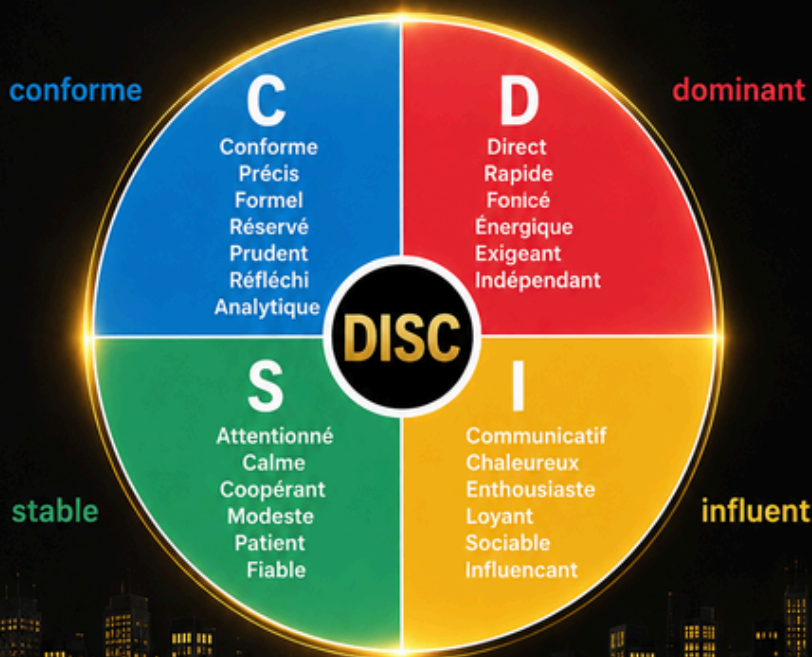


“
**JE NE VIENS PAS
POUR UNE ENSEIGNE.**

**JE VIENS POUR
UNE PERSONNE.**

”



Loi 1

“je ne viens pas pour une enseigne. Je viens pour une personne.”

Principe :

Vous n'êtes pas des vendeurs de packs. Vous ne vendez pas un produit. Vous changez la vie de vos futurs partenaires.

Arrêtez de vendre votre société ou votre compagnie. Faites en sorte que la personne adhère à votre vision du business. Qu'elle adhère à vous, son futur partenaire.

Elle doit se reconnaître dans votre histoire, croire en votre chemin, et avoir envie de rejoindre votre légende.

Regarde cette vidéo pour comprendre la loi numéro 1



Je vais te raconter **mon histoire.**

En 2013, j'ai commencé à développer mon équipe en marketing de réseau, aux côtés de mon coéquipier de l'époque, mon partenaire, Merheze. Nous étions portés par une exaltation presque naïve, animés par l'enthousiasme de notre entreprise, de notre promesse, et de cette idée nouvelle : faire du marketing de réseau dans l'immobilier. Nous étions fiers. Fiers de nos outils technologiques, de nos formations, de notre vision, de notre culture. Peut-être étions-nous trop fiers, trop sûrs de nous. À vrai dire... un peu arrogants, sans même en avoir conscience. La première année, nous avons rencontré plus de cent personnes : des candidats en reconversion, des professionnels en quête de renouveau, des collègues issus d'autres réseaux. Nous étions passionnés, convaincus de détenir la meilleure formule, persuadés que tout était plus puissant, plus juste, plus moderne, plus efficace que ce que proposaient les autres. Et pourtant... Nous n'avons recruté que 30 personnes. Sur le papier, cela peut sembler correct. Mais en réalité, c'était décevant. Un taux de transformation faible, pour un investissement en temps énorme. Des heures, des semaines, des mois à courir après une promesse qui peinait à se concrétiser. Avec le recul, j'ai compris pourquoi. Nous étions tellement convaincus, tellement habités par notre vision, que nous avons commencé à vendre. À vendre le produit, le pack, l'entreprise, avec assurance, avec énergie, portés par une conviction presque intimidante. Nous pensions bien faire, nous étions même persuadés d'être irréprochables. Tout nous semblait parfait. Mais cette certitude... faisait fuir. Parce qu'à force de trop vouloir convaincre, nous inquiétions. À force de trop briller, nous écrasions. À force de trop "vendre", nous ne laissions plus l'autre respirer. Nous faisons peur aux personnes que nous rencontrions — non pas parce que notre vision était mauvaise, mais parce que nous la présentions comme une vérité absolue. Et quand on vend une vérité absolue, on ne recrute pas : on impose.

“ Je croyais qu'il fallait vendre.”
En réalité, il fallait inspirer.

Nous nous sommes donc arrêtés. Nous avons pris le temps d'analyser, et surtout... de nous remettre en question. Une question s'est alors imposée à nous, simple en apparence, mais vertigineuse : Comment espérer qu'une personne prenne l'une des décisions les plus importantes de sa vie... sans argumenter, sans pousser, sans convaincre, sans forcer ? À force de lectures, de formations et d'immersion dans le marketing de réseau, une évidence s'est imposée. Nous avons confondu recrutement et persuasion. Nous avons voulu vendre... alors qu'il fallait inspirer. Très bien. Mais une fois que l'on comprend cela... comment fait-on, concrètement ? La réponse tient en un mot : **La synchronisation.** Car ce qui fait réellement qu'une personne rejoint ton réseau, ce n'est ni ton enthousiasme, ni tes arguments, ni même ton plan de rémunération. **C'est l'alignement.**

La synchronisation entre toi et elle. La synchronisation entre ta vision et la sienne. Entre ta légende et ses besoins. Entre ton projet et sa réalité. À partir de là, une évidence s'est imposée : «il nous fallait un système.» Un cadre. Une méthode reproductible. Un entretien structuré, pensé, calibré. Non pas pour convaincre... mais pour révéler. Je ne suis pas un vendeur. Je suis une opportunité. Une rencontre rare. L'alignement de planètes qui arrive au bon moment pour synchroniser deux entrepreneurs. C'est précisément cela, la loi numéro 12 : « L'entretien parfait ». Car au fond, une seule chose intéresse réellement ton interlocuteur, et c'est lui-même : ce qu'il va y gagner, ce qu'il va y trouver, ce que cela va changer dans sa vie, et surtout la manière dont ta proposition peut s'inscrire dans son parcours et répondre à ses attentes profondes. À partir du moment où tu comprends cela, tout devient plus simple, presque évident. Il ne te reste plus qu'à faire ce que font tous les professionnels : structurer ton approche, créer un cadre clair, mesurer ce qui fonctionne, analyser ce qui ne fonctionne pas... puis ajuster, encore et encore. Et c'est ainsi que chaque entretien cesse d'être une tentative hasardeuse pour devenir un mécanisme précis : une rencontre, un alignement... puis une décision. Mais pour en arriver là, tu dois accepter une transformation. Toi qui avais l'habitude de vendre, d'argumenter, de parler, de vouloir convaincre... tu dois apprendre à devenir tout autre chose. Tu dois devenir une oreille. Une oreille attentive, profonde, engagée, capable d'écouter réellement, de comprendre sans interpréter trop vite, et de retenir ce qui compte vraiment pour ton interlocuteur. Comme je l'explique dans la loi n°3 :

« Je suis le reflet de mon client grâce à mon écoute active. »

Cela implique une posture radicalement différente, dans laquelle ton ego n'a plus sa place. Il doit être rangé, volontairement, et ne plus interférer dans l'échange. C'est précisément cela, la loi numéro 12 : « **L'entretien parfait** ».

Car au fond, une seule chose intéresse réellement ton interlocuteur, et c'est lui-même : ce qu'il va y gagner, ce qu'il va y trouver, ce que cela va changer dans sa vie, et surtout la manière dont ta proposition peut s'inscrire dans son parcours et répondre à ses attentes profondes. À partir du moment où tu comprends cela, tout devient plus simple, presque évident. Il ne te reste plus qu'à faire ce que font tous les professionnels : structurer ton approche, créer un cadre clair, mesurer ce qui fonctionne, analyser ce qui ne fonctionne pas... puis ajuster, encore et encore. Et c'est ainsi que chaque entretien cesse d'être une tentative hasardeuse pour devenir un mécanisme précis : une rencontre, un alignement... puis une décision. Mais pour en arriver là, tu dois accepter une transformation.

