

Le Téléacteur est-il comédien ?

Bonnamour Sébastien
Borgnana Nathalie
Grillet Jacques
Hanisch Ute
Nicora Arturo
Redondi Fabienne

Travail de modélisation de Maître Praticien en PNL
28 mars 2003

1. Définition et explication du projet de modélisation
 - 1.1. Projet de modélisation
 - 1.2. Contexte et conditions
 - 1.3. Explication du concept "sans exercer de forcing"
 - 1.4. Choix de la séquence de modélisation
 - 1.5. Description détaillée des séquences et de l'univers
 - 1.6. Choix de la séquence à modéliser
2. Identification et sélection des experts
 - 2.1. Ou trouver des experts ?
 - 2.2. Qui sont-ils ?
 - 2.3. Contre expert
3. Résultat des interviews
 - 3.1. Monique
 - 3.1.1. Curriculum vitae
 - 3.1.2. Croyances
 - 3.1.3. LAB Profile
 - 3.1.4. Valeurs
 - 3.1.5. Stratégie de la perception de l'ouverture
 - 3.1.6. Physiologie/Attitudes
 - 3.1.7. Règles
 - 3.2. Fred
 - 3.2.1. Curriculum vitae
 - 3.2.2. Croyances
 - 3.2.3. LAB Profile
 - 3.2.4. Valeurs
 - 3.2.5. Stratégie de la perception de l'ouverture
 - 3.2.6. Physiologie/Attitudes
 - 3.2.7. Règles
 - 3.3. Nouzha
 - 3.3.1. Curriculum vitae
 - 3.3.2. Croyances
 - 3.3.3. LAB Profile
 - 3.3.4. Valeurs
 - 3.3.5. Stratégie de la perception de l'ouverture
 - 3.3.6. Physiologie/Attitudes
 - 3.3.7. Règles
4. Contraste et similitude
 - 4.1. Tableaux des critères
 - 4.1.1. Croyances
 - 4.1.2. LAB Profile
 - 4.1.3. Valeurs
 - 4.1.4. Stratégies
 - 4.1.5. Physiologie / Attitudes
 - 4.1.6. Règles
 - 4.2. Commentaires
 - 4.2.1. Croyances
 - 4.2.2. LAB Profile
 - 4.2.3. Valeurs
 - 4.2.4. Stratégies

- 4.2.5. Physiologie / Attitudes
- 4.2.6. Règles
- 4.2.7.
- 5. Conclusion
 - 5.1. L'expertise
 - 5.2. Frontière forcing non forcing
 - 5.3. Feedback du groupe
 - 5.3.1. L'expertise
 - 5.3.2. Frontière forcing non forcing
 - 5.3.3. Feedback du groupe
- 6. Annexe A – Questions posées

1.1 - Projet de modélisation

Modéliser des experts qui ont le talent d'obtenir facilement des rendez-vous au téléphone dans un contexte prospectif et sans exercer de forcing.

1.2 - Contexte et conditions

L'expert téléphone à un prospect afin d'obtenir un rendez-vous.

L'expert ne connaît pas le prospect.

Le rendez-vous demandé est pour lui-même ou pour un tiers.

L'objectif du rendez-vous est de vendre au prospect un produit ou un service.

Le contexte prospectif implique que l'expert fait plusieurs téléphones à la suite et cela au minimum pendant une heure.

1.3 - Explication du "sans exercer de forcing"

« Sans exercer de forcing » signifie que l'expert arrive à créer un dialogue avec le prospect et une atmosphère sympathique au téléphone afin de stimuler l'envie d'un rendez-vous. L'expert ne ment pas, ne met pas le prospect sous pression afin d'arracher un rendez-vous après de nombreuses demandes et cela sans se préoccuper des besoins du prospect. La prise de rendez-vous doit se faire naturellement et doit apparaître comme l'aboutissement normal du téléphone.

1.4 – Choix de la séquence de modélisation

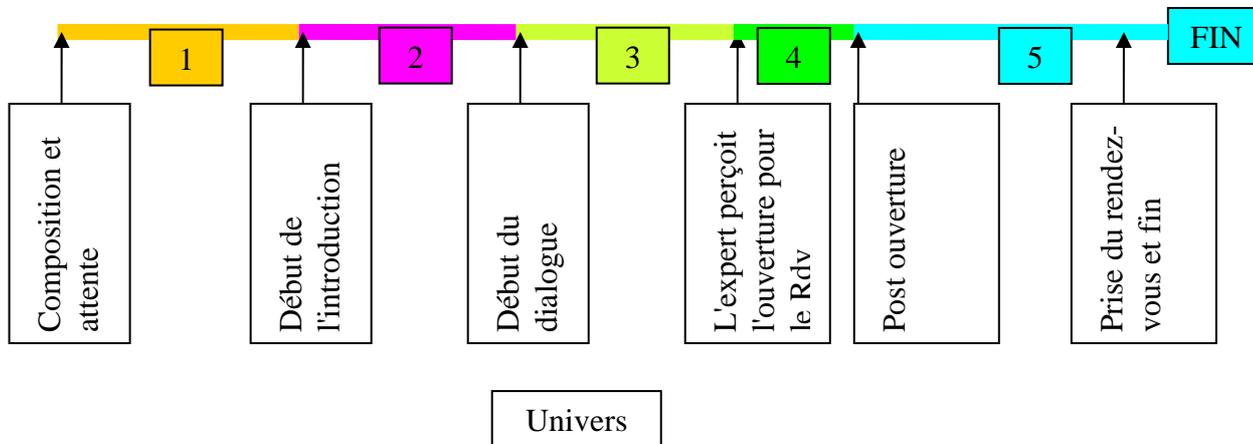
Choisir l'instant de modélisation est difficile, car dans le processus de prospection il y a plusieurs séquences. De plus, savoir quel moment est décisif durant la conversation est un véritable casse tête. Egalement, la réussite de la prise d'un rendez-vous ne dépend pas à 100% de l'expert. Il y a donc un facteur hasard important lié à la qualité du fichier de prospection et/ou à la disponibilité mentale du prospect au moment de l'appel.

1.4.1 – Hypothèses

1) Nous avons accepté que ce soit un ensemble d'actions qui va amener l'expert à obtenir un rendez-vous, et non un instant de quelques secondes

2) Nous avons accepté que, même si le fichier de prospect est de mauvaise qualité, un expert obtiendra plus de rendez-vous qu'un autre. L'expert fait donc quelque chose de différent qui lui permet d'exceller dans ce domaine

1.4.2 - Les séquences téléphonique



Nous avons découpé la conversation en cinq séquences, dont trois facilement décelables et observables.

