

# TABLE DES MATIÈRES

<i>Préface</i> .....	IX
<i>Remerciements</i> .....	XI
<i>Liste des tableaux</i> .....	XXI
<i>Note de l'auteure</i> .....	XXIII
<b>INTRODUCTION</b> .....	1
<b>CHAPITRE 1 – CIBLEZ POUR GAGNER</b> .....	7
Ne vous arrêtez plus au ROUGE! .....	8
Brillez de toutes vos couleurs .....	8
L'importance relative des trois composantes de votre impact .....	10
L'influence de votre niveau d'expérience .....	11
Repérez vos cibles .....	11
Préparez votre plan d'affaires et votre BOSPA .....	12
Soyez en contrôle de votre impact .....	12
Gérez l'évolution de votre plan d'affaires .....	16
Évolution d'une relation d'affaires .....	17
Dans le feu de l'action .....	18
Impressionnez sans « envahir » .....	18
Établissez la confiance pour mieux « convaincre » ...	18
Écoutez d'abord pour avoir l'impact souhaité ensuite .....	19
Fiche synthèse .....	20
À retenir .....	21

<b>CHAPITRE 2 – RÉSEAUTEZ EFFICACEMENT</b> .....	23
Anecdotes de <i>coaching</i> .....	24
Mythes et excuses .....	25
Six clés de succès pour vous démarquer en réseautage .....	26
Évolution d'une relation d'affaires (suite) .....	27
Dans le feu de l'action .....	28
Optez pour des activités de réseautage gagnantes pour vous .....	28
Catégories d'activités de réseautage .....	28
Excellez en situation de réseautage .....	30
Préparez-vous pour avoir plus de succès et de plaisir .....	30
Demandez conseil pour améliorer vos résultats .....	30
Élargissez vos champs d'intérêts .....	30
Mesurez votre performance .....	30
Adoptez un comportement optimal pour maximiser votre impact .....	31
Organisez vos activités de réseautage de manière à marquer des points .....	31
Choisissez vos invités soigneusement .....	31
Orchestrez tous les détails de l'organisation et du déroulement .....	31
Surprenez par vos communications .....	32
Animez votre activité de manière dynamique .....	34
Maximisez les retombées de votre investissement .....	34
Bénéficiez pleinement de votre participation à une association ou à un conseil .....	35
Ne passez pas inaperçu .....	35
Gérez votre investissement .....	35
Profitez de l'occasion d'écrire un article ou de donner une conférence .....	36
« Impressionnez » en plus de faire passer votre message .....	36
Faites le suivi pour assurer les retombées de votre investissement .....	36

Que faire si...	37
Un interlocuteur vous pose une question piège	37
Vous n'êtes pas bien préparé	38
Le créneau de marché que vous ciblez est peu ouvert	38
Vous devez bâtir une équipe de démarchage	39
Vous devez faire des appels à froid	40
Fiche synthèse	41
À retenir	42
<b>CHAPITRE 3 – COURTISEZ HABILEMENT VOS CIBLES</b>	<b>43</b>
Anecdote de <i>coaching</i>	44
Mythes et excuses	45
Vous n'avez pas deux occasions de faire bonne impression	46
Prenez les moyens de mieux connaître votre cible	46
Posez des questions JAUNES et VERTES	48
Investissez le temps nécessaire pour gagner sa confiance	49
Préparez chaque initiative de « courtoisie » soigneusement	49
Soyez déjà ce que vous promettez d'être	50
Évolution d'une relation d'affaires (suite)	51
Dans le feu de l'action	52
1. Rapprochez-vous d'une cible interne plutôt indifférente	52
2. Développez une collaboration fructueuse avec un collègue d'un autre service	53
3. Rapprochez-vous d'une personne en autorité au sein de votre organisation	55
4. Courtisez une nouvelle cible externe à la suite d'une première rencontre	56
5. Améliorez votre relation d'affaires avec une cliente externe pour élargir la gamme de services que vous offrez à son entreprise	57
6. Courtisez un intermédiaire	59
Que faire si...	61
Une cible intéressante vous pose régulièrement « juste une petite question », mais tarde à vous confier un mandat	61
Vous voulez modifier votre positionnement parce que vos cibles ont une impression de vous qui ne vous rend pas justice	65