Toi qui avais l'habitude de vendre, d'argumenter, de parler, de vouloir convaincre... tu dois apprendre à devenir tout autre chose. Tu dois devenir une oreille.

Une oreille attentive, profonde, engagée, capable d'écouter réellement, de comprendre sans interpréter trop vite, et de retenir ce qui compte vraiment pour ton interlocuteur.

Comme je l'explique dans la loi n°3 :

« Je suis le reflet de mon client grâce à mon écoute active. »

Cela implique une posture radicalement différente, dans laquelle ton ego n'a plus sa place. Il doit être rangé, volontairement, et ne plus interférer dans l'échange. Car ce qui fera la différence, ce ne sera jamais ce que tu dis... mais la qualité de ton attention, ta capacité à t'intéresser sincèrement à l'autre, à comprendre son histoire, ses motivations, ses peurs, ses désirs. C'est dans cette qualité de présence que naît la confiance. Et c'est dans cette confiance que se prend la décision. Lors d'un entretien, il n'y a, en réalité, qu'une seule personne qui compte véritablement : l'autre. Cela implique une posture radicalement différente de ce que beaucoup imaginent, car tu ne dois en aucun cas te positionner comme l'alpha et l'oméga, ni comme celui qui sait, qui domine ou qui dirige l'échange. Tu dois au contraire apprendre à devenir un miroir, un reflet, presque une pensée collective dans laquelle ton interlocuteur peut se projeter. Il doit pouvoir se voir en toi, se reconnaître dans ce que tu es, dans ce que tu dégages, et surtout ressentir — presque instinctivement — que tu es là pour lui, avec lui, et non au-dessus de lui. Car s'il choisit de te rejoindre, s'il décide d'entrer dans ton groupe, il devient alors un maillon de la chaîne. Mais attention : tu n'es pas, toi, le maillon le plus solide. Tu n'es pas au-dessus. Tu n'es pas celui qui porte tout. Tu es, toi aussi, un maillon. Et c'est précisément cette posture qui rend l'ensemble puissant. Car lorsque chacun accepte sa place, lorsque l'équipe et ton futur associé avancent ensemble, alors une véritable force émerge : une force unie, cohérente, alignée, capable d'avancer dans la même direction sans se briser. C'est ainsi que naît une organisation solide, non pas comme une simple addition d'individus, mais comme une chaîne vivante, presque organique, construite pour durer et pour réussir. Mais pour atteindre ce niveau d'alignement, il te faut également adopter la bonne attitude face à ton interlocuteur, car on ne parle jamais à tout le monde de la même manière. Il est essentiel de s'adapter à la personne que tu as en face de toi, à sa manière de penser, de décider, de réagir. Dans mon organisation, nous nous sommes toujours appuyés sur la typologie des couleurs, le modèle DISC, car il permet de comprendre rapidement le fonctionnement de l'autre, et donc d'ajuster ta communication avec précision. C'est d'ailleurs pour cela que nous consacrons un chapitre entier à ce principe fondamental, celui de l'alignement et de l'effet miroir. Il s'agit de la loi numéro 2 :

« Je suis le reflet de mon client grâce à la typologie des couleurs. »

Car au fond, inspirer ne suffit pas, écouter ne suffit pas non plus... encore faut-il être capable de parler la langue de l'autre. Et c'est précisément là que tout se joue, car la plupart des leaders n'échouent pas parce qu'ils sont mauvais, mais simplement parce qu'ils s'adressent à tout le monde de la même manière, en répétant inlassablement le même discours, le même pitch, la même histoire... en espérant que, cette fois-ci, la magie opère. Mais la magie ne vient pas du discours. Elle naît de la synchronisation.

À partir du moment où tu comprends réellement comment ton interlocuteur pense, comment il décide, comment il réagit et comment il se projette, tu n'as plus besoin de forcer, ni de convaincre. Tu ajustes naturellement ta posture, tu affines ton approche, et tu deviens, sans jamais te trahir, ce que l'autre a besoin de voir pour avancer. Tu deviens un miroir, un reflet. C'est exactement ce que permet la typologie des couleurs, le modèle DISC : une grille de lecture simple en apparence, mais d'une efficacité redoutable, qui te permet d'adapter ton attitude, ton rythme, ton vocabulaire et tes priorités à la personne que tu as en face de toi. À partir de là, tu ne cherches plus à convaincre. Tu crées un alignement. Et dans cet alignement, ton interlocuteur ne perçoit plus une tentative de vente... il entrevoit une possibilité, il commence à visualiser sa propre trajectoire. Pour bien comprendre ce principe, imagine une scène simple. Tu arrives en Angleterre, et tu ne parles qu'en français. Est-ce que ton interlocuteur te comprend ? Évidemment non. Maintenant, imagine que tu lui parles en anglais. Est-ce qu'il te comprend ? Bien sûr que oui. Le DISC, c'est exactement cela. Ce n'est pas un outil de manipulation, ni un masque que tu enfiles pour jouer un rôle. Ce n'est pas un jeu. C'est une langue. Et lorsque tu choisis de parler la langue de l'autre, tu ne te trahis pas, tu ne deviens pas quelqu'un d'autre. Tu restes toi-même. Comme lorsque tu parles anglais, tu restes la même personne. Tu fais simplement l'effort d'adopter les mots, le rythme, les codes, et parfois même la posture qui permettent à l'autre de te comprendre pleinement. Tu t'adaptes pour être entendu, et à partir du moment où tu es réellement entendu, tu n'as plus besoin de forcer. Tu peux alors transmettre ton message, ta vision et ton opportunité avec naturel, sans résistance, sans tension, sans ce combat invisible que l'on ressent lorsque l'on cherche à convaincre à tout prix. Car à cet instant précis, l'autre ne perçoit plus une tentative de persuasion... il entre simplement dans une conversation. Et c'est là que tout change. Il ne voit plus un vendeur. Il voit quelqu'un qui le comprend. Mais retiens bien cette idée essentielle : le DISC ne sert pas à changer qui tu es, il sert à parler la bonne langue, au bon moment, à la bonne personne, pour que ton message puisse être reçu tel que tu souhaites réellement le transmettre.

[illegible]

Loi 2

“je suis le reflet de mon client grâce à la **typologie des couleurs.**”

Principe :

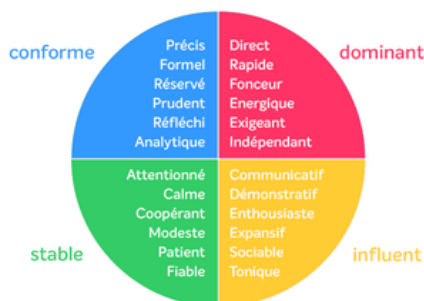
Cette méthode m’a permis, très rapidement, de devenir bien plus inspirant. Parce qu’à ce moment-là, la personne ne voit plus simplement un discours. Elle se voit elle-même.

Elle retrouve dans mes yeux quelque chose de familier : son propre regard, ses propres pensées, sa manière d’interpréter le monde. Et lorsque cela arrive, tout devient plus simple. Plus fluide. Plus naturel. C’est une méthode redoutable, efficace, et étonnamment simple à apprendre.

Je vais vous en partager mon expérience, étape par étape.

Mais je vous invite également à écouter un coach d’excellence : Vincent Lemaire de Comm’ en couleurs.

Enfin, si vous souhaitez aller plus loin, n’hésitez pas à découvrir cet expert de la typologie comportementale, qui intervient régulièrement sur scène en France.