La **séquence No 4**, que nous avons appelée « perception que l'expert a d'une ouverture » est indiquée par l'expert, C'est lui qui construit ce moment en fonction de sa carte du monde. Cette séquence dure quelques secondes et est issue de son imagination. Attention, la perception d'une ouverture ne signifie pas que l'expert obtiendra le rendez-vous, mais qu'il pense qu'il est sur la bonne voie.

La **séquence No 5** est la discussion qui suit le point d'ouverture. C'est dans cette phase que l'expert obtiendra le rendez-vous.

Chacune de ces cinq séquences est un environnement différent, que nous avons analysé.

1.4.3 – Définition de la perception de l'ouverture

Un instant important pour l'expert lorsqu'il perçoit qu'il a une ouverture avec le prospect afin de placer un rendez-vous

1.5 – Description détaillée des séquences et de l'univers

1.5.1 – Univers

C'est la personne dans son travail. Les motivations globales d'avoir choisi ce métier, cet employeur, etc... L'âge de la personne et son curriculum vitae, ainsi que ces objectifs de vie et son futur.

1.5.2 – Séquence 1 – Composition et attente

La personne compose le numéro de téléphone, attend, puis demande à parler à l'interlocuteur, puis attend.

Pendant ce moment l'expert a le temps de réfléchir, de se motiver ou de se démotiver. L'expert peut aussi satisfaire à des rituels ou réagir selon le premier contact avec l'entreprise.

Comment se motive-t-il si il n'arrive pas à parler à l'interlocuteur ou si on le fait attendre longtemps?

1.5.3 – Séquence 2 – Introduction

Cette phase peut être plus ou moins longue selon la technique utilisée par l'expert. Elle peut comporter la présentation de la personne qui appelle, la présentation du produit. L'expert peut aussi utiliser un support comme l'envoi d'une lettre pour introduire son discours. Quelque soit la technique, il y a des croyances intéressantes sur la gestion du premier contact.

1.5.4 – Séquence 3 – Dialogue

L'expert arrive à créer une atmosphère agréable avec le prospect et à susciter son intérêt. Il sait écouter et rebondir jusqu'au moment où il perçoit une ouverture et pense qu'il a réussi à intéresser le prospect.

1.5.5 – Séquence 4 – Perception de l'ouverture

L'expert a senti qu'il a une ouverture. Cette phase est très courte, elle est le résultat de ce qui c'est passé avant ou le résultat d'une stratégie ou de croyances. Ce moment est important, car « comme le pêcheur il sent que le poisson a mordu à l'hameçon ».

1.5.6 – Séquence 5 – Harmonie

Il a maintenant la perception d'une ouverture, mais il doit amener le prospect à accepter le RDV. Comme le pêcheur, il lui reste encore le travail de « ramener le poisson sans rompre le fil ».

1.5 – Choix de la séquence à modéliser

Nous avons décidé de modéliser la séquence dans laquelle l'expert perçoit l'ouverture pour prendre le rendez-vous, soit la **séquence No 4**.

Compte tenu du contexte de modélisation et du temps imparti, notre choix c'est porté sur une séquence qui nous a paru la plus importante pour découvrir le talent d'un expert à obtenir un rendez-vous.

Chapitre 2

Identification et sélection des experts

2.1 – Ou trouver des experts ?

A travers les sociétés de call center et nos relations personnelles nous avons pu trouver 3 experts.

2.2 – Qui sont-ils ?

2.2.1 – Monique

Indépendante, chef d'entreprise dans le domaine des services.

Réalise régulièrement des campagnes téléphoniques afin de trouver des clients.

Elle nous été recommandé, comme étant une personne qui obtient facilement des rendez-vous.

2.2.2 – Fred

Employé dans un call center.

Nous avons demandé au directeur de la société de nous recommander la personne qui obtient facilement des rendez-vous selon le contexte de notre modélisation.

Fred est responsable d'une petite équipe de téléacteur.

Fred fait ce métier depuis 6 ans

2.2.3 – Nouzha

Employé dans un call center.

Nous avons demandé au directeur de la société de nous recommander la personne qui obtient facilement des rendez-vous selon le contexte de notre modélisation.

Nouzha fait ce métier depuis 13 ans

Elle nous été présenté comme quelqu'un d'atypique.

2.3 – Contre expert

Nous n'avons pas cherché un contre expert, car il s'est avéré très tôt que l'un de nos experts pouvait s'avérer être un contre expert.

Chapitre 3

Résultat des interviews

3.1 - Monique

3.1.1 Curriculum vitae

- Formation de base pédagogique
 - Enseignante traditionnelle
 - Création de cours pour adolescents (attitude, dynamisme etc.)
 - Création de l'école enfantine Montessori à Lausanne
 - Pour pouvoir évoluer et vu son manque d'expérience dans le management, remarqué pendant la création de l'école enfantine Monique décide de se rendre aux USA à la recherche d'outils de Management. Cette recherche l'amène en Floride où elle découvre des outils techniques à la fois simple, concrets et efficace dont elle a envie de faire profiter le monde.
 - Création d'une formation pour les PME en utilisant les outils découverts.
 - Aujourd'hui elle vend une formation dans le domaine du management pour les PME.
- Son credo : ces outils permettent à tout manager de réaliser sa mission efficacement et rapidement.

3.1.2 Croyances

- J'apporte un soutien
- Une personne ouverte a plus de chance de réussir.
- Je suis excellente et je sais que d'autres peuvent en faire autant que moi avec mon système.
- C'est intelligent ce que je dis
- Je veux changer le monde avec ma stratégie extraordinaire
- Dès le moment qu'il y a une intelligence humaine au départ, qui sait réaliser ce qu'elle réalise, avec ses outils, la performance augmente
- On vit dans un monde qui peut aller cent mille fois mieux
- Apporter un savoir faire
- Une entreprise c'est une chose automatique; comme une montre
- Le client est comme ami, mais professionnellement, on ne peut pas. Ce sont plutôt des gens proches sans être proches
- Je sais tout et je n'ai plus rien à apprendre, contrairement aux autres
- L'être humain est complexe
- Sélectionner les dirigeants au téléphone est vital
- Ce qu'elle dit tout le monde doit le trouver intéressant

3.1.3 Profil LAB

Niveau :	proactive
Critères :	se mettre en cause, aider, dynamisme, ouverture
Orientation :	vers
Source :	interne
Raison :	procédure
Facteurs de décision :	pareil
Champ :	spécifique
Direction de l'attention :	soi
Réponse sous stress :	analyse
Style :	indépendant
Organisation :	chose
Structures des règles :	à moi – à moi
Canal de conviction :	faire
Mode de conviction :	durée

3.1.4 Valeurs

- Rentabilité
- Fiabilité
- Evolution
- Intelligence
- Compréhension
- Persévérance
- Aider
- Aventure
- L'inconnu
- Energie
- Force
- Contact
- Plaisir

3.1.5 Stratégie de la perception de l'ouverture

Il s'agit tout d'abord d'une technique de vente à suivre à la lettre et définie par la loi des grands nombres.

