

market

MARS — 2013
N° 107

31 FINANCE
L'IMMOBILIER
DOS AU MUR

75 CULTURE(S)
LE DANDYSME

55 STRATÉGIES
LA FORMATION
CONTINUE

84 INVITÉ DU MOIS
YVAN ARPA

ÉCONOMIE

SPORT : DU BUSINESS À LA PERFORMANCE



8 CHF



07
9 771661934966

03 ENTRE LES LIGNES

CHRONIQUE

08 MONTHLYBULL *par Thomas Veillet*

ÉCONOMIE

10 L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE

17 SPORT : DU BUSINESS À LA PERFORMANCE

18 Le sport rapporte de l'or

22 Sponsoring : les grandes banques
ne sprintent pas au coude à coude

26 Les banquiers privés régatent
à voiles déployées

FINANCE

28 L'ACTUALITÉ FINANCIÈRE

31 L'IMMOBILIER DOS AU MUR

32 Des briques et du mortier

34 Du caillou, du vrai

36 Quand Markovitz avait tord

39 Des obligations durables ?

42 Pour quelques arpents de terre

44 L'immobilier européen : c'est maintenant !

46 Immobilier commercial : la belle inconnue

48 INVESTIR

Entretien avec Russ Koesterich :

Le temps de l'action

50 DÉCRYPTAGE

Assurance-maladie : les frontaliers perdent
leur droit d'option interne

52 INDICES BBGI

Bull market confirmé

53 FOCUS

La finance autrement

STRATÉGIES

56 LA FORMATION : UN DÉFI CONTINU

60 Le social learning, un complément
de la formation continue

64 Le n° 1 mondial des écoles privées
s'installe en Suisse

65 L'incontournable présence
des entreprises sur le web

66 ACQUIS DE DROIT

Des avantages de la bilocalisation

70 NÉGOCIATION

Le pouvoir de la négociation

73 IMMOSCOPE

Encore une atteinte à l'accession
à la propriété

CULTURE(S)

75 LE DANDYSME ET L'AFFIRMATION DE SOI

84 INVITÉ DU MOIS : Yvan Arpa

86 MARCHÉ DE L'ART

Les artistes français sont-ils chers ?

88 CHRONIQUE ÉVASION

93 HÉDONISME(S)

LE POUVOIR DE LA NÉGOCIATION



AMANDA MÜLLER

BIEN QUE NOUS NÉGOCIIONS TOUS TRÈS RÉGULIÈREMENT, DANS DES CONTEXTES DIVERS, CETTE DÉMARCHE EST BIEN SOUVENT HAUTEMENT STRATÉGIQUE ET CRUCIALE POUR TOUT ENTREPRENEUR OU TOUT DIRIGEANT.

De par son statut, tout entrepreneur ou dirigeant est censé manier l'art de la négociation avec brio. Nous rencontrons pourtant bien souvent des chefs d'entreprise parfaitement capables mais bien mal à l'aise dans cette approche.

Qui dit négociation, dit pouvoir. Et tout pouvoir peut parfois être bien encombrant et bien délicat à s'approprier. En tant que directeur ou responsable, vous savez qu'il est essentiel de fédérer vos équipes autour de votre stratégie. Mobiliser ainsi les énergies de vos collaborateurs vers une même cible nécessite d'asseoir une autorité naturelle, typiquement véhiculée grâce à la négociation. En effet, cette discipline ne se limite pas à des fins commerciales, mais permet de défendre ses opinions, voire de les imposer avec subtilité à un public initialement défavorable (syndicats par exemple).

Parallèlement, le fait d'aligner des objectifs divergents vous inscrit dans un rôle de *leader*, ce qui vous octroie une influence supplémentaire.

1. Savoir négocier est donc essentiel pour renforcer votre position hiérarchique et votre autorité au sein de votre entreprise.

Convaincre et bâtir un lien de confiance est également l'un des pouvoirs que confère une négociation bien conduite. Que vous souhaitiez augmenter votre chiffre d'affaires et

fidéliser vos clients, ou que vous soyez avocat pénaliste en charge d'un dossier sensible et complexe, il va de soi que votre manière de conduire votre communication d'influence relève de la négociation.

2. Faire comprendre et admettre vos arguments à vos interlocuteurs, traiter les objections et créer un terrain favorable à l'écoute et à la reconnaissance de vos raisonnements a donc pour genèse là aussi, le fait de savoir négocier.

Dans une approche commerciale, la négociation a par ailleurs un objectif très concret : savoir maîtriser vos coûts assure la pérennité de votre entreprise, mais confère également une longueur d'avance face à une économie de plus en plus mobile et imprévisible. L'économie

**QUI DIT NÉGOCIATION,
DIT POUVOIR. ET TOUT
POUVOIR PEUT PARFOIS ÊTRE
BIEN ENCOMBRANT ET BIEN
DÉLICAT À S'APPROPRIER.**

dégagée grâce à une discussion commerciale bien menée n'est pas une seule économie. Elle est un *potentiel d'investissement*. En cela, vous aurez l'opportunité d'utiliser les montants épargnés pour en faire un futur rendement (ou retour sur investissement).

3. Économiser vous permet donc de devancer votre concurrence, grâce au financement possible de nouvelles idées à concrétiser, pour mieux anticiper et répondre aux attentes de votre public cible.

Dans un contexte multipartite, dans une situation de joint venture par exemple, lorsque plusieurs entreprises acceptent de poursuivre ensemble un but précis pour une durée limitée.



CÉLINE TAÏS



LAURA AMBERG

www.pi-lot.com

Ces situations hautement stratégiques poussent les dirigeants de l'entreprise à se révéler fins négociateurs, afin de coordonner les décisions en gardant le point central, les intérêts de leur propre entité.

