

Préface

Au risque de susciter la contradiction – ce qui bizarrement me ferait plaisir – puis-je mentionner que, durant mes études d'ingénieur commercial, aucun professeur n'a jamais traité du sujet essentiel en matière de commerce, à savoir : « Le Client ».

Actuellement encore, je ne suis pas convaincu que les études commerciales ou de gestion s'intéressent suffisamment à lui.

De même, je ne me souviens pas que l'université nous ait appris à négocier, nous ait rendu capables de convaincre. Notre seul objectif étant d'obtenir une bonne cote.

Le livre de Marc-Frédéric Everaert satisfera celles et ceux qui, comme moi, ont fait ces constats. Il rendra grand service à celles et ceux pour qui « convaincre » est une nécessité.

Une autre évidence développée par l'auteur est celle de la communication. Et Marc-Frédéric Everaert aurait pu intituler son livre : « Communiquer tant à l'intérieur qu'à l'extérieur ».

En effet, l'époque du « pour vivre heureux, vivons cachés » semble dépassée. Par ailleurs, l'information nous est devenue essentielle. A nous, entrepreneurs, de privilégier les nouvelles positives tout en demeurant objectifs.

L'auteur, après développement, nous amène à une conclusion claire : *communiquez mais faites le efficacement.*

Il n'est pas agréable, mais par ailleurs très utile, de nous rappeler qu'il ne suffit pas d'avoir raison mais que, pour atteindre son objectif, il faut convaincre les autres. C'est pas à pas que l'auteur nous conduit à cette évidence.

Par ses séquences courtes, simples et logiques, ce livre se veut clair et agréable à lire.

Puis-je vous souhaiter autant de plaisir que j'en ai eu à le découvrir.

Henri MESTDAGH