Nous avons néanmoins pu déceler une stratégie de réussite plus importante lorsque nous sommes en présence de la situation suivante :

Pose la question no 3 de sa méthode	Attend la réponse	Si la personne parle avec énergie Je sais que c'est bon J'ai du plaisir
Ae	Ae	Ae/K+/K++

3.1.6 Physiologie/Attitudes

- Voir tableau page 21-22

3.1.7 Règles

- En ce qui concerne le téléphone :
 1. être près du texte
 2. avoir une bonne relation avec les clients
 3. comprendre « à travers ce que disent les clients » afin d'évaluer ce qu'ils sont
 4. il faut faire une sélection
 5. il s'agit de la loi des grands nombres
 6. Appliquer la technique aveuglement
- Bon contact sympa avec les gens
- Peut importe le « feeling »
- 3 questions importantes pour la réussite:
 - Chance de réussite
 - Améliorer les choses
 - Il doit croire à son projet
- Règles créer par Monique pour son cours de téléphone
 1. Préparer le texte (le sien est quasi parfait)
 2. Standard de questions sur les quelles se positionner
 3. Respecter le standard à chaque rendez-vous
- Aimer le téléphone
- Aimer le contact
- Être souriant
- Être en forme
- Aider à réaliser

3.2 Fred

3.2.1 Curriculum vitae

- Apprentissage dans un bureau de l'administration à l'office des poursuites pour acquérir son CFC.
- Service militaire
- A 21 ans part pour les USA en Californie pour réaliser son rêve Américain, héritage des séries télévisées, il reste 5 mois et travaille dans un restaurant français en tant que plongeur/serveur
- Il revient en Suisse et travaille pour une société de limousines de luxe comme chauffeur. Il y reste 1 ans et demi.
- Après cela travaille pendant 5 ans et demi pour le call center de la BCV à Lausanne, période pendant laquelle il se forme comme télémarketeur et conseiller à la clientèle
- Depuis l'année passée, il travaille chez Digicall, comme Agent commercial et propose des services de télécommunication, avec toutes les démarches inhérentes

3.2.2 Croyances

- J'ai toujours été quelqu'un d'extraverti
- Le client, c'est celui qui fait que j'ai quelque chose sur la table à manger le soir quand je rentre ; Il est plus qu'important
- Le client, c'est vital
- Chaque client est important
- Il est important de savoir se mettre à la place de l'autre
- Je suis quelqu'un qui vit à travers les nouvelles expériences
- J'ai cette facilité de pouvoir être souriant
- J'ai de la facilité à me mettre dans le contexte ;
- Je vient, je pose mon sac, je rentre dans le contexte
- Quand je pars, je reprend mon sac privé
- Être télé marketeur c'est comme être un comédien
- Il s'agit de ne pas perdre un seul instant.
- J'aime avoir une structure
- Je crois que quelqu'un qui n'a pas d'ouverture est voué à mourir socialement
- Il ne faut pas se croire le King des Kings parce que le prochain téléphone peut tout casser et nous, être surpris
- J'ai toujours la sensation de déranger (et je veux aller au delà de cette sensation)
- Fred n'aime pas le mot vente parce qu'il a l'impression d'arracher quelque chose

2.2.3 Profil LAB

Niveau :	50/50 proactif/réactif
Critères :	me maîtriser au niveau de la parole, self-contrôle, calme
Orientation :	50/50 avec une tendance vers
Source :	externe
Raison :	options
Facteurs de décision :	pareil avec exception
Champ :	spécifique
Direction de l'attention :	autres
Réponses au stress :	sentiments
Style :	proximité
Organisation :	Personne
Structure des règles :	non/A moi
Canal de conviction :	faire
Mode de conviction :	5/6 nombres d'exemples

3.2.4 Valeurs

- Ecoute
- Imprévu
- Plaisir
- Liberté
- Simplicité
- Empathie
- Ouverture
- Heureux
- Aider
- Honnêteté
- Humilité
- Contact
- Respect

3.2.5 Stratégie

Nous avons déceler une stratégie de réussite, sans la quelle le rendez-vous ne peut pas se faire
Etre bien concentré et écouter attentivement ce que les clients disent, pour capter le moment
d'ouverture.

Fred imagine toute la séance. Il visualise son interlocuteur avec le décor.

Introduction et visualisation de son interlocuteur avec tout son cadre autour.	Sensation au niveau de la poitrine	Se dit que le client va lui donner l'ouverture Ecoute le client attentivement Rebondi sur l'ouverture Voit le rdv Se sent bien
		Aid/Ae/Ae/Vc/K+

3.2.6 Physiologie/Attitudes

- Voir tableau page 21-22

3.2.7 Règles

En fait il lui propose une solution à un problème.

- Il vérifie si une personne a un besoin que lui pourrait combler
- Il faut jouer le rôle d'un messenger qui porte un message
- Il faut se centrer sur l'interlocuteur. Il visualise une personne au téléphone avec son contour, comme au cinéma
- Il faut vivre ce que tu fais, comme au cinéma.
- C'est important d'écouter, de se mettre en empathie, d'aimer les challenges, d'être humble et de téléphoner du lundi au jeudi. On peut téléphoner de 9-11.30 et 14 -16.30 H.
- Se former est important
- Avoir de l'aisance
- Nous avons préparé des questions très ciblées pour découvrir son besoin, et je peux ainsi focaliser sur mon thème sans avoir peur de sortir du contexte.
- La position droite est importante parce qu'on parle mieux et je suis plus à l'aise et je peux montrer mon enthousiasme
- Il faut éviter d'avoir un stylo dans la main et de jouer avec, parce qu'on se laisse distraire et on peut perdre le bon moment. J'ai besoin de me concentrer.
- Il faut montrer un intérêt, que je veux connaître le client
- En fait c'est un jeu, je lui lance la balle et il me la lance, et là, je peux argumenter avec un position totalement libre
- Il ne faut pas forcer la vente sinon le rendez-vous est une perte de temps
- Il faut bien se concentrer et écouter attentivement ce que le client dit pour capter le moment de l'ouverture, ce moment où je passe à l'attaque pour mon argumentation.
- Il faut être droit, pour pouvoir respirer et parler calmement et clairement avec une tonalité calme et ne pas jouer avec le stylo.
- Donner une bonne image

3.3 - Nouhza

3.3.1 Curriculum vitae

Nouhza travaille depuis 13 ans comme agent de télémarketing.