4. Dans cette mesure, la qualité et les aptitudes de négociation des directeurs impacteront directement l'image, les résultats de l'entreprise et la confiance des investisseurs ou actionnaires.

Si certains entrepreneurs et dirigeants avanceront vers la table des discussions à reculons, il est important pour chacun de comprendre la réelle valeur ajoutée ainsi que le pouvoir que confère cette discipline. Le tout étant donc de ne pas s'encoupler dans les chaussettes !

NÉGOCIER LE POUVOIR ?

Le pouvoir en négociation n'est bien souvent pas là où l'on pense. Il est indispensable de ne pas confondre le pouvoir et l'autorité du négociateur. Le pouvoir, c'est ce qui peut être exercé sur l'autre ou sur un contexte (dans le cas d'un monopole, par exemple). Alors que l'autorité – ou le statut – est ce qui s'exerce de fait sur l'autre, de par notre savoir-faire et notre savoir-être. Travailler cet *éthos* est sans nul doute là où se situe l'un des vrais pouvoirs, celui de savoir quand dire oui, quand dire non ; et de ne pas avoir à répéter pour se faire entendre...

LE POUVOIR DES MAUX

La négociation est une discussion durant laquelle certains « effets » sont utilisés dans le but d'atteindre ses objectifs. Selon nos convictions personnelles et nos valeurs propres, ces manœuvres peuvent tour à tour influencer les débats, les orienter pour nous permettre d'atteindre les objectifs visés. N'y voyez pas là forcément de sombres processus occultes. Le fait même de « jouer un rôle très distant, voire même sec » avec son interlocuteur peut avoir un fort impact sur le déroulement de la négociation. Bien des tactiques existent. Il est indispensable de les reconnaître et de les détecter pour en éviter les pièges.



LE POUVOIR DES MOTS

Négocier un contrat de plusieurs millions ou le prix de vente d'une voiture demande un positionnement clairement différent quant à l'attitude, aux outils et à l'argumentaire à adopter lors de la discussion.

Lapsus, prêter serment, jurer ou encore injurier, autant de formes et d'attitudes relatant l'état d'esprit quant au message que l'on veut faire passer. Le langage est une pratique sociale qui peut être, et surtout doit

**NÉGOCIER C'EST CONQUÉRIR LA PAROLE,
LA FAIRE RECONNAÎTRE SUR LA BASE
DE REVENDICATIONS PRÉCISES, AU TRAVERS
DE MOTS JUSTES, QUI PARTICIPENT
AU POUVOIR DÉCISIONNEL AUQUEL TOUT
MEMBRE D'UNE SOCIÉTÉ EST AMENÉ À ÊTRE
CONFRONTÉ UN JOUR.**

être, travaillée. Négocier c'est conquérir la parole, la faire reconnaître sur la base de revendications précises, au travers de mots justes, qui participent au pouvoir décisionnel auquel tout membre d'une société est amené à être confronté un jour.

Une personne ayant un excellent projet à présenter ne parviendra malheureusement pas à transmettre son « feu sacré » et sa confiance en ce projet, dès lors qu'elle tentera de l'expliquer avec une syntaxe ordinaire usant par exemple de mots trop familiers et sans impact. Le monde cherche à être séduit par des idées innovatrices mais également par sa présentation rêveuse engendrant le petit « clic » disant : « C'est évident ! »



Entre mots conventionnels vidés de sens et situations sociales de plus en plus exigeantes, nous vivons dans un monde où le marketing et la séduction dominent. Afin de faire la différence et de se faire entendre, la pratique langagière devient un acte militant au sens propre. Elle est porte-parole d'aspirations, d'idées et de projets ne demandant qu'à être compris et développés afin de révéler tout le potentiel que chacun est à même de posséder. Intégrer ce pouvoir des mots demande une préparation appropriée. \

Suite au succès de son premier séminaire – près de 15 participants créateurs d'entreprises, industriels, collaborateurs de l'administration publique ou d'institutions économiques reconnues –, l'agence pi-lot, cabinet reconnu en conseil en achats et en négociation, réitère dès le mois de mars des séminaires pour se former à l'art de la négociation.

S'adressant à un public professionnel varié, du créateur de PME au chef de projets actif dans une multinationale, ces journées ou demi-journées de formation déclineront des ateliers ludiques basés sur une méthodologie éprouvée, vous révélant les astuces et les tactiques utilisées par les plus grands maîtres du jeu de la négociation internationale.

www.pi-lot.com/prochains-seminaires/

**LE TEMPS, C'EST DE L'ARGENT.
ENRICHISSEZ-VOUS,
PRENEZ LE TEMPS DE LIRE MARKET.**

market

FÉVRIER—2013
N° 106

17 ÉCONOMIE
QUE RESTE-T-IL
À L'ÂGE DE
LA RETRAITE?

68 STRATÉGIES
DE LA NÉCESSITÉ
DE LA CRÉATIVITÉ

77 CULTURE(S)
LE MÉCÉNAT
CULTUREL

86 INVITÉ DU MOIS
OLIVIER
COLLOMBIN

FINANCE
**LA BANQUE
PRIVÉE NOUVELLE
GÉNÉRATION**



En vous abonnant à *market*,
vous vous enrichissez et vous
participez tous les trimestres
à un tirage au sort dont le prix est
un garde-temps Frédéric Constant
d'une valeur de CHF 2'290.-

CLASSICS
MANUFACTURE



LADIES
AUTOMATIC



4 MOIS - 4 N° - CHF 29.- | 6 MOIS - 6 N° - CHF 39.- | 1 AN - 11 N° - CHF 59.- | 2 ANS - 22 N° - CHF 109.-



www.market.ch