



LA GÉNÉROSITÉ DANS LES AFFAIRES

À l'époque précolombienne, la générosité et le don étaient d'importants aspects de la vie sociale. La tradition étant orale, les gens se souvenaient de faits importants en organisant d'imposantes cérémonies et en célébrant les nombreux invités qui en seraient témoins. Appelé potlatch, ce type de festivités voulait que les hôtes leur distribuent presque toute leur fortune dans un rituel élaboré.

On croyait alors que la redistribution systématique de la richesse maintenait une harmonie sociale entre tribus et à l'intérieur d'elles. En établissant la hiérarchie tribale, le potlatch permettait aux gens prospères d'obtenir un certain statut social en démontrant leur générosité, sachant que, pour qui bénéficiait d'un véritable pouvoir, retrouver une fortune n'était pas difficile. La qualité et la créativité des chants et des danses présentés à la cérémonie, la quantité de présents offerts et le banquet élaboré ajoutaient à leur prestige.

L'arrivée des Européens mit un terme à cette pratique, car ils croyaient que les potlatches étaient mauvais pour leurs idéaux capitalistes. La loi canadienne qui les interdit en 1884 fut vite imitée par les Américains. Récemment, le potlatch fut réinstauré légalement et - quoique sa forme soit aujourd'hui différente - il demeure un élément important de la vie amérindienne du Nord-Ouest de la côte Pacifique.

Si vous pensez à la loi d'action/réaction lorsque vous négociez avec les gens, vous verrez la logique de « donner pour recevoir ». Les gens d'affaires ne le voient pas tous ainsi, mais la générosité est plus une attitude que le don d'une chose.

Voici 7 conseils visant à nourrir votre réflexion :

1. Livrez toujours plus que vous ne promettez - même si cela signifie que vous promettez moins.
2. N'indisposez pas votre client avec des frais insignifiants comme les appels téléphoniques et les coûts de messagerie. Intégrez-les à vos prix réguliers. En général, les gens sourcilent peu face à des tarifs horaires de 100\$, mais réagissent mal à des frais de 10\$ pour des copies.
3. Gagnez le respect des autres en étant équitable et honnête envers vos employés, clients et fournisseurs.
4. Apprenez à penser gagnant-gagnant-gagnant, au lieu de gagnant-perdant. Voyez les plaintes comme une occasion d'améliorer vos produits et services.
5. Facturez toujours la pleine valeur de ce que vous vendez, de sorte que le client sache qu'il fait une bonne affaire quand vous lui accordez un escompte.
6. Comme on ne peut tout donner, apprenez à échanger les services et produits dont vous avez besoin ou que vous désirez.
7. Créez une phrase accrocheuse qui décrit votre position unique de vente et utilisez-la toujours lorsque vous vous introduisez. Dites ce qu'on peut s'attendre de vous. On vous référera plus facilement si on sait ce qui vous distingue de vos concurrents.

Auteur, conférencier et consultant en formation
Investissez dans votre capital créatif, IQ éditeur
Gestion Consult-IIDC Management inc.
Tél. : (514) 481-2835; info@consult-IIDC.com
www.consult-IIDC.com