Dans son tout premier job elle est restée 3 ans, ensuite a travaillé pour plusieurs sociétés différentes, telles que assurances, secteur informatique, à la Bourse, manager pour mannequin où elle est restée 2 ans et demi. Ensuite elle est arrivée dans la société actuelle.

3.3.2 Crovances

- Le client est une personne comme moi
- Ce qui compte, c'est d'avoir un bon résultat, un résultat positif
- Le résultat positif, c'est pour moi, le résultat négatif, c'est pour les autres
- Rester positive, ça me permet d'avoir un résultat positif
- Pour rester positive, je visualise une image de soleil
- Chaque personne est une personne comme moi
- Je sais que je peux faire mieux et j'ai encore beaucoup à apprendre
- Mon travail, c'est mental, c'est un savoir mental acquis par des années de travail
- Je ne me sens pas capable de faire autre chose
- Chaque fois, c'est différent
- Avoir des résultats positifs c'est ce qui compte
- Téléphoner rapidement afin de ne pas déranger
- C'est comme être un comédien qui joue un rôle
- C'est en pratiquant qu'on peut faire mieux

3.3.3 Profil LAB

Niveau :	proactive
Critères :	gagner, même objectif de l'équipe avec qui je suis
Orientation :	vers
Source :	externe
Raison :	options
Facteurs de décision :	pareil avec exception
Champ :	général
Direction de l'attention :	Autres
Réponses sous stress :	Choix/analyse
Style :	proximité
Organisation :	personne
Structure des règles :	non / à vous
Canal de conviction :	faire/entendre
Mode de conviction :	durée

3.3.4 Valeurs

- Respect
- Inconnu
- Positive
- Equipe
- Contact
- J'adore ça
- Variété
- Confiance
- Empathie
- Ecoute
- Discrétion
- Humilité
- Plaisir

3.3.5 Stratégie

Je programme les rendez-vous à l'avance et je me mets dans le contexte

Je visualise le rendez-vous avant d'appeler le client

Je me dit avant de téléphoner je vais avoir un rendez vous avec cette personne

Je vois dans ma tête que je suis en train de prendre un rendez-vous

Se dit : Je vais prendre un rdv Visualise l'image du rdv Je me sens bien dans mon moi profond dans ma tête	Commence le téléphone
Ai/Vc/K+	

3.3.6 Physiologie/Attitudes

Voir tableau page 21-22

3.3.7 Règles

- C'est important de ne pas prendre les chose sur soi (émotions négatives) à ce moment je raccroche et je passe à autre chose
- Il faut donner les répliques
- Je recherche les réponses positives, je veux avoir des résultats
- Il faut visualiser la prise de rendez, avant de faire le téléphone
- Je fais le vide au tour de moi
- Le texte : important de le connaître par cœur, autrement on sort du contexte
- Il faut respecter les délais.
- Il faut rentrer dans son jeu.
- Le matin, quand je viens au travail, je me mets dans le contexte du travail
- Il faut donner le meilleur de soi même
- Il faut avoir du respect pour les autres, pour ne pas déranger
- Il ne faut pas être agressif, il faut rester calme même se le client se fâche
- Il faut être sûr de soi
- Il faut avoir confiance et croire au produit que l'on vend
- Il faut avoir un bon contact, parce que si jamais vous rappelez le client, c'est important
- Il faut être convaincu de ce que l'on vend
- Au téléphone, il faut sourire, ça s'entend

Chapitre 4 Contraste et similitude

4.1 – Tableaux des critères

4.1.1 Crovances

Croyances	Monique	Fred	Nouzha
Télé marketeur = comédien		X	X
	Dès le moment qu'il y a une intelligence humaine au départ, qui sait réaliser ce qu'elle réalise, avec mes outils la performance augmente	Être télé-marketeur c'est comme être un comédien	C'est comme être un comédien qui joue un rôle
Respect du client		X	X
	Loi des nombres. Je veux changer le monde avec ma stratégie	Chaque client important J'ai toujours la sensation de déranger (et je veux aller au delà de cette sensation)	Téléphoner rapidement afin de ne pas déranger
Etre humble		X	X
	C'est intelligent ce que je dis. Je sais tout et je n'ai plus rien à apprendre contrairement aux autres	Il ne faut pas se croire le King des Kings parce que le prochain téléphone peut tout casser et être surpris	Je sais que je peux faire mieux et j'ai encore beaucoup à apprendre
Considération du client		X	X
	Le client est comme un ami, mais, professionnellement, on ne peut pas, plutôt des gens proches sans êtres proches	Le client c'est vital	Chaque personne est une personne comme moi Le client est une personne comme moi
Soutenir # vendre	X	X	
	J'apporte un soutien	Je n'aime pas le mot vente parce que j'ai l'impression d'arracher quelque chose	

4.1.2 Profil LAB

	Monique	Fred	Nouzha	Similitudes (au moins 2 experts sur les 3)
Niveau	Proactive	Proactif - réactif	Proactive	Proactif
Critères	Aider, dynamisme	Calme, self contrôle	Gagner, équipe	-
Orientation	Vers	50/50 tendances Vers	Vers	Vers
Source	Interne	Externe	Externe	Externe
Raison	Structure	Options	Options	Option
Facteur de décision	Pareil	Pareil avec exception	Pareil avec exception	Pareil avec exception
Champ	Spécifique	Spécifique	Général	Spécifique
Direction de l'attention	Soi	Autres	Autres	Autres
Réponse sous stress	Analyse	Sentiments	Choix - analyse	-
Style	Indépendant	Proximité	Proximité	Proximité
Organisation	Chose	Personne	Personne	Personne
Structure des règles	À moi – à moi	Non – à moi	Non - à moi	Non – à moi
Canal de conviction	Faire	Faire	Faire / entendre	Faire
Mode de conviction	durée	5/6 nombres	durée	Durée

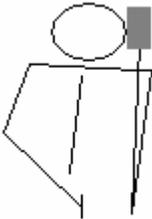
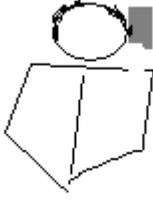
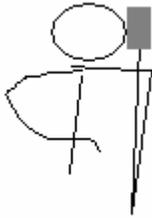
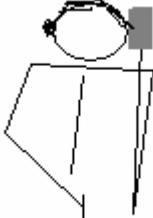
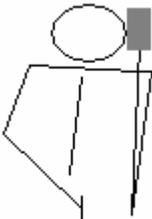
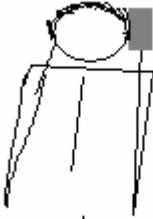
4.1.3 Valeurs