Ma rencontre avec la méthode DISC s'est faite lors d'une formation destinée à nous aider à obtenir davantage de mandats exclusifs en immobilier, et cette journée a été une véritable révélation. J'y ai compris quelque chose de fondamental, presque contre-intuitif : ce ne sont pas tes arguments qui font vendre, ce n'est pas ton produit, et ce n'est même pas ton discours. Ce qui fait réellement la différence, c'est la synchronisation avec ton client, cette capacité à entrer dans son univers, à comprendre son fonctionnement, et à t'y adapter naturellement, sans forcer. Avec le recul, cela paraît presque évident : qui se ressemble s'assemble. Aujourd'hui, lorsque je propose à quelqu'un d'embrasser une nouvelle carrière dans l'immobilier, et notamment dans le marketing de réseau, je cherche cet alignement dès les premiers instants, car la synchronisation ne commence pas lors de la signature... elle commence dès le premier contact. Elle naît au téléphone, se confirme en visio, et s'amplifie en présentiel. Et les résultats parlent d'eux-mêmes : plus de 80 % de mes rencontres se concluent par une signature de contrat, mais surtout, et c'est peut-être le plus important, je passe systématiquement un bon moment avec mon interlocuteur. Il n'y a plus de tension, plus de lutte, plus de rapport de force. Il y a une conversation. Mais pour atteindre ce niveau de fluidité, il est essentiel de savoir détecter la "couleur" de ton interlocuteur dès les premières minutes, car c'est elle qui va te donner les clés de son fonctionnement.

Alors, c'est parti. Je vais maintenant t'expliquer comment identifier la typologie de chaque personne, et pour rendre cela concret, je m'appuierai à chaque fois sur des situations réelles, vécues sur le terrain. Tu trouveras également, pour chaque profil, un QR code qui te permettra d'accéder à une vidéo explicative. Et tu verras... c'est souvent très drôle.

Parce que c'est terriblement vrai.

Prenons maintenant un exemple simple, concret, que tu as forcément déjà rencontré : une rencontre en face-à-face pour un recrutement. À cette même question, tu constateras que les réponses arrivent immédiatement, avec une sincérité presque instinctive... et qu'elles varient directement en fonction de la typologie couleur de ton interlocuteur.

Voici la question :

« Qu'attends-tu de cette rencontre ? » Prenons la première couleur : **le Rouge**.

Avant d'aller plus loin, je tiens à être très clair avec toi : je ne suis pas un expert théorique de cette méthode, ni un formateur certifié DISC. Ce que je te partage ici ne vient pas d'un manuel, mais de mon expérience, de ce que j'ai observé, testé et vécu chaque jour sur le terrain. Le profil Rouge est un profil orienté résultat, pour qui ce qui compte avant tout, ce n'est pas le chemin... mais l'objectif à atteindre.

Le Rouge est souvent un leader naturel, quelqu'un qui évolue déjà dans des environnements où la décision est centrale : chef d'entreprise, cadre dirigeant, élu, manager, entrepreneur... bref, une personne habituée à trancher, à assumer et à avancer sans attendre. C'est un profil franc, direct, qui va droit au but et qui ne supporte pas les détours inutiles, les phrases creuses ou les discussions interminables qui n'apportent rien de concret.

Son temps est précieux, et tout ce qui lui donne l'impression de le perdre devient immédiatement un irritant. **Le Rouge** ne fonctionne pas à l'affect. Il n'est pas là pour "se raconter une histoire" ni pour entrer dans des échanges émotionnels. Il est là pour gagner, réussir, avancer. Il aime l'argent, la réussite, la performance, mais aussi les belles choses — non pas dans une logique d'extravagance, mais plutôt dans une forme de maîtrise et de cohérence avec son niveau d'exigence. D'ailleurs, contrairement à ce que l'on pourrait penser, il préfère souvent la discrétion à l'exhibition. Dans une conversation, il prend très rapidement le lead, car il a besoin de sentir qu'il maîtrise la situation, qu'il tient les rênes et que les choses avancent dans une direction claire. D'un point de vue vestimentaire, le Rouge apprécie les belles choses, mais toujours sans ostentation. Il aime les grandes marques, les pièces rares, souvent onéreuses, non pas pour impressionner ou provoquer, mais pour affirmer ce qu'il est profondément : un leader, quelqu'un qui a construit sa réussite et qui en assume pleinement les codes. Car au fond, il y a chez lui une conviction forte : ce qu'il possède, il l'a gagné seul, à force de travail, de décisions et de responsabilité. Son apparence est toujours maîtrisée, impeccable, parce qu'il considère qu'il doit montrer l'exemple à ceux qui l'entourent. Chez lui, rien n'est laissé au hasard : la posture, le style, les codes... tout est aligné. Bien sûr, il possède les symboles classiques de la réussite : une montre de luxe, des séjours réguliers au ski, des vacances d'été dans des lieux prisés comme Saint-Tropez, et lorsqu'il pratique une activité, il en adopte immédiatement les codes, avec l'équipement adapté, toujours dans une logique de cohérence. Sa voiture, elle aussi, reflète ce positionnement : un modèle haut de gamme, souvent noir ou gris, jamais dans des couleurs trop voyantes. Car le Rouge privilégie un luxe discret, maîtrisé, presque silencieux. Son objectif n'est pas d'attirer l'attention. Encore moins celle du fisc. Vivons heureux... vivons cachés. Je vais te donner une image simple pour bien comprendre. Si un avion s'écrase et qu'il reste dix survivants, c'est très souvent lui qui va, presque instinctivement, prendre les choses en main. Il va organiser, décider, répartir les rôles, donner des instructions... non pas pour dominer, mais parce que son réflexe profond, c'est l'efficacité. Il ne cherche pas à être le chef. Il devient le chef parce que la situation l'exige. Je vais droit au but, sans détour, avec un discours clair, structuré et orienté résultat. Je vais maintenant te montrer une situation extrêmement inconfortable pour un profil Rouge, car, le développeur est de typologie Verte, donc à l'opposé complet de son fonctionnement. Et tu vas le voir très vite... ça ne peut que mal se passer. Le décalage est trop fort, le rythme n'est pas le bon, l'énergie n'est pas alignée... et la rencontre part en vrille presque immédiatement.

Le recruteur : « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

Ton futur filleul: *Je ne vais pas passer par quatre chemins : je veux changer de réseau, comprendre précisément comment je serai rémunéré chez toi et quelle place j'occuperai dans ton groupe. Pas de blabla, je veux de l'efficacité, car je dois partir d'ici 30 min*

Le recruteur : « Je ne suis pas sûr de bien comprendre ce que tu me dis... parce qu'au fond, pour moi, l'essentiel n'est pas l'argent. Ce qui compte vraiment, c'est le bien-être, c'est de se sentir bien dans ce que l'on fait, d'être entouré de personnes avec qui l'on partage des valeurs, des personnes que l'on apprécie sincèrement. Tu sais, ce métier, il faut le ressentir. On ne vend pas simplement des maisons... on accompagne des vies, on participe à des projets, on aide des gens à franchir des étapes importantes. L'humain passe avant tout. L'immobilier, pour moi, ce n'est pas une question de capitalisme... c'est avant tout une démarche profondément humaniste. D'ailleurs, avant même de te parler de rémunération, j'aimerais te présenter l'équipe, parce que tu verras, ce sont vraiment des personnes formidables, passionnées, qui aiment ce qu'elles font, et avec qui tu pourrais, je pense, te sentir bien. »

Ton futur filleul: « On va s'arrêter là tout de suite. Tout ça manque clairement de sérieux. On n'est pas au pays des Bisounours. Je suis venu rencontrer des professionnels efficaces... et j'ai l'impression d'être dans un centre de loisirs. Pour moi, c'est trop. Je te remercie. Au revoir. »

Et surtout, retiens bien ceci : il n'existe ni bonne ni mauvaise typologie. Il y a la tienne... et il y a celle de la personne que tu as en face de toi. Depuis cette formation, lorsque je me retrouve face à un Rouge, j'adapte complètement mon approche, car je sais que je n'ai ni le temps ni le droit à l'erreur. Je vais droit au but, sans détour, avec un discours clair, structuré et orienté résultat. Écoute bien... ça va aller très vite de Rouge à Rouge. Je recommence :

