

Nous lisons tous suivant un filtre psychologique. Quelles sont les grandes lignes pouvant expliciter les modes de lecture ?

LES EXPERTS ET LES NON-EXPERTS

Les *experts* cherchent l'information susceptible de crédibiliser vos affirmations. Pierre Consult prétend faire gagner de l'argent à son client. Cet argument est un « bénéfice proposé » (au sens de l'analyse ABCD). Cet argument pourrait éventuellement suffire à un non-expert, qui considérera que l'expérience de Pierre Consult est suffisante pour pouvoir l'aider, mais un expert exigera plus de détails : « Comment procèdera-t-il pour me faire gagner cet argent ? », se demandera-t-il. Face à ce dernier, Pierre Consult devra donc arguer des caractéristiques de sa solution (au sens de l'analyse ABCD) et décrire les méthodes qu'il compte utiliser. Il citera aussi des noms de clients, avancera même la possibilité de contacter certains d'entre eux. Toute preuve démontrant que vos caractéristiques sont crédibles renforce la confiance de votre expert.

Certains technico-commerciaux, spécialisés dans les propositions très techniques, ne s'adressent qu'aux experts et à leurs attentes. Ils oublient, ce faisant, d'apporter un élément indispensable : un niveau de lecture technique plus simple, donc les bénéfices proposés. Par exemple, ils proposent une voiture avec un moteur turbocompressé de seize soupapes (caractéristiques). Qu'apporte cette technologie ? De la puissance, une réduction de consommation d'essence, un confort dans la conduite. Le problème est qu'un non expert ne saura pas forcément déduire seul ces bénéfices proposés des caractéristiques. De plus, au sein de la société cliente, l'expert ne pensera pas toujours à communiquer sur les bénéfices auprès du non-expert, bien que le second soit souvent le responsable hiérarchique du premier...

Insistons donc une fois encore sur l'importance d'appliquer la méthode ABCD, puisqu'elle permet d'apporter une réponse au non-expert – de manière synthétique (les bénéfices) – comme à l'expert – de façon davantage détaillée (les caractéristiques).

LES INDUCTIFS ET LES DÉDUCTIFS

- Les personnes de formation scientifique ont une perception la plupart du temps *déductive* : à partir de faits, elles émettent des hypothèses, réfléchissent par déduction pour aboutir à une règle, à une formule ou à un théorème, ou encore, sur un terrain plus pratique, à une conclusion.
- Les personnes non techniques privilégient pour la plupart une méthode *inductive* : elles ont une idée, une intuition, et cherchent les faits qui la confortent. La plupart des décideurs finaux relèvent de cette approche.

On peut dire que la communication inductive est assez anglo-saxonne, par opposition à la déductive, culturellement plus française. Les anglo-saxons évoquent ainsi davantage leurs conclusions en premier lieu, ce qu'ils jugent essentiel, puis s'expliquent.

LES RASE-MOTTES ET LES PLANEURS

- Les *rase-mottes* lisent la totalité des documents, sans en sauter une ligne, à la recherche des nuances et subtilités chausse-trappe, soupçonnant le piège caché dans le texte. Ils attendent une littérature fournie.
- Les *planeurs* sont rebutés à l'idée même de lire un document volumineux. Ils échantillonnent la proposition, en ne cherchant que les grandes idées. Ils attendent une littérature très synthétique.

LES VISUELS ET LES VERBAUX

- Les personnes de formation scientifique ont une perception la plupart du temps *visuelle* : elles aiment exprimer une idée en s'aidant d'un dessin, d'un diagramme.
- Les personnes non techniques privilégient pour la plupart une méthode *verbale* : elles parlent ou écrivent, mais privilégient les mots.

Bien sûr, notre catégorisation est sommaire ; elle n'est destinée qu'à vous rappeler qu'il est nécessaire d'adapter la forme et le fond de vos messages à vos interlocuteurs.

Peut-être pourrions-nous même forcer encore un peu le trait, en simplifiant encore nos profils en deux groupes :

- les *techniques*, qui sont en général : *experts, déductifs, rase-mottes et visuels*. Ils se posent des questions du type : « Comment cela marche ? » ; « Pouvez-vous le prouver ? » ;
- les *non-techniques*, qui sont en général : *non-experts, inductifs, planeurs et verbaux*. Leurs questions sont de type : « Pourquoi devrais-je vous choisir ? » ; « Pourquoi pas les autres ? ».