

*"Ce qu'on obtient en atteignant nos objectifs n'est pas aussi important que ce que l'on devient en les atteignant " Zig Ziglar*

## **bri bou consultante**

13/09/2023

Ce profil contient

<b>I. INTRODUCTION</b> .....	2
<b>II. VOTRE STYLE DE NÉGOCIATEUR EN MODE ADAPTÉ</b> .....	4
<b>III. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE ADAPTÉ</b> .....	9
<b>IV. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE NATUREL</b> .....	10
INTERACTIONS DES DIFFÉRENTES COULEURS AU SEIN DE VOTRE PERSONNALITÉ.....	11
DYNAMIQUE ENTRE VOTRE STYLE NATUREL ET VOTRE STYLE ADAPTÉ .....	12
<b>V. VOTRE RADAR DE LA VENTE</b> .....	13
<b>VI. VOS TIRAILLEMENTS ET TENSIONS PARADOXALES</b> .....	14
<b>VII. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE OPPOSÉ</b> .....	21
DESCRIPTION DE VOTRE STYLE OPPOSÉ ET CONSEILS POUR SORTIR DE LA ZONE D'INCONFORT .....	22
<b>VIII. PROPOSITIONS POUR ÉLABORER VOTRE PLAN DE DÉVELOPPEMENT :</b> .....	24
<b>IX. REPÉRER LES ATTITUDES VERBALES ET NON VERBALES</b> .....	26
<b>X. COMPRENDRE VOS INTERLOCUTEURS EN 4 COULEURS</b> .....	28
<b>XI. SYNTHÈSE DE VOS GRAPHES</b> .....	29



## I. INTRODUCTION

Nous avons eu l'occasion d'enquêter auprès de centaines de vendeurs, afin de découvrir leurs clefs de succès. Si, parmi les nombreuses qualités évoquées, le négociateur doit être doté d'une grande confiance en lui, avoir un goût prononcé pour l'effort ou maîtriser les techniques de vente, il en ressort un point déterminant et commun : **la capacité de s'adapter à ses clients.**

### Existe-t-il donc un profil type pour exceller dans la vente ?

La réponse est non... L'important, ce n'est pas votre style de vendeur mais ce que vous en ferez. Êtes-vous fait pour des ventes longues et complexes qui nécessitent du temps ou des ventes à court terme couronnées d'un résultat immédiat ? En réalité, votre personnalité détermine votre style de vente ainsi que les typologies de vente et les secteurs dans lesquels vous pourrez vous épanouir. Ce profil vous livrera des pistes personnalisées pour mieux vous connaître, forger votre propre style de négociateur et adapter les techniques de vente à votre personnalité et celles de vos clients !

### Vous l'avez compris : vous êtes unique !

Pour réussir durablement, pour que vos clients soient satisfaits et vous recommandent, nous vous proposons la démarche suivante :

- Identifier votre style de négociateur
- Comprendre le fonctionnement de vos interlocuteurs
- Adapter votre communication à chaque client
- Élaborer la stratégie gagnante avec le [triangle de la vente](#)

**Ce profil est le reflet de vos réponses** données à un moment de votre vie, dans un contexte spécifique. Est-il juste à 100% ? Vous y trouverez certainement beaucoup de vérités et de matière à progresser. Le comportement humain est bien trop complexe pour que l'on puisse définitivement enfermer les personnes dans des cases !

**Ce profil décrit les tendances et attitudes de « confort »** que vous adoptez fréquemment. Aucune couleur n'est mieux qu'une autre, cependant, un comportement couleur peut s'avérer adapté ou non à une situation donnée. Selon votre environnement et les objectifs que vous souhaitez atteindre, vous pouvez renforcer vos potentiels en vous appuyant sur vos forces et en définir les axes de progrès qui vous semblent prioritaires.

**Ce profil décrit également votre style opposé** et vous livre des clefs pour comprendre et vous adapter à ceux ne vous ressemblent pas. Prenez le temps de relire votre Profil 4Colors et de souligner les termes qui vous étonnent. Discutez-en avec vos amis, collègues ou avec votre manager. Ils vous apporteront leur précieuse perception,

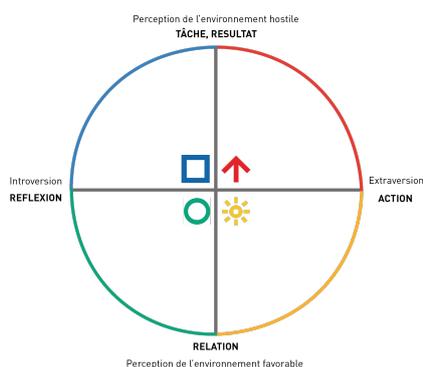
indispensable à toute progression.

### Ce profil ne décrit pas :

- **Vos compétences techniques de vente** : vous les avez probablement acquises à l'occasion de vos formations initiales, en séminaires d'entreprise ou sur le terrain avec vos managers.
- **Vos motivations ou vos valeurs** : Les raisons qui donnent à chacun l'envie de réussir sont personnelles : se réaliser, relever des challenges, se positionner socialement, satisfaire ses clients, etc.

### Pour entreprendre ce voyage en vous-même, nous vous proposons un outil indispensable : la boussole des couleurs.

Élaborée à partir des travaux de C.G. Jung et de W.M. Marston, la boussole des couleurs qui vous permettra de garder le cap en toutes circonstances.



**Nord** : Perception hostile de l'environnement, orientation vers les faits

**Sud** : Perception favorable de l'environnement, , orientation vers la relation et les sentiments

**Est** :Orientation vers l'Extraversión et préférence pour l'action

**Ouest** : Orientation vers l'introversión et préférence pour la réflexion

Cette boussole décrit quatre grandes tendances comportementales qui interagissent au sein de votre personnalité. Elles composent un assemblage unique qui s'appuie sur des tendances dominantes :

- **Rouge** : réussir grâce à son sens de l'objectif et sa détermination
- **Jaune** : miser sur ses qualités relationnelles et sa capacité d'influence
- **Vert** : instaurer une relation de confiance sur le long terme
- **Bleu** : développer une expertise forte et maîtriser tous les paramètres de négociation.

**Prêt pour le voyage ?**

## II. VOTRE STYLE DE NÉGOCIATEUR EN MODE ADAPTÉ



Cette couleur décrit la manière dont vous interagissez avec les autres.



**Vous êtes jaune dominant.**

Vous êtes optimiste et construisez une relation client exceptionnelle dans laquelle les rapports humains occupent une place centrale. Vous influencez vos interlocuteurs en impulsant une forte dose d'énergie et d'enthousiasme.

Vos interventions en public sont une occasion rêvée de convaincre et de briller en développant un discours tonique et positif. Regard ouvert, visage souriant, votre gestuelle ample, rythmée et spontanée exprime une grande confiance en vous. Votre démarche est montée sur ressort. Kinesthésique (sens du toucher), vous appréciez les longues poignées de main, la bise ou, Covid oblige, les tapes amicales dans le dos, voire les hugs.

Vous aimez travailler en équipe et attirer l'attention par votre bonne humeur, votre humour et vos rires. Votre vision positive du monde, vous amène à mailler un réseau d'influence souvent informel lors de soirées, d'activités sportives ou associatives. Pour vous, les clients deviennent souvent des nouveaux amis.

