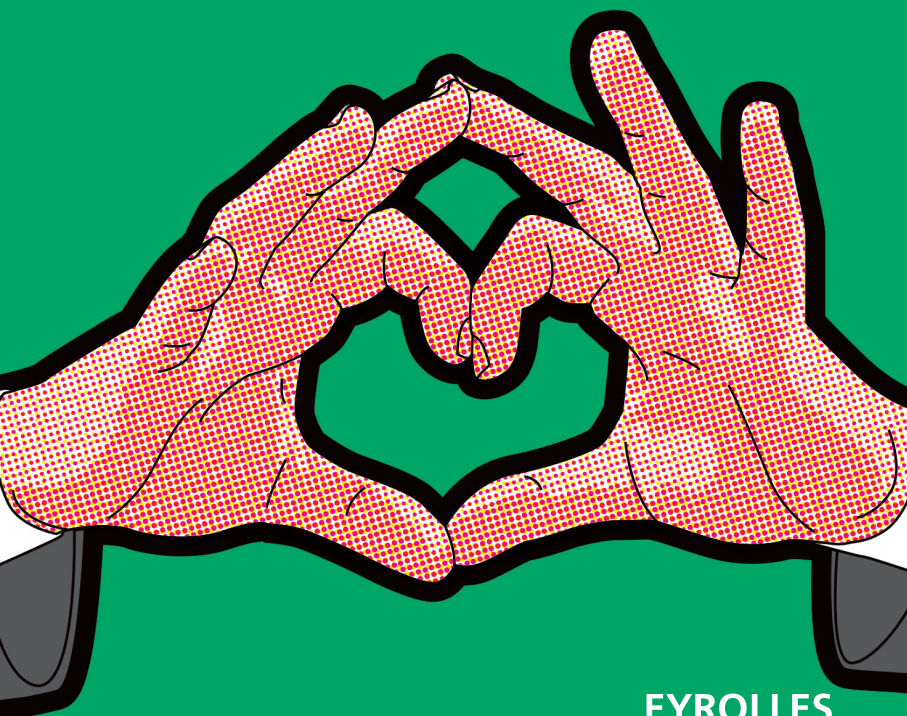


Évelyne Platnic Cohen

# I LOVE BUSINESS

Idées reçues,  
témoignages,  
expériences...



EYROLLES

# I LOVE BUSINESS

- Un ouvrage en rupture avec les classiques du genre, un ton humoristique et un style direct.
  - Un argumentaire pragmatique pour mettre fin aux idées reçues.
  - De nombreux encadrés pratiques, l'avis de professionnels, des astuces utiles.
- 

« Réseauter » pour faire croître son business est à la portée de chaque chef d'entreprise. C'est le *credo* de cet ouvrage dynamique qui donne toutes les clés pour réussir son networking.

Chassant les idées reçues et truffé d'astuces facilement applicables au quotidien, *I love business* passe en revue l'ensemble des outils les plus utiles et efficaces pour solidifier et exploiter pleinement son réseau.



**Évelyne Platnic Cohen** est présidente de Booster Academy, dont la mission consiste à entraîner tous ceux qui veulent développer leur pouvoir de vendre pour développer leur impact et augmenter leurs performances.

Elle est également l'auteure de *Vendre aux grands comptes et aux comptes stratégiques*.

I  
LOVE  
BUSINESS

Groupe Eyrolles  
61, bd Saint-Germain  
75240 PARIS Cedex 05

[www.editions-eyrolles.com](http://www.editions-eyrolles.com)

Du même auteur :

*Le pouvoir de vendre*, 2016

*Nous sommes tous des vendeurs !*, 2013

*Vendre aux grands comptes et comptes stratégiques*, 2011

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2012, 2017  
ISBN : 978-2-212-56590-4

Évelyne Platnic Cohen

# I LOVE BUSINESS

2<sup>e</sup> édition 2017

**EYROLLES**

A horizontal line with a small grey circle in the center, positioned below the publisher's name.



