

Cinq conseils pour la France (Rhône-Alpes)

Rhône-Alpes, 2^{ème} Région française (par son territoire, sa population, son PIB, son volume d'exportation) connaît actuellement la plus forte croissance économique du pays en s'appuyant pour ce faire tant sur sa localisation stratégique sur l'arc méditerranéen que sur son tissu industriel reconverti aux défis de la mondialisation : biotechnologie, nanotechnologie, jeux vidéos, textiles techniques, etc.

Sa capitale, Lyon, connue pour sa gastronomie et sa population traditionnellement réservée, affiche dorénavant sans complexe son statut de capitale des Gaules et même de grande métropole européenne, dynamisée en cela par un arrivage massif de «nouveaux Lyonnais», des jeunes attirés par son développement économique et sa qualité de vie. Y réussir commercialement constitue donc une référence utile aux PME. Le fait de parler la même langue représente certes un atout essentiel, mais il serait naïf d'en faire une garantie de succès ! Voici quelques conseils qui vous seront bien utiles.

1. Personnalisez votre introduction

C'est indispensable dans toute première prise de contact : se faire introduire par une personne de statut égal ou supérieur au vôtre, c'est faire preuve de tact, car le monde des affaires est ici très stratifié; il est même judicieux de se faire recommander par une tierce personne reconnue (relation d'affaires commune rencontrée lors d'un salon, ancien condisciple de la même Grande Ecole, représentant AWEX agissant sous couvert d'ambassade). A défaut, la téléphoniste ou la secrétaire de votre prospect rhônalpin constituera une barrière redoutable !

2. Séduisez par le savoir-faire

Cela vous aidera à mieux positionner votre produit/service, car savoir se vendre est un préalable essentiel à toute entrée en matière dans la négociation commerciale; à nuancer toutefois : le rhônalpin est plus sensible *in fine* au savoir-faire de par sa tradition industrielle que le savoir-être, phénomène plus parisien.

3. Discutez, mais souplement

Une discussion animée constitue un bon présage dans le déroulement de la négociation, tant celle-ci est un moment idéal pour apprendre à se connaître, débattre des idées, s'apprécier sur des positions communes. Evitez de mettre votre interlocuteur sous pression, laissez-lui l'initiative d'entamer la phase de négociation commerciale proprement dite : ce sera le signe d'une mise en confiance. Ne soyez pas plus dérouté par ses fréquentes interruptions dans le cours de votre présentation, c'est un signe d'intérêt de sa part tout autant qu'un besoin bien latin d'exprimer son opinion, partager ses connaissances. Après quoi, il vous sera d'autant plus aisé de formuler des conclusions et initier une marche à suivre.

4. Négociez toujours par écrit

La concrétisation d'une négociation se validera par un écrit, que ce soit via e-mail rapide en récapitulant les principaux points d'accord ou via un mémorandum plus étoffé revu par un juriste et signé par le plus haut responsable hiérarchique rencontré. Toutefois, les chances d'initier un véritable courant d'affaires se trouveront renforcées par l'existence d'une adresse locale de relais ou mieux encore via l'appui d'un représentant sur place, entendez par là *de proximité*, car votre vis-à-vis, latin par nature, aura tendance à donner priorité selon le degré de sympathie personnelle qui prévaut dans la relation d'affaires.

5. N'oubliez jamais de vérifier vos accords

Une vérification de ce qui a été convenu n'est jamais superflue, que ce soit pour reconfirmer un rendez-vous deux jours au préalable ou pour s'assurer que votre intermédiaire a bien effectué la démarche convenue, car dans ce monde latin où tout le monde s'attache à plaire à tout le monde, un simple coup de fil de rappel confirme non seulement votre engagement et votre sérieux dans la relation d'affaires entamée, mais évite également tout retournement possible de dernière minute.

Développer un courant d'affaires en Rhône-Alpes, c'est avant tout établir une relation de confiance entre personnes, multiplier les occasions de contact régulier pour développer enfin un nécessaire climat de sympathie réciproque ; la relation humaine est en effet un facteur primordial de succès sur ce marché.

Eric de LAME, Attaché économique et commercial AWEX à Lyon