La phase de contact est pour vous facile, tant vous entrez rapidement en relation. Vous aimez coconstruire avec vos clients les solutions idéales. Vous préférez argumenter sur vos solutions que de passer trop de temps à questionner pour découvrir les motivations profondes...

Vous donnez une impression de permanente facilité et légèreté qui peut agacer ceux qui perçoivent l'environnement de manière hostile et peuvent traduire cette attitude comme un manque de sérieux. Cette dose d'enthousiasme peut à l'inverse finir par provoquer des freins et des doutes.

Vous aimez improviser, faute d'ailleurs, d'avoir préparé... Arriver fleur au fusil, avec l'idée que la vente repose sur vos qualités relationnelles peut être risqué. Car en temps de crise, les acheteurs même sympas peuvent vous mettre en concurrence pour acheter au mieux...

### **Vos forces motrices :**

*Cochez les besoins qui sont importants pour vous et partagez ces sujets avec votre entourage.*

- Qualité relationnelle
- Capacité à convaincre
- Agilité et capacité à créer une offre sur mesure
- Collaboration et co-construction de solutions sur mesure

### **Vos pistes d'amélioration possibles :**

- Travailler avec des clients austères et exigeants
- Préparer vos entretiens en profondeur
- Questionner et écouter activement
- Structurer vos entretiens avec méthode

---

---

**Cette couleur décrit la manière dont vous stabilisez votre environnement de travail et réagissez aux changements de rythmes.**



En clientèle, vous préférez des visites rapides. Vous aimez changer votre organisation et celle de vos clients. Souvent en mouvement, vous avez besoin d'action pour avancer. Vous aimez la nouveauté, même si cela peut parfois aboutir à quelques incohérences.

Vous exprimez facilement vos avis et vos émotions. Votre expressivité suffit, même si vous n'avez pas dit un mot... Vous appréciez travailler sous pression et attendez souvent le dernier moment pour faire les choses, surtout si elles vous semblent fastidieuses.

Vous coupez parfois la parole, pensant avoir déjà compris les besoins de vos clients. Peu patient, vous répondez souvent hâtivement aux objections. Ceux qui ne vous ressemblent pas peuvent vous percevoir comme une personne inconstante risquant de ne pas suivre ses dossiers.

**Vos forces motrices :**

- Rapidité et rythme des visites commerciales
- Promotion des nouveaux produits et des nouvelles organisations auprès des clients
- À l'aise dans un cycle de vente rapide et non récurrent
- Capacité d'accélérer face aux contraintes

**Vos pistes d'amélioration possibles :**

- Approfondir votre questionnement pour découvrir des besoins implicites
- Écouter activement en observant le non verbal du client
- Fidéliser et suivre vos clients régulièrement
- Faire preuve de patience pour conclure au bon moment.



**Cette couleur décrit la manière dont vous fixez vos objectifs et abordez les défis.**



Vous vous fixez des objectifs réalistes que vous pensez pouvoir atteindre. Vous recherchez la modération dans la manière de vous comporter. Vous vous montrez prudent(e) quant à vos prévisionnels. Avant de décider, vous prenez généralement le temps de chercher les différentes options commerciales.

Vous savez prendre en compte le point de vue du client, quitte à devoir lâcher vos propres objectifs. Vous résolvez les problèmes de manière conventionnelle. Vous vous montrez coopératif(ve) et ouvert(e), n'hésitant pas à arrondir les angles pour trouver un consensus. Il est agréable de travailler avec vous pour vos qualités de discrétion et modestie. Le doute prend parfois la main dans vos prises décisions et rend cet exercice délicat.

Dire « Non » est pour vous souvent embarrassant car vous préférez éviter les conflits. Craignant de trop affirmer vos positions, il peut vous arriver de concéder trop facilement des avantages ou des remises entraînant une dégradation de vos marges.

**Vos forces motrices :**

- Travailler dans un environnement positif et partenarial
- Fixer des objectifs concertés et atteignables
- Valoriser votre sens du consensus

**Vos pistes d'amélioration possibles :**

- Garder des objectifs clairs en vue
- Exprimer et défendre vos positions.
- Oser conclure

---

---

**Cette couleur décrit la manière dont vous conformez et réagissez aux règles et aux procédures.**



Vous aimez prendre des risques et vous jeter dans l'action. Comptant sur vos capacités d'improvisation, vous préparez vos visites à minima. Votre créativité vient souvent à bout des difficultés que vous rencontrez pour surmonter les obstacles.

Votre besoin de liberté, vous fait fuir à vitesse grand V les contraintes et les reportings ! Pour vous, un cadre est fait pour être contourné de manière inventive, originale, voire révolutionnaire, ce qui peut être précieux pour débloquer des objections importantes. Si vous êtes amené à défendre votre offre en public, vous vous appuyez plus sur la forme que sur la préparation et le contenu.

Manquant parfois de recul sur les situations, il vous arrive d'exprimer votre avis de manière intempestive, trop directe, voire parfois dangereuse. Votre capacité à passer rapidement d'un sujet à l'autre peut refroidir certains clients qui attendent plus de clarté et une ligne directrice respectant des étapes.

**Vos forces motrices :**

- Un environnement libre et changeant.
- Des contrôles allégés ou quasi inexistantes.
- De l'autonomie pour inventer des solutions originales

**Vos pistes d'amélioration possibles :**

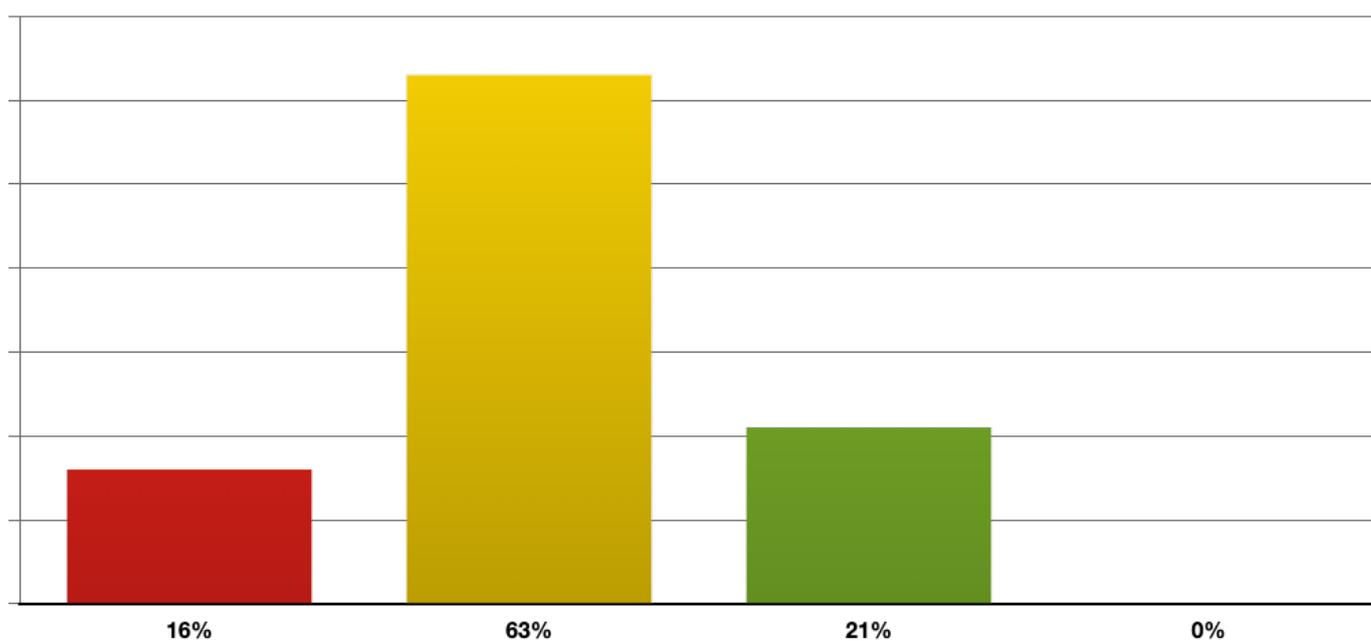
- Structurer vos rendez-vous et vous conformer au cadre prédéfini
- Faire preuve de plus d'anticipation et de prudence
- Préparer vos visites en profondeur
- Formaliser vos accords commerciaux par écrit