Le recruteur : « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

Ton futur filleul: *Je ne vais pas passer par quatre chemins : je veux changer de réseau, comprendre précisément comment je serai rémunéré chez toi et quelle place j'occuperai dans ton groupe. Pas de blabla, je veux de l'efficacité, car je dois partir d'ici 30 min*

Le recruteur : *Qu'est-ce qui est le plus important pour vous : la rémunération ou votre positionnement dans le groupe ?*

Ton futur filleul: *l'argent.*

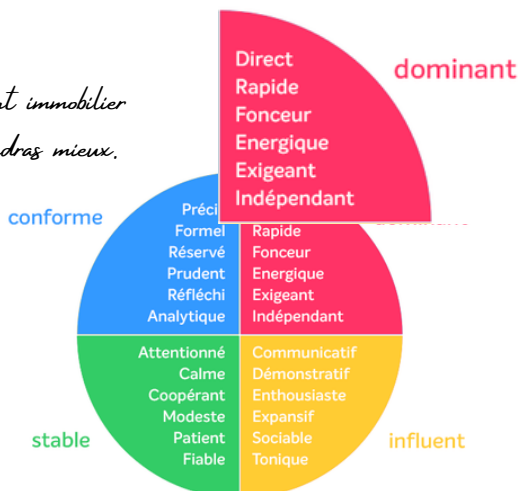
Le recruteur : *Si je te montre rapidement que tu peux gagner 30 % de plus dès ta première vente chez nous, par rapport à ton agence actuelle, et qu'avec le développement de ton équipe tu peux, à terme, doubler ton chiffre d'affaires... est-ce que tu signes ?*

La réponse est immédiate :

Ton futur filleul: *Oui. Clairement, un grand oui.*

Bien sûr qu'il dit oui. Parce que tu lui parles exactement dans sa langue. Parce que tu lui offres ce qu'il veut : du résultat, du contrôle, de la vitesse. Mais attention : derrière, tu n'as pas droit à l'erreur. Le Rouge te donne un OUI vite... et il te sanctionne encore plus vite si tu n'es pas au niveau.

Regarde la vidéo sur un agent immobilier de couleur rouge, tu comprendras mieux.



Quelques exemples de “profil Rouge”



Donald Trump



Nicolas Sarkozy



Steve Jobs

Passons maintenant à une autre typologie, très fréquente : **le Bleu**.

Bleu comme la rigueur, comme la précision, comme la méthode. On retrouve souvent ce profil chez des personnes qui évoluent dans des environnements où le cadre, la logique et la justesse sont essentiels : géomètres, architectes, ingénieurs, juristes, avocats, enseignants, comptables, contrôleurs, analystes... tous ces métiers où l'on ne peut pas improviser, où chaque détail compte, et où la vérité doit toujours être démontrée.

Le Bleu est un profil qui ne prend jamais de décision sans éléments concrets, sans preuves, sans logique structurée, sans explication claire et rationnelle. Il ne te suivra jamais parce que tu es enthousiaste, et encore moins parce que tu es convaincant.

L'enthousiasme, chez lui, n'a aucune valeur s'il n'est pas soutenu par des faits.

Chez lui, tout est simple, pratique, fonctionnel. La décoration n'est pas une priorité, car elle n'apporte rien d'efficace à ses yeux. En revanche, les livres sont présents, les documents sont classés, tout est organisé avec soin. Chaque chose a sa place, et cette place ne doit, en aucun cas, être perturbée. Lorsque tu entres dans son garage, tu as presque l'impression d'entrer dans un environnement militaire : les outils sont accrochés, parfaitement alignés, parfois même avec leur empreinte dessinée sur le panneau pour que rien ne dépasse et que rien ne se perde. Sur l'établi, tout est propre, prêt à être utilisé.

Rien n'est laissé au hasard. C'est strict, structuré, efficace... et cela lui convient parfaitement. Bien entendu, il conserve tous les documents liés à sa maison, parfois depuis plus de vingt ans, et lorsqu'il a acheté, il a très probablement exigé un historique complet : plans, permis, actes, travaux... tout, parfois même sur plusieurs décennies. Sa manière de s'habiller reflète exactement cet état d'esprit : sobre, rigoureuse, dans les codes de son métier. On reconnaît souvent chez lui un style très professionnel, presque uniforme, qui renvoie immédiatement à sa fonction : géomètre, ingénieur, juriste, professeur. Chez le Bleu, il n'y a pas de place pour les fioritures, ni pour les effets de mode, car tout ce qui n'apporte pas une utilité concrète est perçu comme superflu. Il s'en détache naturellement, sans pour autant tomber dans l'excentricité, car il reste profondément attaché aux codes et à une forme de sobriété maîtrisée. Il privilégie des couleurs neutres, rassurantes, intemporelles : du bleu, du gris, du blanc. Une chemise impeccable, une veste sobre, parfois même une blouse selon son environnement professionnel, toujours dans une logique de cohérence et de fonctionnalité.

Je souris souvent lorsque je croise certains professeurs des écoles, car ils incarnent presque à eux seuls un style reconnaissable entre mille : le pantalon bien coupé, la veste classique, parfois ce petit gilet en velours côtelé... avec, chaque jour, une variation subtile, mais jamais de rupture. Toujours des couleurs passe-partout. Jamais de fantaisie. Simplement le respect des codes, rien de plus, rien de moins. Sa voiture, elle aussi, reflète parfaitement cet état d'esprit : un véhicule discret, pratique, sans superflu, une Clio, une Twingo, quelque chose de simple et fiable, choisi avant tout pour son utilité.

Et bien sûr, elle est souvent grise. Sans option particulière, sans recherche de distinction. Juste un moyen d'aller d'un point A à un point B. Rien de plus.

Reprenons l'image du crash d'avion. Le Bleu, dans ce type de situation, ne cherchera pas immédiatement à prendre le pouvoir, mais il suivra les ordres... à une condition essentielle : que le leader, souvent un profil Rouge, soit perçu comme légitime. Très rapidement, une fois ce cadre accepté, il commencera à structurer, à organiser, à mettre en place des systèmes et des stratégies, allant parfois jusqu'à rappeler, presque comme un professeur, les règles fondamentales de survie. Je caricature, bien sûr... mais dans les faits, il deviendrait extrêmement utile. Car là où d'autres agissent dans l'urgence, lui apporte de la méthode. En revanche, il n'est pas toujours le plus performant dans l'action immédiate, dans la réaction instinctive face à une situation critique, car il a besoin de comprendre avant d'agir. C'est lui qui va organiser le brief du soir, structurer la répartition des ressources, anticiper l'alimentation, planifier les tours de garde, sécuriser le fonctionnement global du groupe. Et c'est précisément à ce moment-là qu'il devient indispensable. Le Bleu te suivra non pas parce que tu es convaincant, mais parce que tu es crédible. Avec lui, il y a donc une règle essentielle à respecter : tu dois démontrer, apporter des faits, poser un cadre clair, et prouver concrètement tout ce que tu avances. Allez, reprenons le même exercice que tout à l'heure. Tu poses la question :
« Qu'attends-tu de cette rencontre ? »
Le Bleu, lui, ne réagit pas comme le Rouge. Il ne va pas trancher immédiatement, ni répondre de manière instinctive. Il va analyser. Et très souvent, sa réponse sera quelque chose comme :

« Ce serait beaucoup trop simple de vous répondre comme ça. Je ne vous connais pas encore vraiment, et je ne sais pas précisément ce que vous proposez. J'ai déjà pris le temps d'analyser votre profil avant de venir, notamment à travers ce que j'ai vu sur les réseaux sociaux et sur Internet... mais maintenant, j'ai besoin de vérifier si tout cela correspond réellement à la réalité. »

À ce moment-là, tu es face à un Bleu. Et tout change. Tu ne peux pas le presser, tu ne peux pas le brusquer, tu ne peux pas le pousser à décider plus vite qu'il ne le souhaite. Avec lui, tu dois changer de posture. Tu ne dois plus être un commercial... tu dois devenir un expert. Tu dois calmer ton énergie, ralentir ton rythme, laisser de l'espace dans l'échange, et accepter une réalité simple : ce profil a besoin de preuves... et de temps. Si tu cherches à le convaincre rapidement, tu le perds.

