idem et renversement en Enjoué
Le renoncement	Sérieux
Le compliment	Sympathie et Autrui
L'engagement	Idem et Transgressif
La mise en concurrence	Enjoué et Transgressif
La conclusion	Conforme

Mais cette phase de devra durer qu'un court instant. Ca voilà qu'à présent, il s'agit de rendre les armes. Pour le nouveau manège de la **vulnérabilité**, il s'agit au contraire d'inspirer de la sympathie à son égard et donc se montrer sincèrement triste de pouvoir poursuivre. L'état d'esprit est empreint de *sympathie* envers *Soi*, mais aussi d'un attachement au but (État *Sérieux*) malheureusement contrarié.

Ce qui peut assez naturellement glisser vers une forme d'acrimonie et de détachement (phase de **mépris d'avance**). L'état d'esprit est celui du « Roi s'ennuie » dans les Propos d'Alain<sup>5</sup> : on est dans l'état d'esprit *Enjoué*, mais pas excité par ce qui se passe. Il est alors possible de faire montre d'un véritable détachement, voire du **renoncement** et entretenir l'interaction. En prenant l'initiative puis en y renonçant, on incite l'autre à la reprendre et on crée une sorte de jeu, un « à moi, à toi, à moi... ».

Dans ce même état d'esprit, on peut repasser assez facilement au manège des **égards et compliments**. Il s'agit juste de se centrer à nouveau sur *Autrui* avec l'intention d'en prendre soin (*Sympathie*).

Dans la phase de **l'engagement**, on pourra rester dans ces deux états mais il faudra aussi oser engager en transgressant certains rites sociaux. Pour cela, il faudra adopter un état d'esprit adapté

et dans lequel oser le tutoiement est plaisant, voire excitant ! C'est l'état *Transgressif* ou *Rebelle*. Ce registre adopté, il sera plus aisé d'enchaîner sur la phase suivante de la **mise en concurrence**. Car ici aussi il faudra non seulement oser mais aussi trahir un peu... ne serait-ce que pour rire (état *Enjoué*), car en réalité, évidemment il est temps de **conclure** et avec personne d'autre ! C'est juré !

### Vous avez dit manipulation ?

Voilà. Le tour est joué. Bien entendu les chantages du « bien-pensant » vous engageront à ne pas succomber aux charmes tentateurs de ces procédés aussi diaboliques que manipulateurs... Et pourtant... N'est-ce pas justement cette belle manipulation que nous allons acheter quand nous allons voir un magicien ? N'est-ce pas le manque de magie de ce vendeur que nous regrettons au contraire souvent ? Sommes-nous dupes ou bien plutôt et simplement consentants ? Est-ce la manipulation qui doit être rejetée au nom de la morale ou au contraire la mauvaise manipulation et par conséquent le non consentement au nom de la médiocrité ?

Pour Michael Apter, l'Être humain est plutôt en recherche de belles émotions que le contraire... tout le monde s'accorde à penser qu'il n'est pas agréable de se faire escroquer. Que le faire est répréhensible. Il ne faut cependant pas confondre l'outil voire le procédé, avec celui qui l'utilise ni avec ses intentions.

### Retrouver le plaisir de vendre

Vouloir user de séduction dans la vente peut ne pas être politiquement correct, mais si cela permettait de « mettre un petit peu d'art dans sa vie et peu de vie dans son art » comme le professe Louis Jovet dans Entrée des Artistes<sup>6</sup> ? Si cela permettait aux acheteurs de gagner en plaisir d'acheter ? Et surtout aux vendeurs de gagner en plaisir de vendre !

Christophe Lunacek  
[c.lunacek@impact-rh.com](mailto:c.lunacek@impact-rh.com)

<sup>5</sup> Propos sur le bonheur. Alain. Poche. À lire absolument pour comprendre la motivation, qui obéit aux mêmes lois que le bonheur. Ainsi, dans le « Roi s'ennuie » Alain nous dit que « le bonheur suppose toujours quelque inquiétude, quelque passion, une pointe de souffrance qui nous éveille à nous-mêmes. »

<sup>6</sup> Une citation plus complète : « La vie est une farce, c'est vrai mais il faut y croire. Mettre un peu d'art dans sa vie et un peu de vie dans son art (...) il suffit d'avoir la foi et tout devient réel ». Film de Marc Allégret, dialogues du grand Janson. Voir aussi [http://www.dailymotion.com/video/x2cng9\\_louis-jovet-entree-des-artistes\\_shortfilms](http://www.dailymotion.com/video/x2cng9_louis-jovet-entree-des-artistes_shortfilms)