### III. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE ADAPTÉ

Ce graphe est établi en fonction de vos réponses "plus". Il décrit la manière dont vous pensez réussir dans votre environnement. Ce style adapté est le style que vous laissez lire aux gens qui vous entourent. C'est celui que vous pensez le plus efficace pour satisfaire vos besoins et répondre, selon vous, aux attentes de vos interlocuteurs.



#### VOTRE GRAPHE PROFIL 4COLORS STYLE ADAPTE

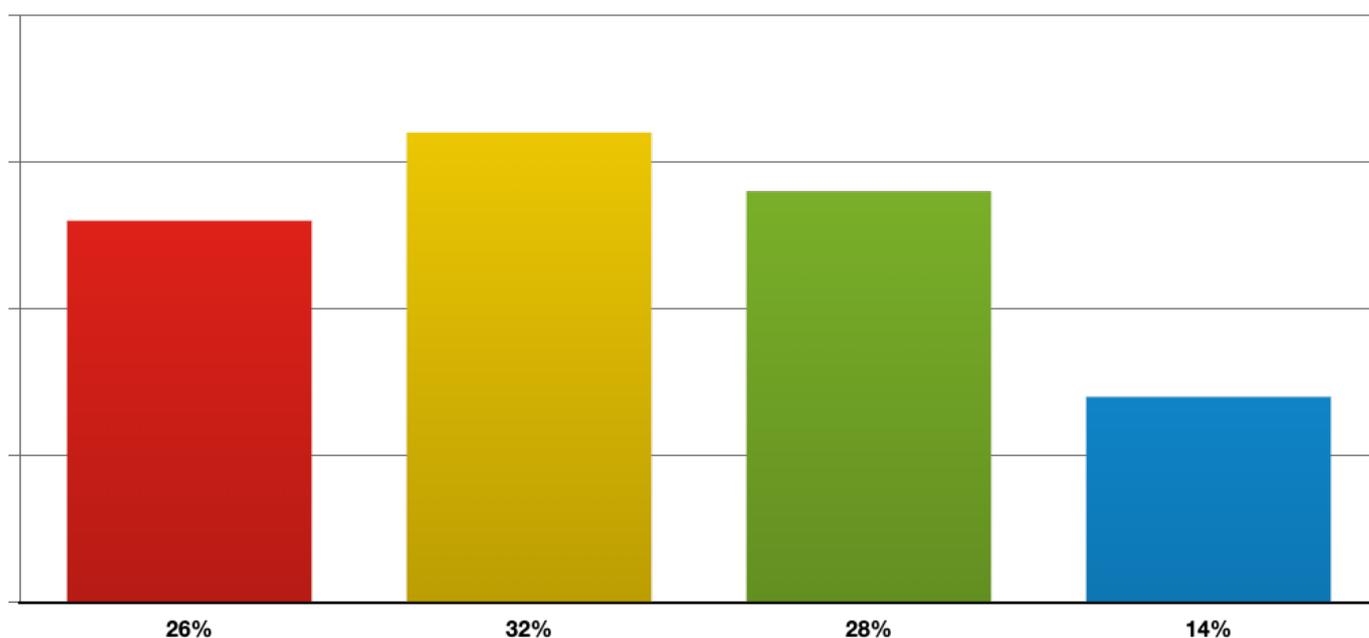


#### IV. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE NATUREL

Ce graphe illustre votre style naturel, établi en fonction de vos réponses "moins". Il représente votre style propre, celui que vous développez lorsque vous n'avez pas besoin de faire d'efforts d'adaptation ou lorsque, sous l'emprise du stress ou de l'émotion, vous revenez à votre naturel... Ce style est votre ancrage comportemental, votre base stable qui évoluera bien sûr, mais pas à pas.

