

prime. Ce à partir de quoi vous allez faire des concessions.

– Justifiez chacun de vos objectifs

Demandez-vous :

"Pourquoi cet objectif est-il important ?"

"Y en a-t-il d'autres aussi utiles ?"

– Établir des limites

Vous devez aussi établir les points minimum (ce qu'il vous faut) et maximum (ce que vous aimeriez idéalement obtenir).

Ce seront les 2 limites entre lesquelles vous évoluerez, tout en restant ouvert aux solutions créatives qui pourraient se présenter.

Mais vous devez savoir qu'en dessous de votre point minimum, il n'y a pas d'entente possible.

– Si vous êtes en dessous du minimum que vous vous êtes fixé :

Vous avez plutôt intérêt à quitter la table de négociation – quitte à y revenir plus tard, quand les propositions seront plus en accord avec vos aspirations – plutôt que de conclure une affaire dans laquelle vous ne trouvez pas cet avantage minimum.

Ou alors, si cet avantage minimum est échangé contre autre chose – dans le cas d'une solution créative par exemple –, vous devez estimer si ce que l'on vous

propose est au moins équivalent à ce que vous désiriez obtenir au minimum.

La méthode de Dale Carnegie pour répondre à l'objection : "C'est trop cher"

Le "Cours de parole en public" de Dale Carnegie était l'un des plus chers aux États-Unis. Et on lui reprochait donc souvent d'être "trop cher". Quand un client lui faisait cette remarque, il répondait :

"Oui, le prix de notre cours est élevé. Nous pensons qu'il est le plus cher de tous les cours de parole en public. Un homme comme vous ne s'intéresse pas tellement à ce que coûte une chose mais, bien plus, à ce qu'il obtient pour chaque dollar dépensé."

Après cela, Dale expliquait tout ce que le cours ferait en sa faveur. Résultat ? Presque toujours une adhésion. Car, Dale Carnegie insiste sur les avantages, les bienfaits, les bénéfices, il crée ainsi un contrepoids favorable avec son prix élevé.

Dans le prochain numéro, vous découvrirez :

– Présentation à plusieurs : les clés du succès

– 5 derniers conseils avant de passer à l'action