Mais si tu lui démontres que tu es sérieux, structuré, fiable... alors il te choisira. Pour bien comprendre pourquoi il est essentiel, en tant que recruteur de t'adapter à la typologie de ton interlocuteur, prenons un cas très concret : un Rouge face à un Bleu. Tu vas voir, très rapidement, qu'ils ne parlent pas la même langue... et surtout, qu'ils ne se font pas confiance.

Le recruteur: « **Qu'attends-tu de cette rencontre ?** »

Ton futur filleul: « *Ce serait beaucoup trop simple de vous répondre comme ça. Je ne vous connais pas encore vraiment, et je ne sais pas précisément ce que vous proposez. J'ai déjà pris le temps d'analyser votre profil avant de venir, notamment à travers ce que j'ai vu sur les réseaux sociaux et sur Internet... mais maintenant, j'ai besoin de vérifier si tout cela correspond réellement à la réalité.* »

Le recruteur: *Bon, toi et moi, on n'a pas de temps à perdre. On est tous les deux des hommes d'action, donc je vais aller droit au but : je vais t'expliquer en une minute pourquoi tu dois venir chez nous, parce qu'aujourd'hui, nous sommes clairement parmi les meilleures structures du marché immobilier. Je n'ai pas besoin de savoir d'où tu viens ni ce que tu as fait jusqu'ici. Ce qui m'intéresse, c'est ce qu'on va construire ensemble, immédiatement. Ici, on ne perd pas de temps en réflexion inutile. Quand une décision doit être prise, elle se prend vite. Concrètement, je t'emmène sur le terrain avec moi, tu observes, tu vois comment je travaille... et tu appliques. De toute façon, nous sommes les plus connus et les plus présents sur le secteur, avec une visibilité qui dépasse largement nos frontières, puisque nous sommes déjà reconnus à l'international, avec une ambition claire : devenir une référence mondiale, voire universelle. Ici, tu rejoins une équipe de winners... pour un winner comme toi.*

Ton futur filleul: « *Bon... tout cela me paraît un peu pressant, voire même oppressant. Je pense qu'on s'est trompé. J'aurais dû vérifier davantage avant de venir, car ce n'est pas du tout ce que je recherche. Je vous remercie... au revoir.* »

Et comme tu peux le constater, tout est réuni pour le faire fuir : un rythme trop rapide, une pression immédiate, une décision à prendre sans réflexion, et surtout une absence totale de compréhension de son besoin fondamental. Face à lui, il ne voit plus un professionnel. Il voit un vendeur de foire. Quelqu'un d'arrogant, qui parle beaucoup, mais qui n'écoute pas. Exactement tout ce qu'il déteste. Maintenant, imaginons que le négociateur comprenne enfin qu'il a un Bleu en face de lui... et qu'il décide de lui parler en Bleu. Il pose la même question, mais d'une autre manière :

Le recruteur: « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

Ton futur filleul: « Ce serait beaucoup trop simple de vous répondre comme ça. Je ne vous connais pas encore vraiment, et je ne sais pas précisément ce que vous proposez. J'ai déjà pris le temps d'analyser votre profil avant de venir, notamment à travers ce que j'ai vu sur les réseaux sociaux et sur Internet... mais maintenant, j'ai besoin de vérifier si tout cela correspond réellement à la réalité. »

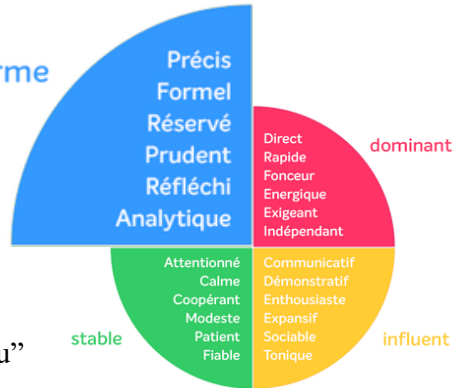
Le recruteur: J'ai bien pris le temps d'écouter ta réponse, mais pour pouvoir réellement analyser ce dont tu as besoin, je te propose que l'on prenne un moment pour échanger en profondeur. L'idée, c'est de te poser plusieurs questions afin de mieux te connaître, de comprendre précisément tes attentes, et de construire ensemble un véritable cahier des charges, clair et structuré, qui nous permettra de voir si une collaboration chez nous est pertinente... ou non. Car il ne s'agit pas d'une décision anodine, ni d'un choix du quotidien. On ne parle pas ici d'acheter une baguette de pain, mais bien d'un changement professionnel, d'un tournant potentiel dans ta vie. Il est donc essentiel de ne rien laisser au hasard, et de prendre le temps d'analyser en détail tes besoins, tes envies, et tes priorités. Nous allons, en quelque sorte, "scanner" ta situation. Alors, commençons simplement. Première question : qu'est-ce que tu apprécies aujourd'hui dans ton réseau actuel ?

À partir de ce moment-là, tu entres dans une nouvelle phase de l'entretien, où ton objectif n'est plus de convaincre, mais de comprendre en profondeur la personne que tu as en face de toi. Tu vas donc poser une série de questions précises, intelligentes, structurées, qui vont te permettre d'identifier clairement sa problématique, ses attentes, ses freins, mais aussi ses critères de décision. Avec un profil Bleu, chaque question doit avoir du sens, chaque mot doit être utile, et chaque réponse doit t'aider à construire une vision claire de sa situation. Le rassurer par ta posture, par ta clarté, par ta capacité à structurer ton discours et à lui apporter des éléments concrets, mesurables, vérifiables. Car avec un Bleu, la confiance ne se décrète pas. Elle se construit. Et elle se construit étape par étape, preuve après preuve, dans un échange calme, structuré et parfaitement maîtrisé.

Regarde la vidéo sur un agent immobilier
de couleur *Bleu*, tu comprendras mieux.



conforme



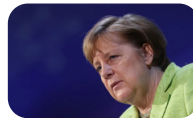
Quelques exemples de “profil Bleu”



Bill Gates



Spock (Star Trek)



Angela Merkel

Passons maintenant à la couleur suivante : **le Vert.**

Vert comme la nature, comme le bien-être, comme l'entraide, le lien et le sens profond de l'autre. Le Vert ne fonctionne pas comme les autres profils, car il n'analyse pas en priorité... il ressent. Chez lui, le but n'est pas simplement de vendre une maison, ni de conclure une transaction. Le véritable objectif, c'est de transmettre un lieu de vie, de permettre à une famille — parfois avec des enfants — de se projeter, de s'épanouir, et d'être aussi heureuse que ceux qui ont occupé ce foyer avant eux.

Il ne vend pas un bien. Il raconte une histoire, il transmet une ambiance, il prolonge une continuité. Le Vert possède souvent cette énergie particulière, presque tendre, que certains qualifieraient, avec humour, de "Bisounours", mais qui cache en réalité une grande sensibilité et une véritable profondeur. Il aime la nature, l'écologie, le vivant, et recherche en permanence l'harmonie dans ce qu'il fait et dans les relations qu'il entretient. Il croit au collectif, au lien humain, à quelque chose de plus grand que lui.

Certains Verts sont doux, apaisants, presque contemplatifs, tandis que d'autres sont engagés, militants, profondément convaincus, capables de se battre pour défendre une cause qui leur tient à cœur. Chez eux, il ne s'agit pas d'une simple opinion.

C'est une conviction. Presque une foi. L'argent, dans leur univers, est souvent un sujet délicat, parfois même inconfortable. Ils se méfient du profit, du capitalisme, des logiques purement financières, et cherchent avant tout du sens dans ce qu'ils entreprennent.

Ils veulent comprendre pourquoi ils font les choses... avant de savoir combien cela va leur rapporter. Lorsque tu entres chez eux, tu ressens immédiatement une atmosphère particulière : une odeur d'encens, un tapis en coton, une énergie douce, presque intemporelle, qui rappelle parfois les années 70, avec ce côté "baba cool", mais profondément sincère. Ils font attention à leur impact, trient leurs déchets, recyclent, et certains évitent même de prendre l'avion, car l'empreinte carbone les interpelle.