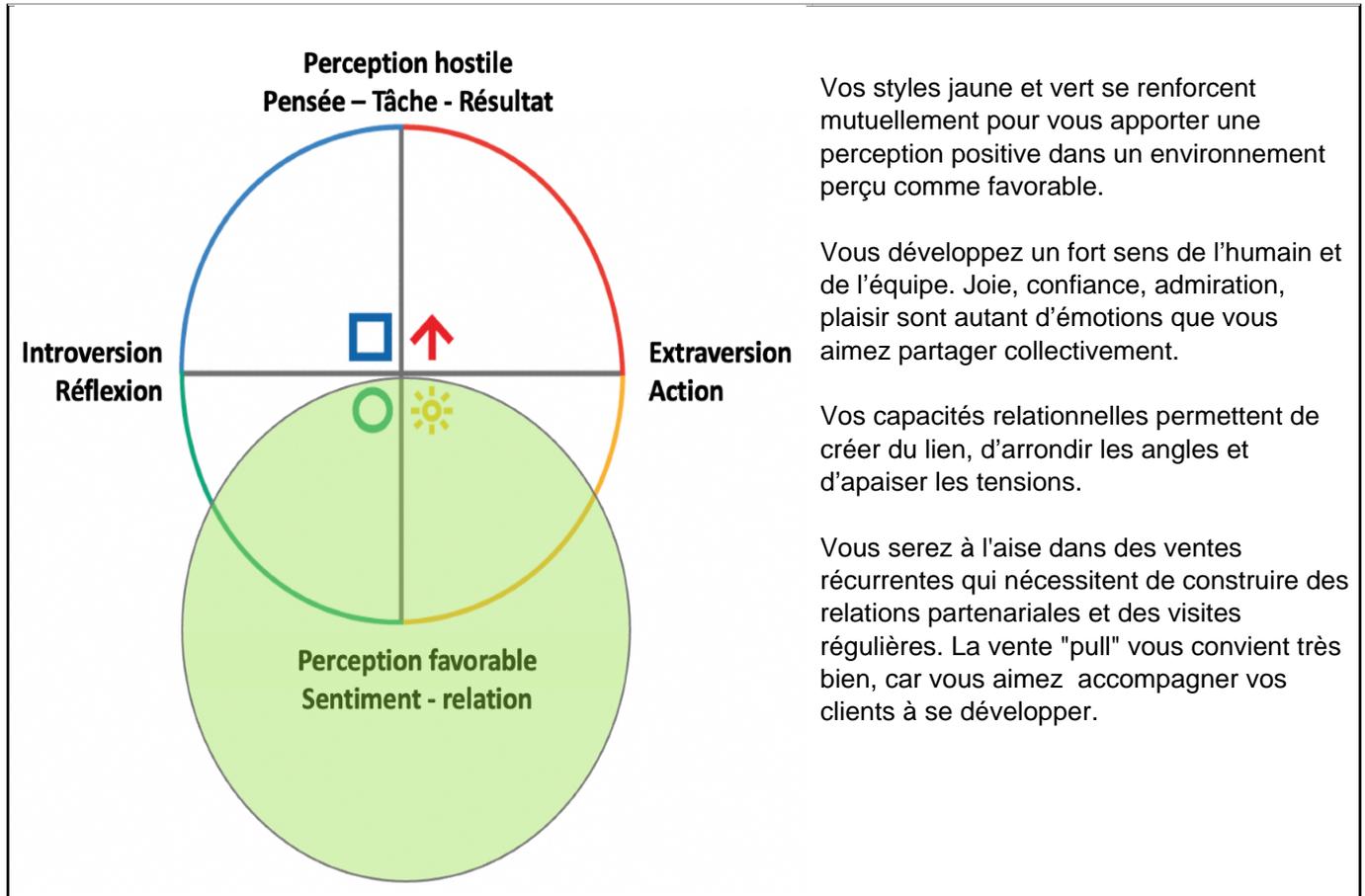


#### VOTRE GRAPHE PROFIL 4COLORS STYLE NATUREL



## INTERACTIONS DES DIFFÉRENTES COULEURS AU SEIN DE VOTRE PERSONNALITÉ

**Vous percevez majoritairement l'environnement de manière favorable. Vous êtes orienté(e) vers l'humain et les sentiments.**



**Dans la négociation, voici les phases dans lesquelles vous êtes à l'aise :**

- prise de contact
- écoute, recherche de besoins
- argumentation
- recherche de solutions
- développement d'un réseau client amical.

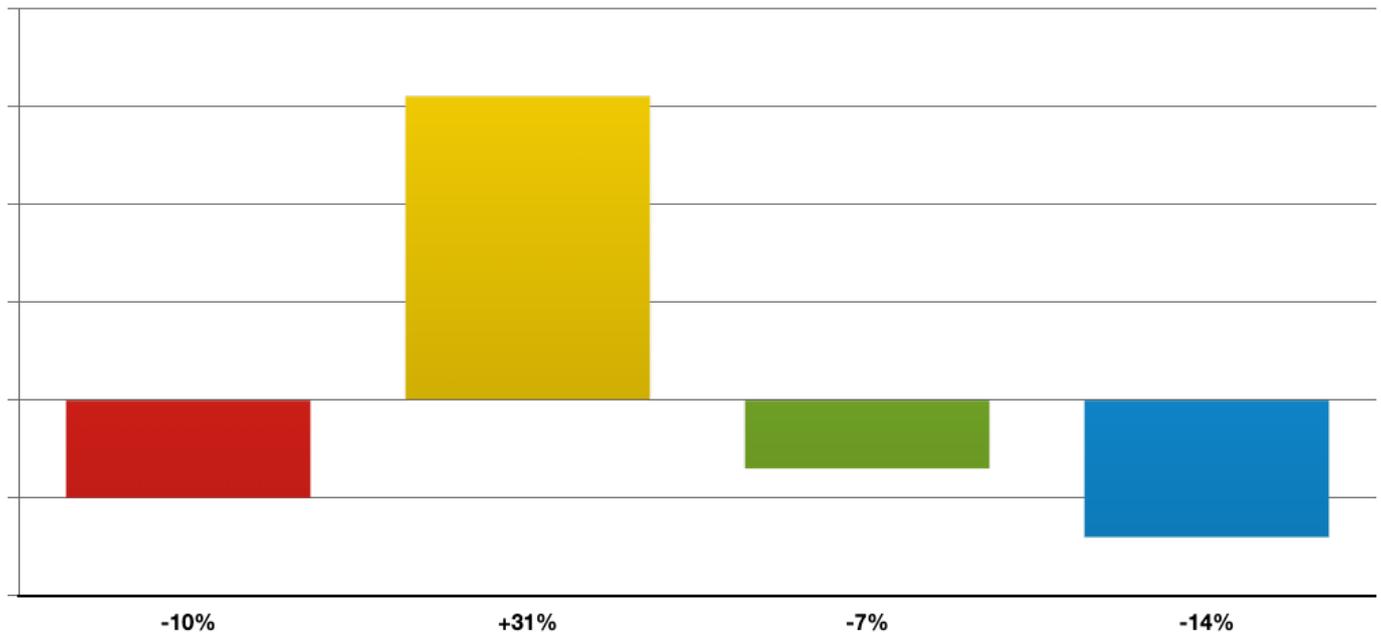
**Vous pouvez améliorer les phases suivantes :**

- analyse préalable des chiffres de votre marché
- confrontation, négociation
- engagement et conclusion
- défense de vos marges

Sensible aux sentiments, peu méfiant(e), voire naïf(ve) parfois, il vous est difficile de communiquer avec des clients trop rationnels, distants ou agressifs. Ces derniers, loin de partager votre perception optimiste, peuvent vous reprocher votre côté "bisounours". Comprendre leur perception hostile avec empathie, peut vous permettre de mieux les cerner. Il est possible, par exemple, que ces derniers vous apprécient, sans forcément vous témoigner de convivialité ou de marques d'attention.

## DYNAMIQUE ENTRE VOTRE STYLE NATUREL ET VOTRE STYLE ADAPTÉ

Le graphe ci-dessus illustre les variations que vous produisez pour vous adapter à votre environnement, ou du moins à la votre perception de l'environnement. C'est ainsi que vous pensez vous adapter pour réussir. Parfois, vous jugez utile de renforcer certaines tendances (colonnes montantes) ou au contraire de les estomper (colonnes descendantes). Dans un monde en changement, il est important de savoir s'adapter. Une sur-adaptation est cependant source d'inconfort et de stress.



Repérez vos dynamiques d'adaptation avec les explications suivantes :

- Rouge montant : Vous vous centrez davantage vers les objectifs et vers les résultats
- Rouge descendant : Vous vous ouvrez davantage aux projets des autres et devenez plus coopératif
- Jaune montant : Vous interagissez avec plus d'interlocuteurs et faites preuve d'une vision plus optimiste
- Jaune descendant : Vous travaillez de manière plus solitaire et développez votre sens critique
- Vert montant : Vous faites preuve de plus de patience et de stabilité
- Vert descendant : Vous accélérez et vous vous ouvrez aux changements
- Bleu montant : Vous vous conformez et respectez davantage les règles
- Bleu descendant : Vous prenez plus de liberté et développez davantage de créativité