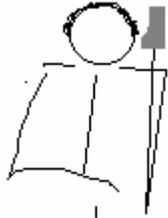
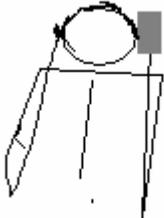
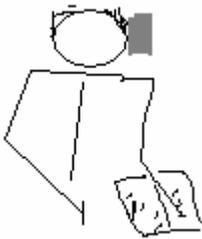
Valeurs	Monique	Fred	Nouzha
Aimer			X
			Adorer
Inconnu	X	X	X
	Aventure Inconnu	Imprévu	Inconnu
Contact	X	X	X
	Contact	Contact	Contact
Empathie, écoute		X	X
		Empathie Ecoute	Empathie Ecoute Discretion
Respect		X	X
		Respect	Respect
Equipe		X	X
		Equipe	Equipe
Humilité		X	X
		Humilité	Humilité
Positif	X	X	X
	Energie	Ouverture Heureux	Confiance en soi Positive
Aider	X	X	
	Aider	Aider	
Honnêteté		X	
		Honnêteté	
Plaisir	X	X	X
	Plaisir	Plaisir	Plaisir
Efficacité	X		
	Rentabilité Fiabilité Intelligence Compréhension Persévérance		
Liberté		X	
		Liberté	

4.1.4 Stratégies

Expert	Avant le téléphone	Composition et attente de parler au responsable (Séq. 1)	Introduction (Séq. 2)	Dialogue Seq. 3)
Monique			Pose la question 3 et attend réponse Ae/K+/K++	
Fred				Se dit que le client va lui donner l'ouverture Ecoute le client attentivement Rebondi sur l'ouverture Voit le rdv Se sent bien Aid/Ae/Ae/Vc/K+
Nouzha	Se dit : Je vais prendre un rdv Visualise l'image du rdv Je me sens bien dans mon moi profond dans ma tête Ai/Vc/K+			

4.1.5 Physiologie/Attitudes

Dessin Monique	Commentaire Monique	Dessin Fred	Commentaire Fred	Dessins Nouzha	Commentaires Nouzha
 <p>16:26:07</p>	<p>Corps penché en avant et à gauche. Epaules hautes. Tête en avant appuyée sur l'écouteur. Parle vite voix haute. Respire vite. Se donne le rythme en bougeant la tête et la main droite. Serre les lèvres à la fin de la 1^{er} question.</p>	 <p>10:49:08</p>	<p>Position centrale légèrement en avant. Epaule basse. Respiration profonde. Sourit. Tourne légèrement sur sa chaise de droite à gauche. Parle avec les mains.</p>	 <p>10:55:02</p>	<p>Corps centré, légèrement en avant. Tête en avant. Voix basse rythmée et tient un stylo à deux mains.</p>
 <p>16:26:20</p>	<p>Idem qu'avant. Mouvement plus vite. Fait un mouvement de bas en haut en avançant la tête en posant la question.</p>	 <p>10:50:09</p>	<p>Toujours position centrale, mais se penche légèrement en arrière. Croise les bras et la tête légèrement penchée vers l'oreillette. Validation de ce que dit le client avec des « HumHum » et hochement de tête.</p>	 <p>10:55:10</p>	<p>Réajuste son écouteur avec la main gauche</p>
 <p>16:26:26</p>	<p>Penche à droite et se tasse en avant sur le bureau. Ressort encore plus la tête en avant. Revient à la position de départ à la fin de la question, dans l'attente du oui, qui est son point de "Perception d'ouverture"</p>	 <p>10:51:01</p>	<p>Fronce les lèvres comme si il avait quelque chose à avaler.</p>	 <p>10:55:21</p>	<p>Réajuste son écouteur avec les deux mains</p>

		 <p>10:51:10</p>	<p>Il se tient la tête avec la main gauche, comme si il réfléchi ou écoute.</p>	 <p>10:55:23</p>	<p>Question pour un rendez-vous et tiens son écouteur de la main droite.</p>
		 <p>10:51:18</p>	<p>Parle avec la main gauche en posant sa question</p>	 <p>10 :55 :35</p>	<p>Convient d'un rendez-vous</p>
		 <p>10:51:37</p>	<p>Se penche en avant et saisi son agenda</p>		

4.1.6 Règles

Règles	Monique	Fred	Nouzha
Avoir un bon contact	X	X	X
	Aimer le téléphone Aimer le contact Avoir une bonne relation avec les clients	Avoir un bon contact	Avoir un bon contact
Avoir confiance		X	X
		Avoir de l'aisance	Etre sûr de soi Avoir confiance Ne pas prendre les choses pour soi
Etre centré		X	X
		Position droite Il faut être droit pour respirer et parler calmement Eviter d'avoir un stylo dans la main et de jouer avec...	Ne pas être agressif Rester calme même si le client se fâche Je fais le vide autour de moi
Etre respectueux de l'interlocuteur		X	X
		Il faut montrer un intérêt, que je veux le connaître Ne pas forcer la vente, Sinon le RDV est une perte de temps	Avoir du respect pour les autres pour ne pas déranger Il faut respecter les délais
Se concentrer		X	X
		J'ai besoin de me concentrer Il faut bien se concentrer...	Le matin quand je viens au travail, je me mets dans le contexte
Ecouter l'interlocuteur		X	X
		Etre centré sur l'interlocuteur C'est important d'écouter	Rentrer dans son jeu Donner la réplique
Etre préparé	X	X	X
	Texte Standard de questions Etre près du texte	Préparer des questions très ciblées pour découvrir son besoin	Important de connaître le texte par cœur
Croire en son projet	X	X	X
	Croire en son projet	Croire en ce que je propose	Croire dans le produit que l'on vend Etre convaincu de ce que l'on vend
Appliquer la	X		

technique	Appliquer la technique La loi des nombres Respecter le standard de questions		
Evaluer	X		
	Evaluer ce qu'est le client Sélectionner les clients		

4.2 – Commentaires

4.2.1 Stratégies

Nous observons que la perception de l'ouverture se passe dans des séquences différentes, selon les experts. Nous pensons qu'elle suivait la séquence No 3 (le dialogue), c'est-à-dire que l'expert devait commencer à dialoguer avec le prospect et alors seulement, percevoir au bout d'un moment une ouverture.

