



BRINGING KNOWLEDGE TO THE WORLD

Ouvrez votre esprit à la règle 3"12"E –

Le premier pas sur le chemin de la réussite

Tout ce qui fut, appartient au passé. Tout ce qui reste à venir peut vous influencer. Se faire des contacts est un processus comprenant l'envoi et la réception. C'est une vérité séculaire qui est fortement imprégnée dans l'esprit de tout homme d'affaires. Pendant longtemps, la règle AIDA a été la leçon numéro 1 dans le monde du marketing : Attention, Intérêt, Désir et Action, et l'affaire est conclue. Mais ce n'est plus aussi simple que cela. Si vous n'établissez pas le contact, vous n'obtiendrez pas le contrat. D'accord ? Donc établir le contact est important. Si vous y échouez, le reste n'est que balivernes académiques. Dans l'idéal, le contact est suivi d'un contrat.

Mais dans le monde réel, cela s'avère beaucoup plus difficile qu'en théorie. Et Internet a changé beaucoup de choses. Obtenir l'Attention et ensuite l'Intérêt reste crucial. Mais il s'agit d'un processus intangible, dans le monde des affaires autant que dans le monde de la consommation, dans lequel uniformité et compétitivité dominent. Tout le monde reconnaît que les choses se passent ainsi. Mais comment cela marche-t-il, c'est bien là la question ? La réussite commence par la compréhension de la règle 3"12"E : 3 secondes, 12 secondes, Eternité. L'autoroute qui mène au contact.

En l'espace de 3 secondes, vous devez obtenir la PAR, le premier regard, et au cours des 12 secondes suivantes, vous devez obtenir le deuxième oui, la SAR (Primary Affective Reaction, réaction affective primaire, et Secondary Affective Reaction, réaction affective secondaire). La règle 3"12"E est basée sur la PAR et la SAR. Appelons cela trois secondes, douze secondes, suivi du E d'éternité. Etablissez le contact avec le destinataire aussi longtemps que possible. Parce qu'il tripote la télécommande, zappe, regarde différentes choses, ou surfe sur Internet. Donc les 3 secondes sont le chemin parcouru du premier contact au contact permanent.

Un, deux, trois. L'expéditeur n'a que trois secondes pour s'assurer que l'intérêt du destinataire est stimulé. La décision du destinataire est un processus rapide, intuitif, au cours duquel toutes les parties de son cerveau travaillent ensemble en l'espace d'un flash. Une fois que l'intérêt est là, un contrôle un peu plus long (mais toujours rapide quoi qu'il en soit) suit, et c'est à ce moment là que le destinataire prend sa décision. Cela ne lui prend que douze secondes pour décider si son intérêt initial était justifié, si cela mérite d'être exploré plus en profondeur, mérite son écoute, ou mérite même une commande immédiate. Une fois que vous aurez dépassé les 3"12", vous aurez un maximum de chance d'obtenir le contrat. La règle 3"12"E aura pour résultat un contrat virtuellement permanent et vous mènera vers de nouvelles commandes. Bien qu'il vous soit nécessaire de le confirmer à chaque fois.



BRINGING KNOWLEDGE TO THE WORLD

Le A et le I de la vieille règle AIDA ont été limités dans le temps. Il semble que tout le monde, B to B, les consommateurs et même les PDG, arrivent à une décision en deux étapes qui ne prennent que quelques secondes. Une machine à café au design irréprochable, une superbe couverture de magazine, un diner appétissant: un rapide coup d'œil et le destinataire a décidé s'il s'agit de quelque chose pour lui ou pas. De la même façon, la fiabilité d'un courtier en assurance, la qualité d'une voiture et l'attrait d'une nouvelle maison sont établis en quelques secondes. Ce processus est si rapide que l'on ne peut pas s'imaginer qu'un processus de pensée rationnelle soit impliqué. Si nous prenions tous des décisions rationnelles, nous serions tous au volant d'une Toyota Corolla de 1996. Mais nous basons nos décisions sur des choix émotionnels, sur notre QE, et très souvent même sur notre QS. Bientôt, vous découvrirez tout ce qu'il y a à savoir sur ce sujet. Mais comment se porte votre accumulation de la règle 3"12"E ? Si vous entrez en contact et savez rendre les gens enthousiastes : super ! Si vous réussissez à répéter ce succès à chaque fois : cool !


EEC : Trois lettres indispensables


Henry Ford avait raison, et a aujourd'hui encore raison. Même après toutes ces années. Vraiment, l'enthousiasme est l'une des qualités dont vous avez désespérément besoin pour réussir. Mais l'enthousiasme seul ne vous mènera pas là où vous le voulez. Après avoir lu des centaines de livres spécialisés et après avoir entendu près d'un millier de discours et de présentations, je peux vous dire que toutes les personnes qui sortent du lot ont toutes absorbé le principe du EEC. Ces personnes ont des milliers d'heures de pratique derrière elles. D'ailleurs, les meilleurs livres sont ceux écrits par les gens ayant une expérience de la pratique. Les gens qui ont grandi les pieds dans la boue et utilisent aujourd'hui toute leur énergie pour transmettre les leçons qu'ils ont apprises.