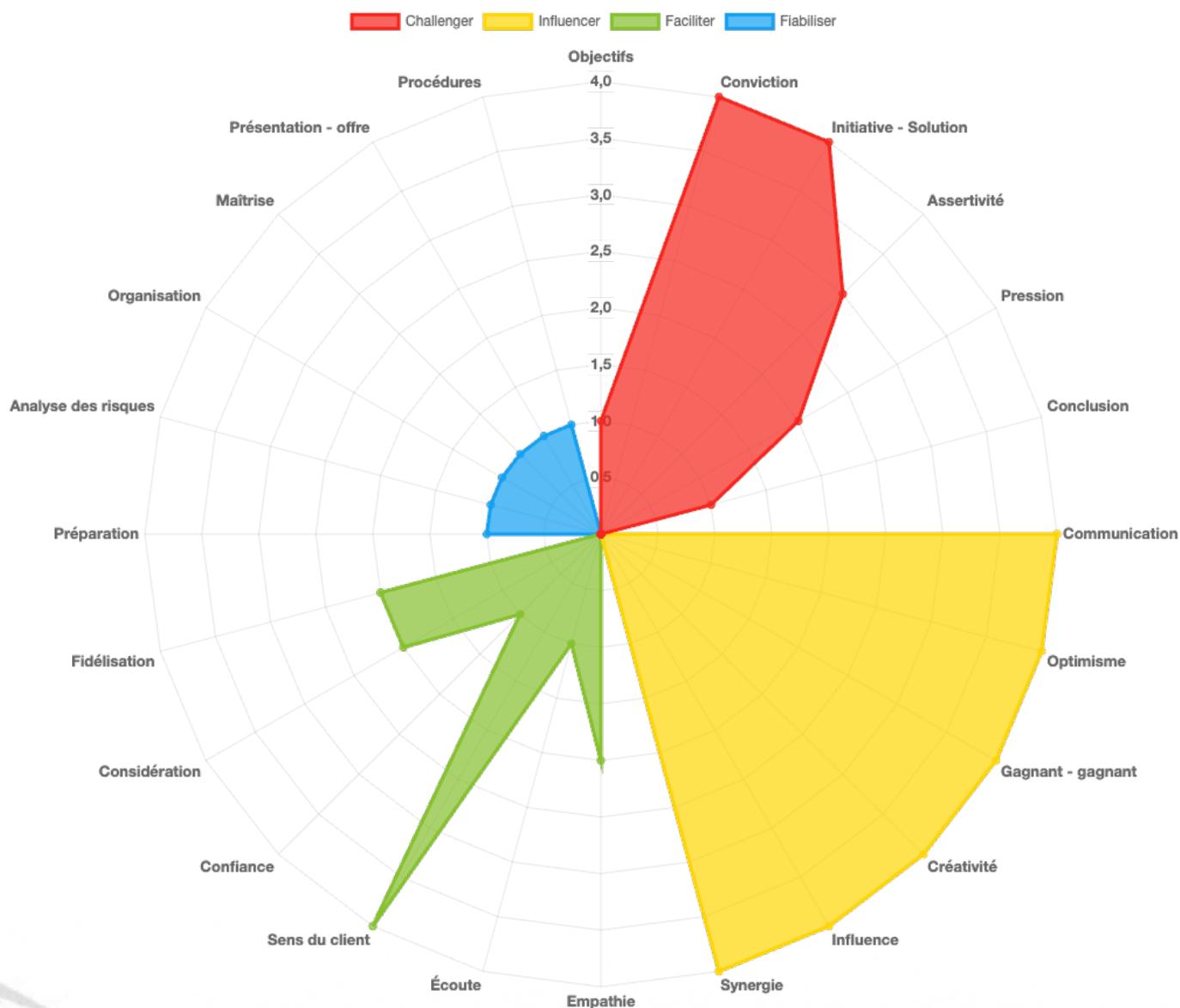
## V. VOTRE RADAR DE LA VENTE

Le radar ci-dessous synthétise **24 compétences clef de la négociation et de la vente**. Les zones colorées représentent vos zones de confort et celles restées blanches, votre zone d'inconfort.

Certains thèmes symbolisés par une couleur reposent cependant sur trois à quatre couleurs associées : par exemple l'initiative représentée en rouge repose sur :

- *le rouge haut (résoudre des problèmes et décider)*
- *le jaune haut (trouver des solutions créatives)*
- *le bleu à un niveau bas (capacité à sortir du cadre)*

Pour connaître l'ensemble des critères, [suivez ce lien](#)



## VI. VOS TIRAILLEMENTS ET TENSIONS PARADOXALES

Les tensions paradoxales, sont ces petites voix intérieures, qui vous tiraillent dans deux directions opposées. Par exemple, une partie de vous-même vous incite à confronter et réagir sur le champ, tandis que d'autres petites voix vous poussent à la prudence et à la prise de recul.

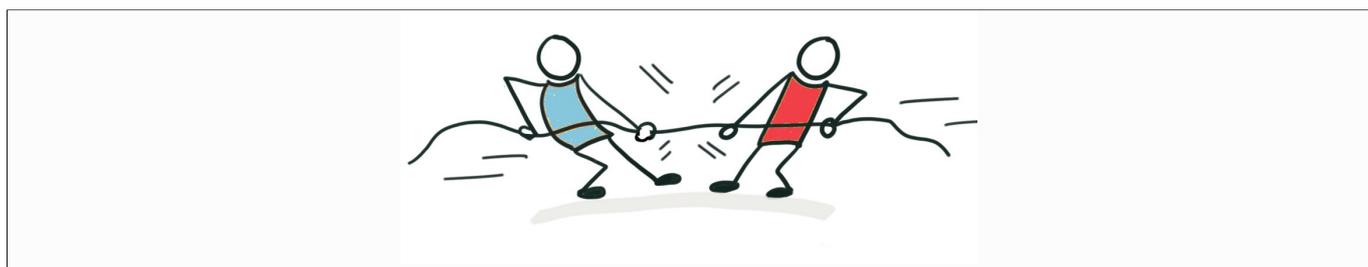
Deux couleurs également réparties génèrent des doutes et des questionnements peu confortables mais elles permettent de développer des compromis, voire des alternatives plus efficaces.

Plus une couleur est forte face à son pôle opposé, plus les évidences s'imposent, comme une conduite automatique. Cela simplifie vos décisions, sans toutefois les enrichir. Être auto convaincu peut vous faire passer à côté de l'essentiel...

### Voici quelques conseils :

Repérez ci-dessous les questions qui vous tiraillent. Accueillez et explorez ces conversations intérieures comme de véritables richesses. Elles peuvent vous conduire à imaginer une autre voie créative, ou à trouver un compromis acceptable à vos yeux.

Laissez-les s'exprimer chacune au bon moment et dans les situations adéquates. Soulignez les points qui sont problématiques à vos yeux. Discutez-en avec vos proches ou travaillez avec un proche pour explorer ces sujets.



## Tensions rouge / vert

Style naturel



Style adapté



## Quel comportement adopter ?

Opter pour un contrat court terme ?

Viser la performance ?

Penser à soi et ses objectifs ?

Confronter et mettre la pression pour conclure ?



Construire un partenariat à long terme ?

Tisser la relation pour réussir ?

Penser à son client et répondre à ses besoins ?

Faire des compromis quitte à repousser la signature ?

## Tensions jaune/ bleu

Style naturel



Style adapté



### Quel comportement adopter ?

Développer une relation client  
extraordinaire ?

Déroger aux règles, improviser ou contourner  
les conditions

Faire preuve d'optimisme et  
d'enthousiasme ?  
Mailler des réseaux d'influence informels ?



Maitriser parfaitement les processus de  
vente ?  
Respecter les règles à la lettre ?

Faire preuve de prudence ou de sens  
critique ?  
Travailler seul ?

## Tensions rouge / jaune

Style naturel



Style adapté



### Quel comportement adopter ?

Résultats basés sur la quantité  
d'activité ?  
Collectionner ses contrats comme des  
trophées ?  
Imposer ses conditions ?  
Affronter un problème ?

Résultats basés sur la qualité de la  
relation ?  
Agrandir son réseau et se faire un allié  
?  
Co-créeer une solution ?  
Contourner ?