Fiche synthèse .....	68
À retenir .....	69

#### **CHAPITRE 4 – PRÉSENTEZ VOS IDÉES ET VENDEZ VOS SOLUTIONS AVEC SUCCÈS**

<b>AVEC SUCCÈS</b> .....	71
Anecdote de <i>coaching</i> .....	72
Mythes et excuses .....	73
Cinq clés de succès pour présenter votre idée ou votre solution avec impact .....	74
Évolution d'une relation d'affaires (suite) .....	75
Dans le feu de l'action .....	76
Adoptez la bonne stratégie selon le contexte .....	76
Parlez à l'autre, de l'autre, pour l'autre .....	78
Bannissez les mots « coussins » de votre vocabulaire .....	79
Adaptez votre approche en tenant compte de la personnalité de votre cible .....	80
Soignez tous les détails de votre présentation .....	80
Produisez des offres de service écrites gagnantes .....	81
Prenez une décision éclairée .....	81
Préparez sérieusement votre offre .....	81
Rédigez une offre percutante .....	82
Présentez votre offre devant un comité décisionnel .....	82
Choisissez bien vos porte-parole .....	83
Offrez-vous quelques avant-premières .....	83
Transformez les obstacles en occasion d'entente .....	84
Gérez habilement la question financière .....	85
Soyez convaincu que le prix demandé correspond à la valeur réelle de votre contribution .....	85
Traitez ouvertement de l'aspect financier avec votre cible .....	86
Acceptez que votre cible exprime son malaise à l'égard du budget ou des honoraires .....	86
Vendez votre budget ou vos honoraires, ne les réduisez pas .....	87

Que faire si...	89
Votre cible vous demande de mettre votre idée par écrit pour qu'elle puisse la présenter elle-même à sa direction.	89
Votre cible vous demande d'établir un prix fixe pour votre travail.	90
Votre collègue réduit vos honoraires dans un projet conjoint.	91
Fiche synthèse	93
À retenir	94

## **CHAPITRE 5 – IMPRESSIONNEZ VOS CIBLES AU-DELÀ DE LEURS ATTENTES.**

<b>CHAPITRE 5 – IMPRESSIONNEZ VOS CIBLES AU-DELÀ DE LEURS ATTENTES.</b>	95
Anecdotes de <i>coaching</i>	96
Mythes et excuses	97
Trois clés de succès pour impressionner vos cibles	98
Évolution d'une relation d'affaires (suite).	99
Dans le feu de l'action	100
Investissez systématiquement dans la satisfaction de vos cibles	100
Établissez vos priorités pour diriger vos efforts de manière éclairée	100
Maximisez vos efforts auprès de vos cibles « A » et « B »	102
Dosez vos investissements auprès de vos cibles « C »	104
Prenez sans tarder les mesures nécessaires par rapport à vos cibles « D ».	104
Évaluez la satisfaction de vos cibles	106
Gérez un « programme d'entrevues clients »	108
Excellez dans une entrevue client.	108
Traitez les plaintes comme des occasions de croissance	111
Soyez à la fois réceptif et maître de la situation	111
Ne portez pas sur vos seules épaules l'obligation de trouver la solution	113

Que faire si...	114
Vous voulez récupérer une relation qui se détériore. . . . .	114
Vous avez commis une erreur qui a des conséquences pour votre cible . . . . .	115
Vous devez présenter une augmentation de vos honoraires ou un dépassement de budget. . . . .	116
Votre cible se dit insatisfaite de vos services ou de votre implication . . . . .	117
Votre cible occasionne des retards dans la réalisation du projet . . . . .	118
Fiche synthèse . . . . .	119
À retenir . . . . .	121
<b>CHAPITRE 6 – GRANDISSEZ AVEC VOS CIBLES</b> . . . . .	123
Anecdote de <i>coaching</i> . . . . .	124
Mythes et excuses . . . . .	125
Loin des yeux, loin du cœur! . . . . .	126
Trois clés de succès pour grandir avec vos cibles. . . . .	127
Évolution d'une relation d'affaires (suite). . . . .	128
Dans le feu de l'action . . . . .	129
Passez de fournisseur à partenaire . . . . .	129
Donnez-vous un plan pour gérer l'intangible . . . . .	129
Saisissez les occasions d'offrir des services additionnels . . .	130
Élaborez un plan structuré pour saisir les occasions de ventes croisées . . . . .	130
Obtenez des recommandations . . . . .	131
Que faire si... . . . .	133
Votre cible utilise les services de plusieurs professionnels à la fois . . . . .	133
Vous devez composer avec un nouveau décideur. . . . .	136
Une cible importante et de longue date remet votre collaboration en question . . . . .	139
Fiche synthèse . . . . .	142
À retenir . . . . .	143

<b>CHAPITRE 7 – À VOUS DE JOUER!</b> .....	145
Anecdote de <i>coaching</i> .....	146
Soyez l'artisan de votre succès .....	147
Outil d'autodéveloppement: mode d'emploi .....	148
Outil d'autodéveloppement: première partie .....	149
Outil d'autodéveloppement: deuxième partie .....	152
Préparez votre plan de développement personnel .....	157
Analysez vos résultats .....	157
Précisez vos objectifs .....	157
Passez à l'action .....	158
Soyez en évolution constante .....	159
<b>CONCLUSION</b> .....	161
Anecdote de <i>coaching</i> .....	162
La compétence ne suffit plus .....	163
Conseils à la direction des organisations et des cabinets .....	164
Conseils aux professionnels et gestionnaires .....	165
Démarquez-vous .....	165
<b>ANNEXE</b> .....	167
Présentez-vous avec impact .....	168
Dès les premières minutes, faites évoluer la conversation vers un niveau distinctif .....	169
Soignez votre image professionnelle .....	170
Maîtrisez les règles de l'étiquette .....	171
<b>INDEX</b> .....	173
<b>TÉMOIGNAGES</b> .....	191