Avec un profil Vert, tu ne peux pas adopter une posture commerciale. Tu dois être humain. Ils doivent te sentir, te ressentir, percevoir ton authenticité, ta sincérité, ta capacité à être en lien. Tu dois devenir, en quelque sorte, quelqu'un de proche : un voisin, une personne qui comprend leur environnement, qui respecte leur univers, et qui s'y intègre naturellement. Et surtout, tu dois te sentir bien chez eux... car c'est exactement ce qu'ils cherchent à vérifier. Un Vert ne signe jamais parce que tu es brillant. Il signe parce qu'il te sent juste. Le Vert s'habille souvent avec des matières naturelles, comme le coton, la laine ou le lin, en évitant tout ce qui pourrait rappeler le pétrole ou une production trop industrielle. Ses vêtements sont amples, souples, confortables, pensés avant tout pour laisser le corps respirer et pour créer une sensation de bien-être.

Il y a parfois chez lui une petite touche d'originalité, presque excentrique... mais jamais dans l'idée de se montrer ou d'impressionner. Car chez le Vert, l'essentiel n'est pas de paraître. C'est d'être. Il adopte naturellement les codes de son univers : écologie, convictions, humanisme, esprit de tribu, goût du voyage... avec parfois des inspirations venues d'Afrique centrale, d'Amérique du Sud ou de communautés alternatives. Et, évidemment... il est très souvent en claquettes. Le plus compliqué, pour lui, sera d'ailleurs de trouver des claquettes qui ne soient ni en cuir — parce que cela implique un animal — ni en plastique — parce que cela vient du pétrole. Mais une chose est sûre : il trouvera une solution. Sa voiture, elle aussi, reflète parfaitement cet état d'esprit. Il privilégiera souvent une petite voiture électrique, discrète, sans aucune ostentation, ou bien une ancienne voiture, avec un petit moteur, choisie "pour ne pas polluer". Et bien sûr... idéalement, elle sera verte. Ou jaune, comme le soleil... "qui réchauffe nos cœurs".

Reprenons maintenant notre image du crash d'avion. Le Vert ne sera pas forcément celui qui organise la logistique, qui répartit les rations ou qui établit un plan de survie précis. Non... lui va agir autrement, en se tournant naturellement vers l'essentiel : l'humain, en prenant soin des autres, en apaisant, en rassurant, en accompagnant chacun avec une présence sincère et profonde. Si quelqu'un est en train de partir, il lui tiendra la main, il lui parlera, il lui dira qu'il n'est pas seul, qu'il peut partir en paix. Il absorbera les émotions, la tristesse, la peur... et il les portera, presque naturellement, comme une forme de soutien silencieux. Bon... soyons honnêtes, il ne fera peut-être pas beaucoup plus. Mais on l'aime pour ça. Et je n'imagine même pas l'erreur que je pourrais faire, moi, en tant que Rouge. Parce que oui... votre serviteur, l'écrivain, est un sacré Rouge. Un vrai. Un Rouge bien sanguin. Moi, j'aime l'efficacité, j'aime quand ça va vite, quand ça avance, quand ça performe, quand ça signe... et, soyons honnêtes, j'aime aussi l'argent. Alors imagine la scène. Moi, une rencontre avec un Vert, avec mon énergie habituelle, en mode :

« Bon, on va être clair : tu signes maintenant, parce qu'on est la meilleure boîte du marché. Ce qui compte, c'est qu'on fasse beaucoup d'argent ensemble, rapidement. »
Je n'ose même pas écrire la suite. Tu as déjà compris : cause perdue. Crois-moi, lorsque je rencontre un Vert, je dois faire un effort immense, presque contre-nature. Je dois me calmer, redescendre en énergie, ralentir mon rythme, et accepter de devenir... une version plus douce de moi-même. Je pourrais dire, pour caricaturer, que je me transforme en vegan... mais là, je plaisante, je force le trait. Mais l'idée est bien là. Avec un Vert, je dois changer de fréquence.

Et pour un Rouge, c'est extrêmement difficile, car notre instinct naturel, c'est d'accélérer, de décider, de trancher, d'aller droit au résultat. Mais je n'ai pas le choix. Parce que si je veux signer, je dois parler sa langue. Même si, au fond de moi, je n'ai qu'une envie : aller plus vite. Prenons maintenant une autre opposition intéressante : celle d'un Bleu — un bon professeur des écoles, carré, méthodique, structuré — face à un vendeur bien Vert, très écolo, très "ressenti", très connecté à ses valeurs. Tous les deux fonctionnent avec une énergie plutôt posée, mais ils ne parlent absolument pas la même langue.

Le Bleu veut comprendre, analyser, prouver.

Le Vert, lui, veut ressentir.

Le recruteur: « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

Ton futur filleul: *Tout d'abord, un grand merci de m'accueillir dans ce restaurant, je le trouve vraiment agréable, avec une atmosphère chaleureuse dans laquelle on se sent bien. Si tu veux, je t'offre un café avant de commencer, ce sera plus sympa pour échanger tranquillement. Et merci aussi de me recevoir alors qu'on se connaît à peine, car je trouve qu'il y a déjà quelque chose de particulier dans cette rencontre... comme une forme d'alignement. C'est difficile à expliquer, mais je ressens souvent cela avec certaines personnes dès les premiers échanges, et c'est aussi pour ça que j'ai vraiment plaisir à te rencontrer aujourd'hui.*

Le recruteur: *Excuse-moi, mais tu n'as pas encore réellement répondu à ma question, et c'est pourtant un point essentiel pour moi, car j'ai besoin de comprendre précisément ce que tu attends de cette rencontre. L'objectif n'est pas de te dérouler un discours standard, mais de préparer un échange structuré, avec des réponses précises, des éléments concrets, et un argumentaire solide qui te permettra ensuite de prendre une décision en t'appuyant sur des faits clairs et vérifiables. C'est pour cela que j'ai besoin de t'interroger avec méthode, presque comme un détective, afin de bien cerner ta situation, de comprendre tes problématiques réelles, et de pouvoir ensuite te proposer des solutions adaptées, sérieuses et cohérentes.*

Ton futur filleul: *Ouh là... je trouve ça un peu brutal, presque comme un interrogatoire. Je pensais plutôt que ce serait une rencontre, un moment pour apprendre à se découvrir, à échanger, à ressentir si quelque chose peut se créer entre nous.*

Et là, tu comprends immédiatement que c'est terminé. Le décalage est total. D'un côté, tu es dans le pragmatisme, dans la structure, dans l'analyse... et en face de toi, il est dans le ressenti, dans l'humain, dans l'émotion. Ça ne peut pas coller. Tu lui fais peur, sans même t'en rendre compte, parce que tu l'enfermes dans des cases, tu le cadres trop vite, tu le fais entrer dans un processus alors que lui cherche simplement une relation.

Résultat : il fuit. Il se protège. Pour lui, ce n'est plus un rendez-vous professionnel... c'est devenu quelque chose d'inconfortable, presque froid. Il aurait préféré un échange simple, presque comme avec des amis. Et à partir de ce moment-là... c'est fini.

Allez, maintenant tu as compris le système. Peu importe ta couleur dans la vie ou dans ton activité quotidienne, tu dois être capable de t'adapter. Face à un profil Vert, tu ne restes pas toi dans ton fonctionnement habituel... tu choisis consciemment d'entrer dans son univers. Tu adoptes son rythme, son énergie, sa manière de ressentir les choses. Autrement dit, tu deviens Vert pour parler à un Vert.