## Tensions jaune / vert

Style naturel



Style adapté



### Quel comportement adopter ?

Parler, argumenter ?

Entrer immédiatement en relation ?

Afficher de la confiance en soi, être au centre ?

Réaliser ses ventes grâce à son humour ?



Ecouter, rechercher des besoins implicites ?

Prendre le temps pour établir le lien ?

Faire preuve de discrétion ? Se mettre en retrait ?

Réaliser ses ventes grâce à son empathie ?

## Tensions vert / bleu

Style naturel



Style adapté



### Quel comportement adopter ?

- Écouter et comprendre ses clients ?
- Satisfaire son client coûte que coûte ?
- Suivre, accompagner et conseiller ?
- Chercher un compromis ?



- Préparer ses visites pour collecter des informations ?
- Garantir le respect des engagements ?
- Assurer la traçabilité du suivi client ?
- S'en tenir exclusivement au contrat ?

## Tensions rouge / bleu

Style naturel

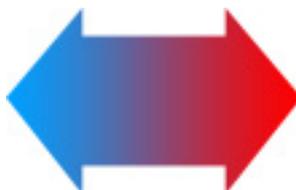


Style adapté



### Quel comportement adopter ?

Assurer ses arrières, rechercher la  
sécurité ?  
Approfondir dans le détail ?  
Clarifier les problèmes ?  
Complexifier ?



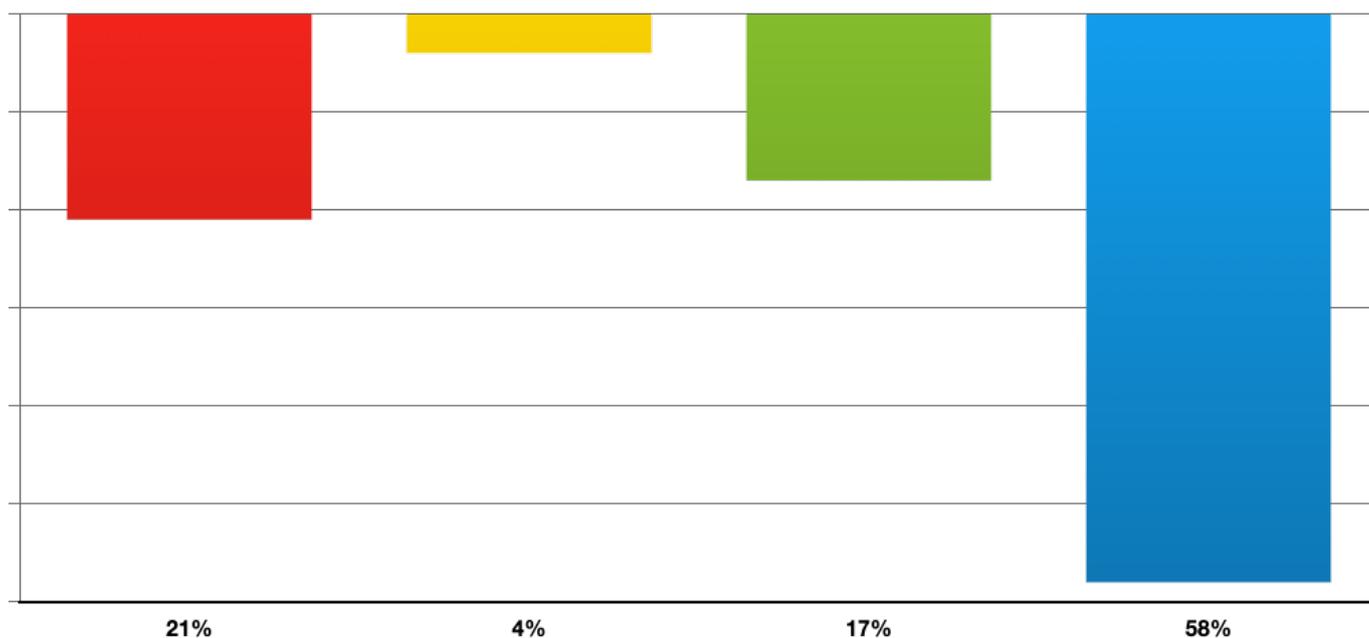
Jouer gros et prendre des risques ?  
Garder le cap sur les objectifs ?  
Trouver des solutions rapides ?  
Simplifier ?

## VII. LE GRAPHE DE VOTRE STYLE OPPOSÉ

Ce graphe a été établi en fonction de vos réponses "moins" (le comportement le plus éloigné du votre). Il représente le style le plus éloigné du votre, celui que vous développez le moins et souvent votre zone d'inconfort. Il peut caractériser aussi le type de personnalité ou le type de situations avec lesquelles vous avez le plus de difficultés.



### VOTRE GRAPHE PROFIL 4COLORS STYLE OPPOSÉ



## DESCRIPTION DE VOTRE STYLE OPPOSÉ ET CONSEILS POUR SORTIR DE LA ZONE D'INCONFORT

Votre style opposé représente **votre zone d'inconfort** : les interlocuteurs ou les situations commerciales dans lesquelles vous n'êtes pas à l'aise. Il est possible que certains clients vous agacent avant même d'avoir entamé la négociation ! Vous pourriez avoir tendance à vous rapprocher d'interlocuteurs qui vous ressemblent, et vous éloigner de ceux qui ont un style opposé au votre. Il serait dommage de vous priver de ces clients potentiels ! Les pages qui suivent vont vous livrer des clefs pour entrer dans leur monde et réussir vos négociations.

### Votre opposé est bleu



### Le comportement bleu vous agace, ainsi que les interlocuteurs "bleus" ?

Vous les trouvez peut-être rigides, pointilleux, peu ouverts aux sentiments et à la nouveauté ? De leur côté, sûrement vous trouvent-ils brouillon, peu factuel et trop sensible à la relation !

### Voici quelques conseils pour comprendre et améliorer votre relation avec les "bleus"

1. Vos clients ne vous ressemblent pas ; ils n'ont ni vos qualités, ni vos défauts, donc appréciez-les pour ce qu'ils sont et non pour ce qu'ils ne sont pas. Vous ne communiquerez efficacement avec eux qu'à cette condition.
2. Vous sentez agacé avant même de démarrer ? Certaines expériences précédentes ont peut-être façonné votre point de vue. Cette perception biaisée peut vous amener à reproduire à tort les mêmes mécanismes.
3. Tentez d'arriver sans a priori face à ces personnes qui ne sont pas responsables de vos relations précédentes. Chaque négociation est une nouvelle aventure à explorer !"

### Voici quelques conseils pour bien communiquer :

En laissant votre interlocuteur exprimer sa couleur, vous révélez ses qualités et favoriserez une communication efficace.

A l'inverse, en tentant de minimiser ou nier la couleur de l'autre, vous ne ferez que la surdévelopper et obtiendrez l'effet inverse de celui espéré !