Energie, Enthousiasme et Créativité. Vous avez besoin du E d'Energie pour vraiment suivre votre but et foncer, le E d'Enthousiasme est indispensable, et le C de Créativité est crucial si vous voulez atteindre les étoiles. L'énergie est d'une importance vitale, car elle est contagieuse. Il vous faut déborder d'envie et savoir ainsi donner envie aux autres. Vous devez inspirer les gens avec votre idée. En fait, il n'existe pas de meilleure façon de décrire l'enthousiasme que les mots d'Henry Ford. Relisez-les tout simplement. Et pas silencieusement cette fois, mais à voix haute. Et pour finir, l'idée même, la créativité. En quelques secondes seulement, il vous faudra décider si votre idée sera un succès. Bien souvent, votre intuition vous dit quel chemin suivre.


Avez-vous l'EEC en vous ? Ou êtes-vous en position d'encourager l'EEC chez certaines personnes, ou dans votre compagnie ? Etes-vous un PDG ou directeur financier pouvant libérer certains budgets ? Alors faites-le. Les gens, les produits, les organisations, et peut-être même le monde, changeront seulement une fois que l'EEC sera encouragé et mis en action.

Etes-vous incapable de trouver l'EEC en vous ? Alors cherchez un boulot bien payé dans une entreprise quelconque...

 Speakers Academy® SARL
5, rue de Castiglione
5^{ème} étage
75001 Paris
France

 T : +33 1 53 45 10 62
F : +33 1 53 45 27 01
E : info@speakersacademy.fr
W : www.speakersacademy.fr

 N° Siren:
520 803 859
N° Insee:
G75539398415
N° chambre de commerce:
2010B04959
N° Siret:
52080385900013


 HSBC Bank:
30056 00030 00300795932 23
IBAN:
FR76 3005 6000 3000 3007 9593 223
BIC: CCFRFRPP
N° TVA: 94520803859





BRINGING KNOWLEDGE TO THE WORLD


When I started out as a keynote speaker, right from the start people asked me if they could get a copy of my speech, and if I had written a book explaining my ideas. I decided to start writing that book the minute I got my 10 000th request. When the e-mail in question arrived, I acted upon it the very same day. In *Great to Cool* I share my knowledge with you. Better to say, KNOW-HOW. Everything you need to know right away. Immediately. I know that marketEARS prefer listening to reading. That's why I decided to talk to you by means of brain candies, as I call them. Short and powerful, inspired mind benders laced with appealing quotes. With a bite and a sweet or bitter truth. Each brain candy offers you a tip, a technique, or words of wisdom. You can make up your mind on every page. Are you going to practice my advice at once? Or are you going to reject it if you don't believe in it? Because that is where change begins: with the belief that you can make a difference and really want to make a difference! At least, always believe in yourself and in this: the story you tell, is the product you sell. If I have learned anything from the hundreds of keynote speeches I have attended over the past ten years, then this is it. Often, the words that were spoken were the spark that ignited changes. My aim is to enhance your business happiness. Anyone who puts his heart and soul into his business can reach this goal. Coolness is the highest goal. When the EQ starts taking over from the IQ, if you apply the 3" 12" Eternity rule, and invest 100% of your energy, you will undoubtedly succeed. And, who knows, maybe even get some spiritual SQ. I am a great fan of Jim Collins's book *Good to Great*, in which he describes how good companies turn out to be great companies. This book inspired me to write *Great to Cool*. Great is not enough, it should be cool. I really love to see employees and company managers (but also self-employed entrepreneurs, members of Generation Z, and real people) grow from great to cool. Anyone who has ever attended one of my keynote speeches, knows that I talk about the 3"12" Eternity rule, the EEC, ROI and B's rules. This is what you are going to read about in *Great to Cool*. Have a lot of fun, and most of all, get lots of inspiration...

René Boender

 Speakers Academy® SARL
5, rue de Castiglione
5^{ème} étage
75001 Paris
France

 T : +33 1 53 45 10 62
F : +33 1 53 45 27 01
E : info@speakersacademy.fr
W : www.speakersacademy.fr

 N° Siren:
520 803 859
N° Insee:
G75539398415
N° chambre de commerce:
2010B04959
N° Siret:
52080385900013

 HSBC Bank:
30056 00030 00300795932 23
IBAN:
FR76 3005 6000 3000 3007 9593 223
BIC: CCFRFRPP
N° TVA: 94520803859