Nous avons constaté que Nouzha a la perception d'ouverture avant de téléphoner, puis fait l'introduction et le dialogue.

Monique la perçoit lors de l'introduction et commence à dialoguer après.

Fred commence à dialoguer et attend un sujet sur lequel il peut rebondir, et là, il a la perception d'ouverture.

Suite à ce travail nous redéfinissons les séquences :

Univers Travail – Environnement de travail en général

0 – Avant de téléphoner

1 – Composition et attente

2 – Début / introduction

3 – Dialogue

4 – Prise de rendez-vous

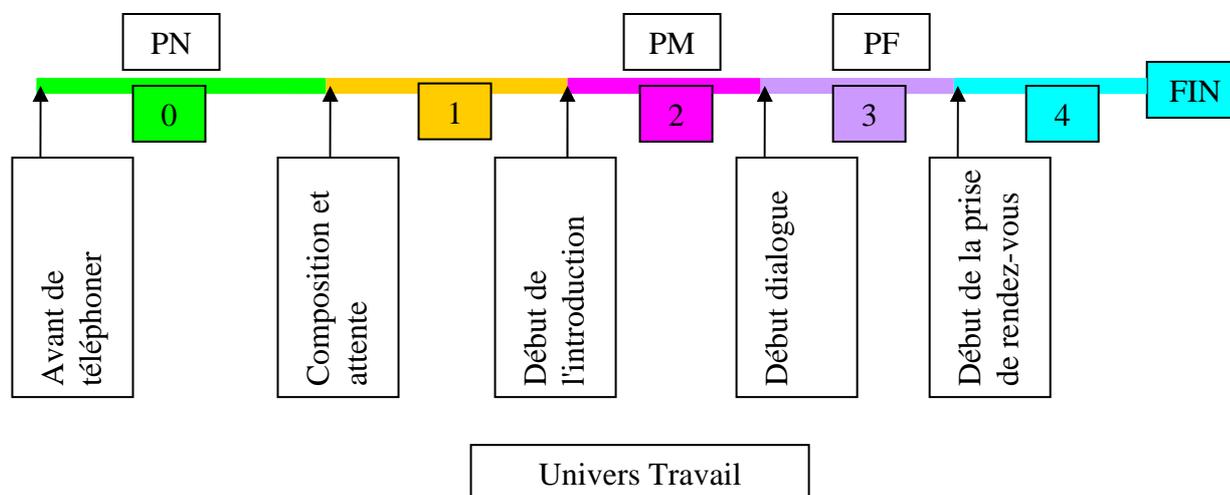
La perception de l'ouverture est symbolisé par un P et peut se situer à des endroits différents selon les experts.

Pour notre schéma :

PM : Perception Monique

PF : Perception Fred

PN : Perception Nouzha



Chacun des experts a la perception d'ouverture dans une séquence différente, par contre Fred et Nouzha ont une stratégie identique. Monique n'a pas de visualisation dans sa stratégie, mais une très forte confiance en sa méthode.

5.1 – L'expertise

Nous avons appris, par notre travail, que le moment de l'ouverture sur lequel nous avons porté notre choix initial pour la modélisation, n'est pas le seul moment important pour "un preneur de rendez-vous".

En effet, nous avons retenu plusieurs phases qui sont probablement tout aussi essentielles mais que, vu le temps imparti pour l'exercice, il ne nous a pas été possible d'approfondir. Toutefois nous pourrions les vérifier lors de notre travail de diplôme à savoir :

- A) L'arrivée au bureau : Nous avons entendu plusieurs fois nous dire, je pose mon sac et je rentre dans le contexte
Comment font-ils pour poser le sac et rentrer dans le contexte ?
- B) La préparation du travail : Fait-il partie de l'intégration au contexte ?
- C) Stratégie de comportement/règles : Je reste calme, je reste positif etc.
Comment plus spécifiquement ?
- D) Programmation du rendez-vous avant de faire les rendez-vous
Moment très passionnant pour cette étude, comment font-ils concrètement ?
- E) Il fait le téléphone et passe à travers les 5 séquences déjà mentionnées.
- F) Il conclut le rendez-vous ou.....
Y a-t-il du « forcing » ou tout simplement une prise de rendez-vous avec une technique ?
- G) L'après rendez-vous : Comment se motive-t-il pour rester calme, centré, dans le contexte etc. ?

Un travail passionnant, qui ne va pas se terminer à cet exercice.

Nous avons modifié la notion de "**perception d'ouverture**", qui est devenue un état interne de confiance en soi, état dissocié avec vision globale de la situation, et émotionnellement neutre. Nous renommons cet état en "**perception de l'état propice**".

Nous avons sélectionné quelques points qui semblent faire la différence et nous nous proposons de les tester avant de faire le travail de diplôme :

- Changer de croyance
- Gestuel
- Visualisation
- Isolation et changement de contexte
- Changement de métaprogramme

5.2 Expert / Contre expert

Parmi nos 3 experts, nous avons rapidement décelé une différence de comportement entre d'une part Nouzha et Fred et d'autre part Monique.

D'un côté nous avons Fred et Nouzha, qui nous ont paru proches à nos critères et cartes du monde, et Monique qui semblait être et agir de manière différente.

Nous avons « senti » ceci et, pour l'exercice de modélisation, nous avons mis de côté ce ressenti (autant que faire se peut...) pour nous consacrer à notre rôle de chercheurs « scientifiques ».

En effet nous ne pouvons pas considérer une personne comme contre expert simplement parce qu'elle utilise une méthodologie différente.

Ainsi, en se référant au Chapitre 4 « Similitudes et contrastes », nous avons noté des différences, dont celles qui suivent nous ont paru **essentielles** :

Croyances, valeurs et règles

	Contre Expert	Experts
Croyances	Etre technique (loi des nombres) Plus rien à apprendre	Etre un comédien Je peux encore apprendre
Valeurs	Intelligence Changer l'autre, le monde Je sais tout Moi seul	Ecoute Respect de l'autre Humilité Equipe
Règles	Appliquer la technique Evaluer l'autre Respecter le standard de questions	Avoir confiance Etre centré Se concentrer

Profil LAB

	Contre Expert	Experts
Source	Interne	Externe
Raison	Structure	Option
Facteur de décision	Pareil	Pareil avec exception
Direction de l'attention	Soi	Autres
Style	Indépendant	Proximité
Organisation	Chose	Personne
Structure des règles	A moi-A moi	Non – à moi

Les réponses reçues par Monique lors de l'interview n'ont pas toujours été très congruentes.