**Une relation se construit à deux. Vous êtes donc responsable de la communication que vous produisez et du résultat final que vous obtenez ! En acceptant et en nourrissant la couleur de votre interlocuteur, vous augmentez vos chances de succès.**

## Comprendre et améliorer votre relation avec les bleus

<b>Perception</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perception hostile de l'environnement</li> <li>- Orienté vers la tâche et vers la réflexion</li> </ul>	
<b>Motivations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se conforme à des standards de haute qualité</li> <li>- Se sécurise par un cadre défini et des informations exhaustives</li> </ul>	
<b>Forces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse et prend du recul</li> <li>- Organise, structure et suit des méthodes</li> <li>- Repère les non conformités par son sens critique</li> </ul>	
<b>Stratégie d'achat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintient de la distance dans la relation commerciale</li> <li>- Compare les différents fournisseurs</li> <li>- Prend le temps d'analyser les détails et d'en faire des leviers de négociation</li> </ul>	
<b>Peurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peur de l'erreur</li> <li>- Peur de perte de sécurité</li> </ul>	
<b>Causes de stress</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Être critiqué sur ses failles</li> <li>- Être pris à l'improviste</li> <li>- Travailler dans l'urgence</li> <li>- Travailler dans l'approximation</li> </ul>	
<b>Réactions sous stress</b>	<b>Stress modéré</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intériorise son désaccord par un surcontrôle, collecte les preuves en cas différend</li> <li>- S'appuie sur les règles et les procédures, par crainte de l'autorité.</li> <li>- A tendance à se raidir mentalement et se fermer.</li> </ul>

	<b>Stress fort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Débatte son désaccord avec froideur, preuves à l'appui</li> <li>- Se protège juridiquement des responsabilités, voire, enclenche un litige</li> </ul>
--	--------------------	--

### **Ils vous semblent froids et distants ?**

Ne cherchez pas à briser cette distance dont ils ont besoin. Respectez leur "bulle" de sécurité : leur bureau, leurs affaires, etc.

Contrôlez vos mouvements, réduisez votre communication kinesthésique (par le corps), perçue par eux comme une gesticulation.

- Contrôlez votre communication non verbale en vous synchronisant sur votre interlocuteur.
- Respectez une approche courtoise et conventionnelle. Si la situation s'y prête, vouvoyez-les.
- Ne jouez pas sur les sentiments.
- —

### **Vous les trouvez pointilleux, intolérants à la moindre erreur ?**

- Commencez par poser le cadre de votre échange et les différentes étapes de votre entretien.
- Respectez leur organisation, ils détestent être interrompus dans leur activité. Ne débarquez pas dans leur bureau à l'improviste. Idéalement, prenez un rendez-vous de principe.
- Parlez en structurant votre approche à un rythme constant, sans enthousiasme ni empressement qui leur semblerait suspect.
- Donnez un maximum de précisions, car ce qui vous semble être du détail et du superflu est à leurs yeux essentiel.
- Prenez des notes, reformulez vos échanges et confirmez vos propos : ils préfèrent l'écrit à la parole.

## **VIII. PROPOSITIONS POUR ÉLABORER VOTRE PLAN DE DÉVELOPPEMENT :**

Le triangle de la vente schématise le mariage entre la maîtrise des techniques de vente et les compétences relationnelles. **C'est sur ce tandem gagnant que repose la satisfaction des clients, donc votre réussite à long terme.**

Les vendeurs orientés en rouge/bleu ont tendance à s'appuyer sur leurs compétences techniques, tandis que les négociateurs jaunes/verts dominants favorisent la relation. L'un n'exclut pas l'autre ! Les conseils ci-après vous conduiront à l'excellence sur ces 2 axes !

*Voici quelques propositions pour améliorer votre style. Choisissez les propositions qui vous semblent les plus pertinentes pour optimiser vos performances. Pensez aussi à recueillir l'avis de ceux qui vous entourent...*

#### **Suggestions pour nuancer votre tendance jaune :**

- Maîtriser votre sensibilité et votre enthousiasme débordant
- Écouter plus que parler
- Préparer vos rendez-vous pour structurer votre approche et apporter plus de preuves tangibles

#### **Suggestions pour développer votre tendance verte :**

- Pratiquer l'écoute active, questionner de manière ouverte
- Développer votre stabilité. (respiration, méditation...)
- Consolider votre portefeuille client par des visites de fidélisation.

#### **Suggestions pour développer votre tendance rouge :**

- Oser conclure lorsque c'est le moment
- Exprimer et défendre vos positions.
- Faire preuve d'assertivité.

#### **Suggestions pour développer votre tendance bleue :**

- Préparer vos visites en évaluant les risques et les options
- Accepter les règles, les reportings et les contrôles
- Assurer le suivi commercial.

## IX. REPÉRER LES ATTITUDES VERBALES ET NON VERBALES

BLEU		ROUGE	
Non verbal	Verbal	Non verbal	Verbal
<p><b>Silhouette</b> : droite, rigide.</p> <p><b>Visage</b>, regard : peu d'expression du visage, regard parfois non soutenu mais en recherche d'éléments visuels pour comprendre la situation.</p> <p><b>Position statique</b> : souvent au garde à vous sur ses deux pieds parallèles.</p> <p><b>Démarche</b> : constante, enjambées régulières, peu de mouvements du reste du corps.</p> <p><b>Poignée de main</b> : serre la main par convention et sans plaisir. Courte, avec un mouvement sec de l'avant bras. Retire sa main parfois avant.</p> <p><b>Position assise</b> : correctement installé, droit dans sa chaise, chaise bien en face du bureau.</p>	<p><b>Phrases</b> : longues et structurées, avec détails.</p> <p><b>Intonation</b> : volume médian, sans variation.</p> <p>Registre PNL : visuel. Besoin de voir pour comprendre.</p> <p><b>Vocabulaire</b> : factuel, basé sur les chiffres, les analyses et les comparatifs.</p> <p>Expressions du registre visuel : "Je vois", "c'est clair", "mon point de vue", "un angle de vue", "au regard de", "faire la lumière sur", "avoir un oeil sur", "la vision...". "C'est parfait", "exactement", "valider", "règles", "procédures"...</p> <p><b>Les mots qu'il déteste</b> : "à peu près", "environ", "approximativement", ainsi que les superlatifs : "génial", "super"...</p>	<p><b>Silhouette</b> : penché vers l'avant, tendu.</p> <p><b>Visage</b>, regard : regard soutenu, visage contacté, affirmé.</p> <p><b>Position statique</b> : solidement campé sur ses deux jambes écartées.</p> <p><b>Démarche</b> : rapide, grandes enjambées, attaque le sol par le talon.</p> <p><b>Poignée de main</b> : regarde droit dans les yeux avec une poignée de main vigoureuse comme un défi, coude souvent remonté vers l'extérieur. Évalue son interlocuteur.</p> <p><b>Position assise</b> : occupe tout son espace, bras ou jambes écartés, appuyé au dossier de sa chaise, ou en avant comme au combat sur ses sujets.</p>	<p><b>Phrases</b> : courtes et synthétiques.</p> <p><b>Intonation</b> : volume fort.</p> <p>Registre PNL : kinesthésique. Besoin de toucher et bouger pour comprendre</p> <p><b>Vocabulaire</b> : factuel, souvent en référence au combat : "par contre", "en revanche",</p> <p>Expressions kinesthésiques, évoquant le corps et le déplacement : "prendre les devants", "passer une info", "se prendre la tête", "casser les pieds", "passer un coup de fil", "prendre une claque"...</p> <p><b>Les mots qu'il déteste</b> : "patience", "attendre", "petit à petit", "modeste", "échec", "confort", "perdre", "détail", "impossible", "obstacle"...</p>

