

300
citations
pour

convaincre

“

Choisies par Michaël Aguilar

DUNOD

Michael Aguilar

Enseigne les techniques de vente à HEC. Il dirige le cabinet de Vendeurs d'élite, cabinet de formation et de conseil en développement commercial.

Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur la vente et la motivation.

Couverture : Atomic Soda Design

Illustrations : Rachid Marai

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2008, 2014 pour la nouvelle présentation

5 rue Laromiguière, 75005 Paris

www.dunod.com

ISBN : 978-2-10-071539-8

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^e et 3^e a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

INTRODUCTION

L'impact des citations est connu depuis très longtemps : on les utilise pour réfléchir, méditer, rêver, mais aussi et surtout pour appuyer un propos, illustrer son message, renforcer son argumentation, c'est-à-dire pour convaincre.

Les citations ont la même fonction que le slogan en publicité. Elles ne démontrent rien, mais elles s'imposent par leur force évocatrice, leur forme, leur humour, leur musicalité ou encore par leur capacité à synthétiser, en une formule lapidaire, une idée complexe.

Le nom de leur auteur est d'une importance capitale dans l'influence qu'elles exercent. Plus l'auteur est auréolé de prestige, plus son autorité est reconnue et plus elles sont efficaces. Mieux vaut donc citer Jack Welch, le mythique patron de General Electric, considéré comme le plus grand patron du ^{xx}e siècle, ou Steve Jobs, le président d'Apple, que le patron d'une PME locale.

Une phrase d'Aimé Jacquet (l'entraîneur de l'équipe de France victorieuse de la Coupe du monde de football en 1998) fera plus grande impression qu'une déclaration d'un autre entraîneur. Toutefois je n'ai pas résisté au plaisir – à l'orgueil ? – de vous offrir quelques citations de mon cru ; j'ai la faiblesse de croire que vous les apprécierez.

La conviction joue un rôle essentiel dans les situations de la vie – en particulier le commerce et les affaires. J'ai choisi une vingtaine de situations parmi les plus fréquemment rencontrées. Le lecteur s'amusera de voir que ces situations se contredisent souvent. Il trouvera par exemple la rubrique « Se soumettre au règlement et respecter l'ordre établi » et celle « Oser être différent et transgresser les règles ». Comme le disait le philosophe Alain :

On prouve ce qu'on veut, et la vraie difficulté est de savoir ce qu'on veut prouver.

Dans les pages suivantes, vous trouverez donc 300 citations pour convaincre :

- de payer le juste prix, à la page 5 ;
- d'inciter à la confiance, à la page 13 ;
- d'inciter à la prudence et à la méfiance, à la page 17 ;
- de patienter et de bien se préparer, à la page 23 ;
- d'aller plus vite, de se lancer et d'être audacieux, à la page 33 ;
- d'être exigeant et d'avoir le souci du détail, à la page 43 ;
- qu'être jeune ou sans expérience n'est pas un handicap, à la page 49 ;
- de persévérer et de travailler davantage, à la page 55 ;

- d'oser être différent et de transgresser les règles, à la page 61 ;
- de se soumettre au règlement et de respecter l'ordre établi, à la page 73 ;
- de prendre une décision courageuse ou des risques, à la page 77 ;
- de faire les choses autrement, à la page 83 ;
- de se remettre en question, de changer de point de vue, à la page 91 ;
- de faire appel à l'intuition plus qu'à la raison, à la page 97 ;
- d'écouter la voix de la sagesse (et non de l'intuition), à la page 101 ;
- de tenir compte des avis minoritaires, à la page 105 ;
- d'accepter des conseils, à la page 109.

1



PAYER LE JUSTE PRIX

La vraie valeur d'un produit ne réside pas dans ce qu'il est, mais bien dans ce qu'il apporte. Ce qui compte, ce n'est pas le prix de l'ampoule, c'est celui de la lumière.

THOMAS EDISON



Les gens veulent faire des économies et ils sont prêts à payer cher pour cela.

SAM WALTON

Quand on n'est pas payé en fonction de ce qu'on fait, on fait en fonction de ce qu'on est payé.

GEORGES WOLINSKI

Il n'y a que les ouvriers qui sachent le prix du temps ;
ils se le font toujours payer.

VOLTAIRE

Il n'est à peu près rien au monde qui ne se puisse fabriquer un peu plus mal pour être revendu un peu moins cher, et ceux qui ne considèrent en toutes choses que le prix seront les justes victimes de cette politique.

JOHN RUSKIN

Quand la vie ne tient qu'à un fil, on peut vendre le fil très cher.

MICHAËL AQUILAR

*On discute la vertu, le courage, la beauté,
le génie ; on ne discute jamais l'argent.*

ALEXANDRE DUMAS

Il n'est pas raisonnable de payer trop mais il est insensé de payer trop peu. Lorsque vous payez trop, vous perdez un peu d'argent. Quand vous payez trop peu, vous perdez tout.

JOHN RUSKIN

La valeur d'une chose réside parfois non dans ce qu'on gagne en l'obtenant, mais dans ce qu'on paye pour l'acquérir, dans ce qu'elle coûte.

FRIEDRICH NIETZSCHE

Faire des concessions ? C'est un point de vue
mais sur un cimetière.

SACHA GUÏTRY

Le prix est ce que vous payez. La valeur est ce que vous recevez.

WARREN BUFFET

*Qu'est-ce qu'un cynique ? C'est un homme
qui connaît le prix de tout et la valeur de rien.*

OSCAR WILDE