Le recruteur: « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

Ton futur filleul: *Tout d'abord, un grand merci de m'accueillir dans ce restaurant, je le trouve vraiment agréable, avec une atmosphère chaleureuse dans laquelle on se sent bien. Si tu veux, je t'offre un café avant de commencer, ce sera plus sympa pour échanger tranquillement. Et merci aussi de me recevoir alors qu'on se connaît à peine, car je trouve qu'il y a déjà quelque chose de particulier dans cette rencontre... comme une forme d'alignement. C'est difficile à expliquer, mais je ressens souvent cela avec certaines personnes dès les premiers échanges, et c'est aussi pour ça que j'ai vraiment plaisir à te rencontrer aujourd'hui.*

Le recruteur: *Je t'ai déjà commandé un café, je me suis souvenu que tu m'avais dit au téléphone que tu aimais le décaféiné, alors j'ai pris l'initiative d'en commander un pour toi. J'ai vraiment apprécié notre échange téléphonique, et je me retrouve complètement dans ce que tu m'as partagé, notamment sur l'importance de l'humain, car au fond, c'est ce qui fait toute la différence dans ce métier. Ce qui compte, ce n'est pas seulement de travailler ensemble, mais de sentir si l'on est capables, toi et moi, et avec le groupe, de construire quelque chose de solide, un vrai collectif, presque une famille, dans laquelle chacun trouve sa place et s'épanouit. C'est pour cela que j'aimerais que l'on prenne le temps d'échanger, sans se presser, pour apprendre à vraiment se connaître et voir si nos visions sont alignées. Dis-moi... comment tu te projettes, toi, demain, dans ce métier de consultant immobilier ?*

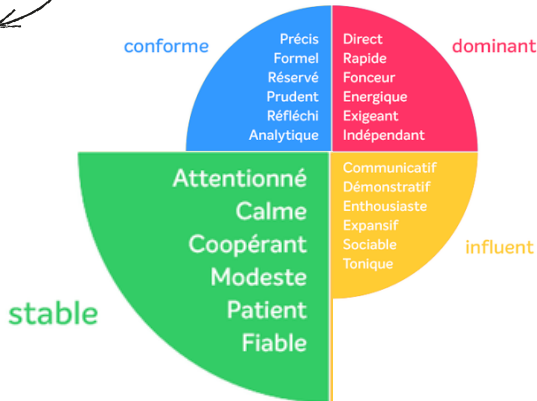
Et voilà... c'est déjà gagné. Deux profils Verts, face à face, qui parlent le même langage, qui partagent la même énergie... et qui se synchronisent naturellement. C'est ce qu'on appelle l'alignement des planètes.

Le hasard... ou peut-être le destin.

Vous l'avez compris : ce n'est pas vraiment mon truc à moi.

Mais ça marche.

*Regarde la vidéo sur un agent immobilier
de couleur Vert, tu comprendras mieux.*



Quelques exemples de “profil Vert”



Mère Teresa



Keanu Reeves



Forrest Gump

Allez, on attaque maintenant la dernière couleur. La plus explosive. Le centre de la Terre... et parfois même, à ses yeux, le centre de l'univers.

J'ai nommé : **le Jaune.**

Le Jaune, ce sont souvent des artistes, des créateurs, des personnalités qui vivent à travers l'émotion et l'énergie qu'ils dégagent : le cinéma, la musique, le théâtre, la communication, l'événementiel... tous ces univers où l'on existe autant par ce que l'on fait que par ce que l'on transmet. Le Jaune, c'est un peu Louis XIV, avec cette certitude intime que le monde le regarde, l'aime, l'admire, et parfois même l'envie... pour son charisme, son style, son aura. Il est chaleureux... parfois débordant. Tout commence très vite par des expressions comme : « Comment tu vas ma chérie ? », « Mon lapin ! », « Mon cœur ! » et très rapidement, toute la ménagerie y passe. Il te touche, t'attrape le bras, te serre la main, t'embrasse, réduit la distance... parce que pour lui, la relation est immédiate, naturelle, évidente. Et surtout, il part du principe que tu le connais déjà. Parce que dans son monde, tout le monde le connaît. Côté style, c'est un véritable spectacle. Un mélange de couleurs, d'audace, de créativité : un pantalon rouge, une veste verte, des chaussettes orange, un chapeau improbable... le tout porté avec une assurance déconcertante et un sourire de star. Ils n'ont pas forcément une voiture de luxe — parfois les moyens ne suivent pas — mais elle sera toujours différente, personnalisée, reconnaissable entre mille : un covering original, des autocollants, un détail insolite... juste pour pouvoir lui donner un prénom. « Pépette. »

Ils sont joviaux, souvent très drôles, profondément sociables. Ils détestent la solitude.

Ils ont besoin de parler, de rire, d'exister, de vibrer en permanence. Chez eux, la décoration est... spectaculaire. Des couleurs partout, des tableaux, des objets, des souvenirs, des œuvres d'artistes connus... ou le tableau de la voisine d'à côté, qu'ils trouvent "exceptionnel". « C'est normal, c'est ma petite chérie, elle a un talent fou. »

Leur maison ne ressemble à aucune autre. Elle est unique. Comme eux. Parce qu'à leurs yeux, ils sont uniques... et leur maison l'est tout autant. Car cette maison n'est pas qu'un bien immobilier. C'est une extension d'eux-mêmes. Une projection de leur identité.

Et leur ego... Reprenons maintenant notre image du crash d'avion. Dans cette situation, le Jaune ne sera ni celui qui organise, ni celui qui structure... mais il deviendra très vite celui que l'on protège. Il adoptera presque naturellement la posture d'un personnage important, comme s'il était le président des États-Unis à bord d'Air Force One, entouré de gardes du corps chargés de veiller sur lui. Il en aura l'attitude, la présence... mais pas forcément les moyens. Car au fond, ce n'est que Jean-Claude. Mais dans sa tête... il est Barack Obama. Il appellera donc à l'aide, avec toute l'intensité qui le caractérise :

« Aidez-moi ! Sortez-moi en priorité... parce que je suis Jean-Claude ! »

Alors, soyons honnêtes un instant. Quelle sera réellement son utilité dans ce crash d'avion ? Il ne sera probablement pas celui qui organise les rations, ni celui qui structure un plan de survie, ni même celui qui dirige les opérations.

Sa contribution est ailleurs. Beaucoup plus subtile... mais tout aussi essentielle. Sa mission, c'est de redonner de l'espoir. C'est d'apporter de la lumière là où tout semble sombre, de maintenir une énergie positive quand le groupe commence à vaciller, de rappeler, même dans les pires moments, qu'il reste quelque chose à quoi se raccrocher. Et il ne faut surtout pas oublier une chose : il est drôle. Très drôle. Il est présent, vivant, vibrant, et il sera là pour nous faire sourire, pour nous faire rire, même quand la situation devient critique. Et dans un crash, parfois, ce n'est pas uniquement la stratégie qui te sauve... c'est l'élan. C'est l'énergie. C'est ce supplément d'âme qui te donne envie de continuer. Alors oui, notre Jean-Claude a une place essentielle dans cette chaîne des couleurs. Parce qu'il nous fait rêver. Alors, comment parler à notre Jean-Claude, le Jaune ? C'est en réalité beaucoup plus simple qu'on ne l'imagine... à condition de se souvenir d'une chose essentielle. Rappelle-toi la fable de Jean de La Fontaine :

Le Corbeau et le Renard.

Maître Corbeau, sur un arbre perché,
Tenait en son bec un fromage.
Maître Renard, par l'odeur alléché,
Lui tint à peu près ce langage :
Et bonjour, Monsieur du Corbeau,
Que vous êtes joli ! que vous me semblez beau !
Sans mentir, si votre ramage
Se rapporte à votre plumage,
Vous êtes le Phénix des hôtes de ces bois.
À ces mots le Corbeau ne se sent pas de joie,
Et pour montrer sa belle voix,
Il ouvre un large bec, laisse tomber sa proie.