VERT		JAUNE	
Non verbal	Verbal	Non verbal	Verbal
<p><b>Silhouette</b> : Plutôt centrée sur l'intérieur, rondeur, et douceur.</p> <p><b>Visage, regard</b> : ouvert, détendu, attentif à l'autre, regard lointain ou non soutenu.</p> <p><b>Position statique</b> : peu de mouvements, discret, occupant peu de place, bras croisés, mains dans les poches.</p> <p><b>Démarche</b> : calme, peu dynamique, foulée déroulée en douceur, parfois avec un léger balancement latéral buste montrant du doute ou de l'hésitation.</p> <p><b>Poignée de main</b> : douce, de faible intensité, assorti d'un regard peu soutenu et attentionné.</p> <p><b>Position assise</b> : occupe peu d'espace, bras ou jambes serrés, ne s'appuie pas au dossier de la chaise.</p>	<p><b>Phrases</b> : plutôt courtes, souvent marquées d'hésitations.</p> <p><b>Vocabulaire</b> : "modestie", "mesure", "cohérence", "méthode"...</p> <p>Intonation faible et soft.</p> <p><b>Registre PNL</b> : auditif.</p> <p>Besoin d'écouter pour comprendre. Tend souvent l'oreille.</p> <p><b>Expressions favorites</b> du domaine auditif : "j'entends bien", "bien s'entendre", "être sur la même longueur d'onde", "dialogue de sourds", "je connais la musique", "bien entendu", "compter sur".</p> <p><b>Les mots qu'il déteste</b> : registre du combat : "par contre", "en revanche"... Ainsi que : "pression", "urgence", "impérativement"... Ainsi que les superlatifs : "fabuleux", "dément", "délirant"...</p>	<p><b>Silhouette</b> : ouverte, très mobile.</p> <p><b>Visage, regard</b> : souriant et très expressif.</p> <p><b>Position statique</b> : ne tient pas en place, regarde à gauche et à droite et passe d'une jambe à l'autre.</p> <p><b>Démarche</b> : tonique, comme montée sur ressort, beaucoup des gestes de bras et mains.</p> <p><b>Poignée de main</b> : longue et plaisante, souvent accompagnée d'un geste d'affection ; tape sur l'avant bras ou l'épaule, accolade ou embrassade.</p> <p><b>Position assise</b> : gigote en permanence, envahit l'espace avec ses affaires personnelles, s'installe de travers dans la chaise, se balance parfois, ou allonge ses jambes en signe de détente.</p>	<p><b>Phrases</b> : longues, périphrases, style théâtral.</p> <p><b>Intonation</b> : volume varié pour capter son auditoire.</p> <p><b>Registre PNL</b> : kinesthésique.</p> <p>Besoin de bouger et toucher pour comprendre et s'amuser.</p> <p><b>Vocabulaire</b> : imagé, excessif, humoristique et créatif.</p> <p><b>Expressions favorites</b> kinesthésiques, évoquant le corps, le déplacement et l'humour de manière accentuée : "pédaler dans la choucroute", "on se jette à l'eau", "jeter l'éponge", "prendre les jambes à son cou".</p> <p><b>Les mots qu'il déteste</b> : "factuel", "normalisé", "procédure", "règlement", "contrôle", "sérieusement", "contrainte", "impossible"...</p>

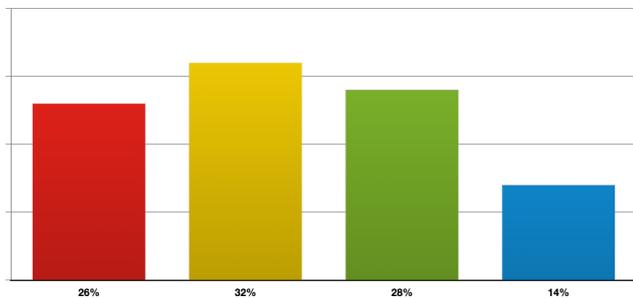
## X. COMPRENDRE VOS INTERLOCUTEURS EN 4 COULEURS

« On est tous l'étranger de l'autre. » - Albert Camus

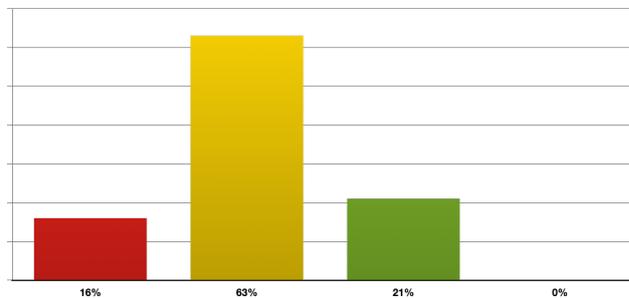
BLEU		ROUGE	
Forces	Faiblesses possibles	Forces	Faiblesses possibles
<b>Besoin de comprendre et maîtriser son environnement.</b>	Ne peut travailler en l'absence de cadre ou dans l'urgence. Redoute l'erreur.	<b>Besoin de diriger, gagner et relever des défis.</b>	S'ennuie dans les tâches routinières et faciles. N'aime pas perdre la face.
Analytique, précis. Respectueux des règles. Structuré, factuel. Organisé, sens critique. Excellent contrôleur. Repère la moindre erreur.	Besoin de tout maîtriser avant d'agir. Travaille lentement, perfectionniste. Peu créatif. Froid, distant. Peu flexible. Ne supporte pas la critique. Faible prise de risque.	Rapide, décide facilement. Focalisé sur l'objectif. Sens du challenge. Leadership. Sens de la nouveauté. Exprime facilement ses opinions. Exigeant, autonome.	Peu de recul, impulsif, voire colérique. Minimise les risques. Peu le sens des détails. Peu d'écoute Parfois blessant et intolérant. Peu délégitif. Forte prise de risque.
VERT		JAUNE	
Forces	Faiblesses possibles	Forces	Faiblesses possibles
<b>Besoin d'être utile, de servir les autres et construire des relations durables</b>	Travaille difficilement sous la pression et dans un environnement conflictuel	<b>Besoin d'être reconnu et d'influencer son entourage</b>	Travaille difficilement dans une ambiance tendue avec trop de contrôles
Empathique. Attentif, à l'écoute. Fidèle, fiable. Stable, modeste. Méthodique, calme. Constant, patient. Encourageant.	Timide, peu assertif. N'aime pas s'exprimer en public. Décide difficilement Sensible, possessif. Craint les changements, lent.	Enthousiaste, démonstratif. Amical, chaleureux. Communicatif, ludique. Sens de l'humour, créatif. Convainquant. Optimiste. Aime parler en public.	Superficiel, désordonné. Bavard, familier. Peu structuré. Parle plus qu'il n'écoute. Trop spontané. Fuit le factuel. Se fait l'avocat du diable.

## XI. SYNTHÈSE DE VOS GRAPHES

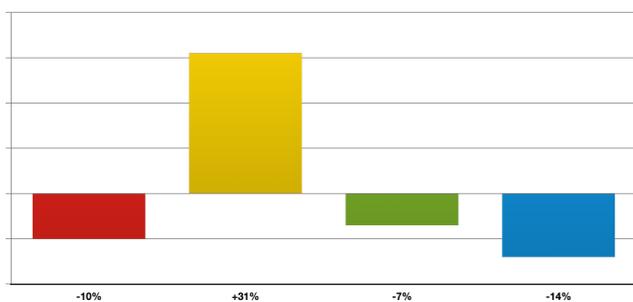
### Style naturel



### Style adapté



### Dynamique



### Style opposé