# SOMMAIRE

PRÉFACE	« Tu vas à la chasse aux éléphants et tu rencontres un escargot, prends-le. »	1
---------	---	---

INTRODUCTION		3
--------------	--	---

CHAPITRE 1	<b>Sniff, sniff... Je ne connais personne</b>	5
------------	---	---

Martin, Bernard, Dubois, Lefebvre...		6
Tous ces gens, c'est enivrant		8
« <i>Hello Barack, nice to meet you</i> »		9
Les faibles font la force		10
Réseau... Tu dors...		12
On relâche la pression...		14
Vidéo pratique : comment atteindre les clients de vos rêves		18

CHAPITRE 2	<b>Zéro complexe, à moi les opportunités !</b>	19
------------	--	----

100 % pro à titre perso		21
<i>Business or not business ?</i>		23
Frappe et on t'ouvrira...		25
Interdiction de rester dans l'ombre...		27
Tout est sous vos yeux...		29
Vidéo pratique : vendre dans le train en cinq escalas		31

CHAPITRE 3	<b>Un peu (beaucoup) d'organisation</b>	33
------------	---	----

Les trente-cinq heures, c'est pour les autres		35
Quarante personnes par semaine, c'est possible...		37
Les grosses pierres et les petits cailloux		38
Ressourcez-vous !		40
Je te jette ou je te garde ?		41

I love business

Vidéo pratique : pour vivre heureux ne vivons pas cachés  
sur les réseaux sociaux 46

## CHAPITRE 4 Ce n'est pas au bureau que ça se passe ! 47

Pas de place pour les amateurs 48  
Et un, et deux, et trois réseaux... 51  
À chaque pied sa chaussure 54  
Attention à la consanguinité 55  
Et si le paria, c'était vous ? 57  
Essayer ne signifie pas adopter 59  
Le plus tôt sera le mieux 61  
« Réseauter » 62  
Et si on se revoyait en dehors du réseau ? 63  
Tour d'horizon des principaux réseaux d'affaires 64  
Vidéo pratique : quels réseaux choisir pour développer  
un business ? 75

## CHAPITRE 5 Pas de Web 2.0, pas de business ! 77

Trois raisons d'y aller 79  
Être ou ne pas être... partout 85  
Un air de famille avec les réseaux physiques 87  
*B to C* et *B to B* : deux approches bien distinctes 90  
Et si je devenais curateur ? 92  
Pas si simple, le *networking* virtuel... 94  
Réseaux sociaux sur Internet : lesquels choisir ? 97  
Vidéo pratique : vendre, quels réseaux pour quelles actions ? 104

## CHAPITRE 6 Je pitch, tu pitches, il ou elle pitch... 105

Un *pitch*, c'est quoi exactement ? 106  
Je ne suis pas un baril de lessive ! 109  
Le pitch gagnant 111  
La petite boutique des horreurs... 115  
Vidéo pratique : comment préparer le pitch de son entreprise 123



CHAPITRE 7	Un « réseuteur » averti en vaut deux...	125
	Le cocktail	126
	Le salon professionnel	128
	Le petit déjeuner	130
	Le déjeuner	132
	L'attente d'un rendez-vous en entreprise	136
	Le voyage en train (ou en avion)	137
	Vidéo pratique : commerciaux, où trouver vos clients ?	141
CHAPITRE 8	Le <i>social selling</i> , bien plus que du réseautage...	143
	Qu'est-ce donc que ce <i>social selling</i> ?	144
	Devenez expert !	146
	Tout est question de <i>fine tuning</i>	149
	Vidéo pratique : présentation de Booster Academy	154
CONCLUSION		155
INDEX		157



## PRÉFACE

« Tu vas à la chasse  
aux éléphants  
et tu rencontres un  
escargot, prends-le. »

Ce proverbe africain illustre assez bien la façon dont j'ai avancé dans mes échanges professionnels. Aucune personne rencontrée, aucune situation affrontée, aucun échange partagé n'est sans intérêt. Pour être un bon commercial, il faut aimer les gens. Il faut, pour réussir ses relations, ouvrir grand les yeux et les oreilles et ne négliger aucun signe. L'empathie, l'écoute mais aussi le sens de l'observation sont des mots-clés dans l'ouverture des portes. L'éducation, n'ayons pas peur de l'écrire, reste un sésame indispensable sur le chemin de la réussite. Cette éducation, cette vocation à être un caméléon selon les attentes des interlocuteurs est un passeport pour la victoire. On l'a souvent dit, l'échec d'un moment peut être un gain futur, il ne faut jamais pleurer sur son sort mais lever le menton avec fierté. Un