Tout est déjà écrit. Le Jaune a besoin d'être valorisé, reconnu, admiré, regardé. Il a besoin que l'on mette en lumière ce qu'il est, ce qu'il dégage, ce qu'il représente. Non pas de manière artificielle... mais avec justesse. Car si tu touches à son ego de manière sincère, si tu sais reconnaître son énergie, son charisme, sa capacité à exister dans une pièce... alors tu crées immédiatement un lien. Avec un Jaune, tu ne dois pas convaincre. Tu dois séduire. Tu dois entrer dans son monde, jouer avec son énergie, lui renvoyer une image de lui-même dans laquelle il se reconnaît... et surtout dans laquelle il se plaît. Et à partir de là, tout devient simple. Parce que lorsqu'un Jaune se sent vu... il s'ouvre. Et lorsqu'il s'ouvre... il te suit.

Allez, on va s'amuser encore un peu. Repartons de notre célèbre situation, mais cette fois-ci imaginons un profil Bleu face à notre Jean-Claude, le Jaune... Tu vas voir, le décalage est immédiat. Le Bleu va rester froid, factuel, structuré... là où le Jaune attend de la chaleur, de la reconnaissance et de l'énergie. Et forcément... ça ne passe pas.

Le recruteur: « *Qu'attends-tu de cette rencontre ?* »

Ton futur filleul: *Tu sais, tu es déjà la dixième personne qui cherche à me recruter... et je comprends pourquoi. Je suis très connu dans le quartier, et même dans le monde de l'immobilier. C'est pour ça que beaucoup veulent absolument que je travaille avec eux. Mais attention... tout ce qui est excellent est rare, et ce qui est rare... a de la valeur. Alors dis-moi, qu'est-ce que tu me proposes concrètement pour que j'accepte de devenir l'ambassadeur de ta marque ?*

Le recruteur: *Attends, tu vas un peu trop vite. Nous n'avons pas encore pris le temps d'échanger en profondeur, et je ne t'ai pas encore présenté les solutions qui pourraient réellement te correspondre. Avant même de savoir si tu peux nous rejoindre, j'ai besoin de te poser des questions pour bien comprendre ton profil, tes attentes, et vérifier si cela peut fonctionner pour toi... mais aussi pour le groupe. Il est important de ne pas s'emballer et de bien mesurer dans quoi tu t'engages, en comprenant précisément tes responsabilités, tes devoirs, et le cadre dans lequel tu vas évoluer.*

Ton futur filleul: *Le cadre ? Quel cadre ? Le jour où quelqu'un essaiera de me mettre dans un cadre, ce sera pour peindre mon portrait... Je crois que tu n'as pas bien compris qui je suis. C'est toi qui es venu vers moi, pas l'inverse. Et là, très franchement, je ne suis pas sûr que ça le fasse entre nous. J'ai surtout le sentiment que tu ne me respectes pas, que tu ne perçois pas vraiment qui je suis ni ce que je représente. On va s'arrêter là.*

Voilà... tu viens de mal parler au Roi-Soleil. Et avec un Jaune, ça ne pardonne pas. Alors je te propose de recommencer. Peu importe ta couleur dans la vie, peu importe ton fonctionnement naturel... ici, tu dois devenir Jaune pour parler à un Jaune. Mais attention. Le Roi-Soleil, ce n'est pas toi. C'est lui. Toi, tu n'es pas là pour briller à sa place. Tu es là pour lui permettre de briller encore plus. Pour amplifier sa lumière. Pour lui offrir une scène plus grande, un terrain de jeu à la hauteur de son énergie, de son charisme, de ce qu'il pense être — et de ce qu'il peut devenir. Ton rôle n'est pas de le cadrer. Ton rôle, c'est de le freiner. Ton rôle, c'est de trouver la manière la plus intelligente de canaliser cette énergie... pour qu'elle rayonne encore plus fort.

Le recruteur: « Qu'attends-tu de cette rencontre ? »

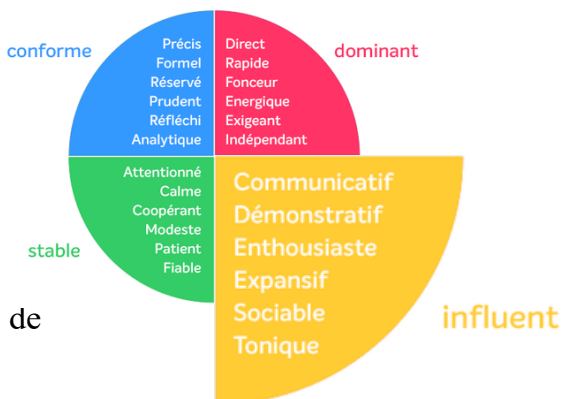
Ton futur filleul: *Tu sais, tu es déjà la dixième personne qui cherche à me recruter... et je comprends pourquoi. Je suis très connu dans le quartier, et même dans le monde de l'immobilier. C'est pour ça que beaucoup veulent absolument que je travaille avec eux. Mais attention... tout ce qui est excellent est rare, et ce qui est rare... a de la valeur. Alors dis-moi, qu'est-ce que tu me proposes concrètement pour que j'accepte de devenir l'ambassadeur de ta marque ?*

Le recruteur: *Si je te pose cette question — qu'attends-tu de moi ? — ce n'est pas par hasard. C'est parce que je considère que toi, aujourd'hui, tu es déjà une marque, une présence, une énergie... et que notre rôle, à nous, c'est simplement de t'aider à amplifier tout cela. Ce que je te propose, c'est simple : mettre toute la force de notre réseau à ton service, pour te rendre encore plus visible, non seulement dans ta ville, mais rapidement à l'échelle de toute la région... et même au-delà. Et très honnêtement, il est hors de question pour moi de te proposer quelque chose de classique. Tu n'es pas classique. Il faut donc construire quelque chose qui te ressemble, quelque chose qui soit à la hauteur de ton rayonnement, de ton image, de ce que tu incarnes déjà. Nous avons besoin de toi, bien sûr... mais je crois surtout que le monde de l'immobilier a besoin de quelqu'un comme toi. Alors dis-moi... comment tu vois les choses ?*

Ton futur filleul: *J'aime assez bien l'idée que vous puissiez vous adapter à moi, parce que, pour être honnête, c'est exactement ce qui m'a manqué jusqu'à présent dans tous les réseaux que j'ai pu rencontrer.*

Ce n'est pas plus compliqué que ça. Il ne faut pas en faire trop, ni chercher à surjouer. Il suffit de s'adapter au Jaune que tu as en face de toi... et de construire avec lui son royaume. Il faut donc flatter, le Roi-Soleil : entrer dans son univers, et lui faire comprendre qu'il est magnifique.

Regarde la vidéo sur un agent immobilier
de couleur Jaune, tu comprendras mieux.



Quelques exemples de
“profil Jaune”



Jim Carrey



Omar Sy



Cyril Hanouna

Attention, je le redis : je ne suis pas un expert certifié du DISC. En revanche, je suis un utilisateur heureux — et convaincu — de cet outil extrêmement efficace. Pour vous faire comprendre les mécanismes, j’ai volontairement grossi les traits. J’ai poussé les profils à l’extrême afin que les différentes couleurs soient immédiatement identifiables. Dans la réalité, bien sûr, c’est souvent plus nuancé, plus subtil, parfois même difficile à percevoir. D’ailleurs, nous sommes tous des couleurs arc-en-ciel. Nous possédons simplement une couleur dominante. Je vous entends déjà, à la lecture de ce livre, me dire : « Je n’aime pas être mis dans une case. » Et vous avez raison. Cette réaction-là ressemble d’ailleurs beaucoup à du Vert... ou du Jaune. Ce qui confirme exactement ce que je viens de dire. Pour résumer : nous sommes tous arc-en-ciel, avec une dominante. L’objectif n’est pas d’enfermer qui que ce soit. L’objectif est de parler le même langage que votre interlocuteur, pour qu’il puisse vous comprendre, vous apprécier, et vous faire confiance — sans forcer, sans vendre, sans manipuler. Adaptez-vous. Essayez. Testez. Vous verrez : votre vie — professionnelle comme personnelle — va changer. Et bien sûr, je vous encourage à aller plus loin, à vous former sérieusement, et à choisir un coach spécialisé dans ce domaine. L’important, ce n’est pas d’être parfait. L’important, c’est d’essayer.

[illegible]