Monique n'est pas quelqu'un qui aime le contact téléphonique et respecte l'interlocuteur en tant que personne.

Elle ne se sent pas comme comédien. Elle n'est pas très humble et se croit meneur des choses dans « la bonne direction » si l'interlocuteur est intelligent. Ceci se montre dans sa façon de parler (rapide, voix aiguë) et dans sa position pendant le téléphone moins concentré et centré avec des mouvements très vite et « inutiles ».

Il est apparu lors des différents moments de cet exercice que Monique manque de plaisir et elle se cache derrière une enquête pour pouvoir vendre son rendez-vous.

Cette méthode a notre avis manque un peu d'éthique et peut ainsi tomber, au vu de ce qui précède, dans la définition de forcing.

Au vu des différences entre les 2 groupes, dans les valeurs, croyances, règles, Lab Profile et avec l'attitude, le comportement et l'enquête dans la technique de Monique nous ne pouvons pas ni nous voulons, modéliser la méthodologie de Monique, étant un simple technique pur de prise de rendez-vous à apprendre par cœur.

Chose que Arturo et Fabienne ont fait pour les techniques de Nouhza et Fred avec un résultat réjouissant.

Nous décidons donc que l'un de nos experts (Monique) s'avère donc être un contre expert, selon les critères que nous avons retenu pour définir l'expertise, les différences avec l'autre groupe et les hypothèses émises concernant les séquences et la notion de « perception de l'ouverture ».

5.2 – Frontière « forcing / non forcing »

Cette frontière peut être éloignée ou au contraire très proche. Cela dépend de la perception du monde des personnes concernées.

– Si l'on se place du point de vue de celui qui reçoit l'appel téléphonique :

Certaines personnes percevront un forcing, parce que, non habituées aux diverses méthodologies et techniques de vente, elles seront amenées à juger le comportement de la personnes qui les appelle. D'autres, qui connaissent ces méthodes, n'y verront là qu'un procédé.

– Si l'on se place du point de vue de celui qui passe l'appel téléphonique :

La personne qui utilise ce type de technique ne perçoit pas de forcing, mais elle utilise tout simplement une technique de prise de rendez-vous.

Nous avons mentionné plus haut les différentes étapes du téléphone. L'étape de la prise de rendez-vous, en tant qu'une étape particulière, demande une technique bien précise qui pourrait, à première vue, paraître être du forcing.

Où se situe « la » vérité ?

Nous pensons qu'il est judicieux de parler de forcing dans « l'après-coup », à savoir lorsque, par exemple :

- Le client, après avoir accepté le rendez-vous, l'annule,
- Le client ne reçoit pas le vendeur avec contentement, mais avec méfiance, ou alors si le client ne connaît pas la raison de la visite.

Le forcing peut donc être réalisé de 2 manières :

- La 1^{ère}, par une personne tellement gentille que l'acheteur potentiel ne peut qu'accepter le rendez-vous.
- La 2^{ème}, par une personne qui « arrachera » le rendez-vous parce qu'il est bon vendeur

Dans les 2 cas, ce sera vraisemblablement une perte de temps pour le vendeur lors du rendez-vous.

5.3 - L'expertise mise en application

5.3.1 Arturo a testé pour nous

Il a changé la croyance "Le téléphone est un obstacle, car pas de contact physique avec la personne" en "Le téléphone est un moyen de communication"

Il a fait une frontière artificielle entre son bureau et son foyer, et cela lui permet de rentrer dans le contexte du travail. Il a défini avec son entourage, que lorsque la porte est fermée, plus personne ne rentre.

Pour rentrer dans le contexte du téléphone, il se dit "Je vais maintenant prendre des rendez-vous" au lieu de "Je vais essayer de téléphoner".

Il a préparé un argumentaire papier pour rester dans le contexte de "fixer un rendez-vous".

Il s'assied le corps droit, centré, concentré sur le rendez-vous qu'il va prendre, s'incline légèrement côté gauche, en avant, et visualise la silhouette de la personne.

Ne prend pas le "Non" pour lui, se dissocie, respecte l'avis de la personne et propose de rappeler la personne plus tard.

La technique de « laisser la porte entrouverte », de laisser le choix à la personne, lui permet de gérer ses émotions négatives.

Après la mise en application de ces stratégies, Arturo a la sensation que le client l'accueille différemment.

5.3.2 Fabienne a testé pour nous

1) Changement de métaprogramme de « Chose » à « Personne »

Avant, Fabienne visualisait l'enseigne, ou les bâtiments de l'entreprise prospect. Elle a modifié cela en visualisant les gens qui travaillent dans l'entreprise.

2) Ceci lui a permis de se dire "Je vais appeler la personne P" au lieu de "Il faut que j'appelle l'entreprise E".

3) Ferme la porte afin que rien ne vienne la déranger. A amélioré l'ergonomie de son poste de travail.

4) Se tient droite, centrée. Rassemble ses mains pour ne pas qu'elles bougent dans tous les sens, avant de composer le numéro et reste ensuite centrée. Les mouvements sont posés. Respire. Se dit que le client est comme moi et n'a pas une représentation où elle se met en état d'infériorité par rapport au client.

5) Changement de métaprogramme de « Soi » à « Autres »

Avant, Fabienne pensait à la prise de RDV de son point de vue. Maintenant, c'est la possibilité de présenter un service qui sera éventuellement intéressant pour l'interlocuteur.

6) Se dit le "oui" m'appartient, et le "non" appartient au client. A inclus une notion de temps dans la réponse du client. Le « non » est contextuel et non plus définitif, et ça facilite la régulation des états internes.

5.4 – Feed-back du groupe

5.4.1 – Fabienne

Travailler dans ce groupe a été extrêmement riche. Certes le contenu a été intéressant et dense, mais plus encore, ce que je retiendrai, c'est la forme. J'ai pu observer et expérimenter les limites entre « ce que je sais » et « ce que je fais ». J'ai encore découvert plein de choses sur moi-même et les relations de groupe, qui vont me permettre de progresser personnellement, et également dans mon métier de coach.

5.4.2 – Ute

Le travail en groupe était pour moi une expérience qui m'a appris beaucoup sur le dynamisme en groupe et pour cela j'en suis très reconnaissante et j'en remercie beaucoup tous les participants. Après avoir lu notre travail en entier j'en suis très satisfaite de notre « œuvre » surtout chacun a y participé.

Pourquoi notre groupe fonctionne-t-il si bien parce qu'à la base il y a le respect et la volonté de l'écoute entre nous..

