

## La force du silence.

Expériences vécues par Bernard Gaud.

Adhérent assidu d'un club de Chefs d'Entreprise (APM), j'ai eu la chance de participer à une séance un peu particulière. Celle-ci était animée par un avocat et portait sur des techniques de négociation. Parmi celles-ci, l'une m'avait particulièrement frappé : la force du silence.

### Le silence est d'or !

Certes nous connaissons tous l'adage « le silence est d'or », mais je n'avais pas encore expérimenté cette position en négociation où, au contraire, on vous demande — pardon on exige de vous — des réponses !

### Le silence est pesant !

Quelque temps après, je subis un **contrôle routier** extrêmement pointilleux et désagréable pour ne pas dire insultant. Après avoir répondu poliment aux demandes légitimes de papiers, le ton et la forme des questions suivantes me déplaisent particulièrement. Me souvenant de la leçon de l'APM et n'ayant vraiment rien à me reprocher — pas d'alcool, pas d'excès de vitesse, un véhicule en parfait état — je « tente le coup ». À une nouvelle question, je regarde le « représentant de la force publique » sans rien dire. Il me regarde, interloqué, et commence à s'énerver. **Le face-à-face** continue silencieusement. Mais, je pensais en moi-même, combien il était difficile de « tenir la position ». Après plusieurs secondes, le gendarme, rouge de rage, me dit : « *puisque vous n'avez rien à dire, circulez* ». Avec mon plus beau sourire, je lui dis en partant un sonore « *au revoir Monsieur !* »

### Le silence est payant !

Plusieurs mois après, la PME fromagère, dont je suis Président du Directoire, est convoquée pour les **négociations annuelles**, par un grand distributeur national. La situation est la suivante : ce distributeur, compte tenu des volumes réalisés sous notre marque et sous sa MDD (que nous fabriquons pour lui), représente 25 % de notre chiffre d'affaires ! À l'inverse nous savons qu'il ne peut pas se passer de nos produits, car il a essayé de mettre un concurrent à notre place sans succès. Habituellement c'est le Directeur commercial de l'entreprise qui assurait ce type de rendez-vous. Mais il était malade. Néanmoins, nous avons décidé de ne pas modifier la date, et que je représente l'entreprise.

L'entretien commence très courtoisement, même si l'acheteur se trouve un peu surpris de ne pas avoir son interlocuteur habituel. Échanges de données chiffrées, proposition de nouveaux produits, acceptation d'une visite du site. Tout va bien. Nous arrivons **au tarif de l'an prochain** et aux conditions du distributeur. L'acheteur annonce : « *Pas d'augmentation de tarif, et on augmente les conditions de 2 %. C'est la même chose pour tout le monde !* ». Je décide alors d'adopter le silence. Je le regarde droit dans les yeux, mais ne donne pas de réponse. 30 secondes, une minute, peut-être plus s'écoulent. C'est dur. « *Alors vous n'avez rien à dire ?* » Pas de réponse : seulement le silence. « *J'en ai assez, foutez le camp* ». Silence encore. « *Bon ça va, donnez-moi votre tarif et on ne change pas les*

*conditions, mais vous verrez que cela ne se passera pas comme ça l'année prochaine ».* J'ai vivement remercié mon interlocuteur sans en rajouter sur l'impertinence.

L'année suivante, le Directeur commercial est allé au rendez-vous... et l'acheteur avait changé...

<https://www.linkedin.com/in/bernard-gaud-b501a56b/>