air triomphant appelle la chance et attire les interlocuteurs. Comme le disaient nos grands-mères il vaut mieux faire envie que pitié ! C'est une volonté de tous les instants qui est requise et qui nécessite aussi beaucoup d'organisation et de clairvoyance. Aucune utilité dans le fait de perdre son temps en résautant dans le vide avec des individus soit néfastes, soit inactifs. Le bonheur est dans la méthode. Sous le sourire se cache beaucoup de travail et d'investissement personnel. L'aboutissement est le fruit d'engagement et de réflexion ciblée. Le succès qui parfois semble dû à la chance et facile à atteindre est souvent le frère de l'acharnement au travail. Cet ouvrage qui paraît dans sa deuxième édition sera la clé de votre succès et de votre envie de continuer à jouer pour gagner. Car notre motivation principale dans notre vocation commerciale est le jeu, n'est-ce pas ?! Alors profitez des conseils et des règles pour gagner la prochaine partie !!

Aziliz de Veyrinas  
Directrice commerciale,  
Vivatechnology Paris

# INTRODUCTION

Réfléchissez à ce que vous n'aimez pas faire : prendre des portes continuellement dans la figure, tomber sur des messageries...

Puis réfléchissez à ce que vous aimez : boire des coupes de champagne, échanger avec des personnes...

Puis choisissez.

Joignez donc l'utile à l'agréable, et faites du business dans les meilleures conditions possible.

Et profitez aussi de toutes les opportunités possibles pour faire du business.

Je vous livre dans ce livre toutes les techniques que j'ai développées depuis vingt-cinq ans et qui fonctionnent merveilleusement bien, jamais agressives, jamais dérangeantes, toujours bienveillantes.

Amusons-nous, prenons du plaisir et aimons tous ensemble développer nos business.



# CHAPITRE 1

## Sniff, sniff...

### Je ne connais personne

*« Faire preuve d'opportunisme avec tous ceux que je rencontre dans le but de développer mon business ? Je ne demanderais pas mieux, mais je ne connais personne ! En tout cas, personne susceptible d'être intéressé par ce que j'ai à vendre. Moi qui suis consultant en recrutement, ce n'est sûrement pas dans ma famille de profs que je vais trouver des clients... » « Qu'est-ce que j'y peux si mon mari est dans la mécanique auto alors que je tiens une boutique de lingerie féminine ? » « Ah, si seulement j'étais resté à Nantes où j'ai tant d'amis d'enfance qui auraient pu me mettre le pied à l'étrier ! Mais à Bordeaux, mon carnet d'adresses est bien trop mince pour m'être d'une quelconque utilité... »*

Au panthéon des croyances limitantes du business, le fameux « *Je n'ai pas de réseau* » mérite une place de choix. Volontairement ou non, nombreux sont ceux qui se mentent ainsi à eux-mêmes de manière à justifier leur réticence à aller chercher leurs futurs clients dans leur entou-

rage (et dans l'entourage de leur entourage). Il est certes beaucoup plus simple d'ouvrir sur Internet les Pages Jaunes en commençant par la lettre A. Sauf que c'est aussi nettement plus rébarbatif et surtout considérablement moins efficace. Au risque de radoter quelque peu, le livre que vous tenez entre les mains ne cessera de vous le rabâcher chapitre après chapitre : dans les affaires, « RÉSEAUTER », C'EST GAGNER !

### N'oubliez jamais

Vous recevrez toujours moins que ce que vous donnez... Mais n'oubliez jamais que plus vous donnerez, plus vous recevrez.

## Martin, Bernard, Dubois, Lefebvre...

Alors comme ça, vous ne connaissez personne ? Mon œil ! Pour vous enlever une bonne fois pour toutes cette fausse idée de la tête, faites donc le premier test suivant : procurez-vous la liste des soixante noms de famille les plus portés en France (disponible sur [www.journaldesfemmes.com/nom-de-famille/noms/1/1/france.shtml](http://www.journaldesfemmes.com/nom-de-famille/noms/1/1/france.shtml)) et cochez tous ceux correspondant à une personne avec laquelle vous avez été en contact direct au moins une fois au cours de