5.4.3 – Sébastien

J'ai beaucoup plus appris avec les débats de groupe que pendant le travail de modélisation, au niveau du contrôle de mon mode de fonctionnement interne.

Nous avons beaucoup d'efforts à faire sur le travail de modélisation, mais part contre ce dernier a été un excellent processus d'apprentissage.

5.4.4 – Jacques

Le travail de groupe nous a donné de belles opportunités pour travailler sur nos émotions et l'acceptation de l'avis de l'autre.

Je suis étonné en bien que chacun ai fait le travaille pour lequel il s'était engagé dans les temps, et cela m'amène à féliciter le groupe.

Je pense qu'un travail de modélisation se fait d'une manière itératif et prend ainsi du temps. Nous n'avions pas ce temps et malgré cela, je trouve que nous nous sommes très bien débrouillé. Les points à améliorer se seraient naturellement très bien passé, si nous avions eu plus de temps pour définir l'instant de modélisation, préparer les interviews, s'entraîner, voir plusieurs fois les experts.

Néanmoins je pense que pour modéliser quelqu'un il faut le voir plusieurs fois, faire le travail avec lui, puis à sa place et devenir lui dans son travail

5.4.5 – Arturo

J'aimerais commencer mon feed-back par remercier et féliciter toutes les personnes qui ont participer dans cette aventure dans notre équipe et qui non seulement ont travailler de façon professionnelle mais qui aussi, lors de moments passionnants de discussions, ont garder un esprit d'équipe et ils n'ont jamais oublié l'objectif à atteindre.

Ceci dit, au vu du temps et de la tâche à accomplir, je peux sans autre être content du travail que nous avons fait.

Bien sûr cet exercice n'est pas terminé à ce stade et afin de pouvoir créer un modèle, nous avons besoin de travailler avec plusieurs autres experts.

En ce qui me concerne j'ai compris avec cet exercice qu'est une modélisation et sa complexité et je me réjouis de continuer le travail de diplôme.

Sans autre cet exercice m'aura aussi permis de faire un pas important en avant pour ma profession de coaching et la compréhension de mon comportement dans un groupe.

5.4.6 – Nathalie

Je pense que nous avons bien réussi l'exercice dans son ensemble.

Annexe A

Questions des interviews

Univers de travail

Pourriez-vous nous parler en quelques mots de votre trajet professionnel et privé s.v.p. ?
Aimez-vous ce que vous faites ?
C'est quoi ce que vous aimez dans ce métier ?
Qu'est-ce que le client représente pour vous ?
Qu'est-ce que le service que vous offrez représente pour vous ?
Quelles sont les choses importantes à faire selon vous pour vendre vos services ?
Quelles convictions sur vous, sur autrui et sur la vie utilisez-vous dans votre travail ?
Quel rôle de vous utilisez-vous pour atteindre votre objectif au travail ?
Pourquoi vous engagez-vous dans cette expérience ?
Qu'est-ce qui est important pour vous dans cela ?
Que recherchez-vous dans ce que vous faites ?
Qu'est ce qui est important pour vous dans votre vie ?

Questions du Profil Lab

Fiche de Motivation

Critères :

Que voulez-vous dans votre travail ? ou **Attention préciser le contexte**
Qu'est ce qui est important pour vous dans votre travail ?

Orientation :

Pourquoi cela est-il important ? 3 fois

Source

Comment savez-vous que vous avez fait du bon travail ?

Raison

Pourquoi avez-vous choisi votre travail actuel ?

Facteurs de décision

Quelle est la relation entre votre travail cette année et l'année dernière ?

Fiche – Caractéristiques de travail

Réponse sous stress :

Parlez-moi d'un projet de travail qui vous a causé la difficulté

Style

Parlez-moi d'une expérience de travail qui était (critères à reprendre)

Organisation

Pourquoi cela vous a-t-il plu ?

Structures des règles

Qu'est-ce qui serait un bon moyen d'augmenter vos chances de réussir à vendre vos services ?
Qu'est-ce qui serait un bon moyen pour quelqu'un d'autre ?

Canal de conviction

Comment savez-vous que quelqu'un d'autre une ou un collègue, par ex., est performant dans son travail ?

Mode de conviction

Combien de fois devez-vous (voir, entendre, lire ou faire quelque chose) pour être convaincu ?

Questions supplémentaires à poser après avoir revu la séquence filmée

Quelles capacités faut-il avoir pour faire ce que vous faites ?

Comment savez-vous ce qu'il faut faire ?

Comment vous vous êtes prise pour arriver à faire ce que vous faites ?

Quel chemin faut-il entreprendre pour faire ce que vous faites ?

Qu'est-ce qu'il vous faut autour de vous ?

Apprenez-moi à faire ce que vous faites s.v.p.

Si vous serez en vacances un jour que dois-je faire, savoir et apprendre pour vous remplacer ?

Selon vous qu'est-ce qu'il est déterminant pour obtenir un RDV ?

Existent-ils des phases pour vous lors d'un téléphone ?

Quelle importance ont ces phases pour vous ?

Quelles règles à respecter pendant ces phases ?

Pourquoi faites – vous une enquête ?

La tonalité de la voix de votre interlocuteur est-elle importante et pourquoi ?

Est-ce importante pour vous ce que votre interlocuteur dit et pourquoi ?

Pourquoi dirigez-vous votre interlocuteur vers une réponse ? et pourquoi le choix entre trois réponses ?

Que pensez-vous de votre performance ?

Pouvons-nous montrer la cassette en classe ?

Séquence 1 – Composition et attente

Qu'est ce qui se passe dans votre tête lorsque vous attendez de parler au responsable ?

A quoi pensez-vous ? Qu'est ce que vous imaginez à ce moment là ?

Comment vous préparez-vous à entendre la voix du responsable ?

Qu'est ce qui se passe dans votre tête lorsque vous devez attendre trop longtemps ?

Que ressentez-vous quand, plusieurs fois de suite, vous avez une réponse négative ?

Que ressentez-vous quand, plusieurs fois de suite, vous n'arrivez pas à atteindre l'interlocuteur ?

Qu'est ce qui est important pour vous lorsque vous attendez de parler au responsable ?

Séquence 2 – Introduction

Qu'est ce qui est important pour vous lors du premier contact avec le responsable ?

Séquence 3 – Dialogue

Qu'est ce qui est important pour vous lorsque vous discutez avec le prospect ?

Séquence 4 – Perception de l'ouverture

Comment savez-vous que vous avez l'ouverture ?

Phase 5 – Harmonie

Qu'est ce qui est important pour vous lorsque vous avez décelé l'ouverture et chercher le RDV ?