

# Comment développer votre enthousiasme en vue d'atteindre le Succès

Pour la première fois dans l'Histoire de l'Humanité, Napoléon Hill vous enseigne la doctrine sur laquelle est fondé tout succès personnel à travers sa leçon sur

L'enthousiasme

PAR NAPOLEON HILL

1928

*Cet ebook gratuit vous est offert par Moise ZANNOU*

Visitez ses sites

[www.ebooks-a-telecharger.com](http://www.ebooks-a-telecharger.com)

&

[www.netsucces.biz](http://www.netsucces.biz)

### AUTORISATION DE DIFFUSION ET DE VENTE

Cet ebook est distribué avec la totalité de ses droits de vente et de diffusion. Vous avez donc le droit de vendre, revendre cet ouvrage ou le redistribuer gratuitement sur votre site Internet, par email à vos contacts, en cadeau à vos visiteurs ou clients, etc.

En cas de vente, vous autorisez votre acheteur à le revendre à son tour ou à le redistribuer gratuitement. Vous décidez du prix que vous voulez et vous conservez la totalité des bénéfices.

**ATTENTION ! Vous devez cependant diffuser en totalité ce livre électronique, sans le modifier, ni l'altérer ou le diffuser partiellement.**

L'auteur ne saurait être tenu pour responsable des abus que vous pourriez commettre.

## Sommaire

<b>L'ENTHOUSIASME</b>	<b>6</b>
Comment l'enthousiasme vous influencera-t-il ?	6
Comment développer l'enthousiasme ?	7
L'enthousiasme est une force vitale.	8
Comment votre enthousiasme influencera-t-il les autres ?	10
Quand la Suggestion opère dans ce que vous dites.	11
Quand la Suggestion opère dans ce que vous faites et ce que vous pensez	12
Que devez-vous faire avant d'influencer l'esprit d'une autre personne ?	13
Utilisation de la suggestion et de l'enthousiasme lors de la rédaction d'une lettre.	14
Comparez ces 2 lettres.	15
Quelles sont les raisons de l'échec de l'une ?	17
L'histoire d'un homme qui voulait être un vendeur.	18
Comment une vendeuse talentueuse a-t-elle fait pour neutraliser mon esprit ?	19
Par l'utilisation de suggestion négative, la vie pourrait s'éteindre	23
La suggestion intelligente qui a permis d'enlever toute barrière d'indécision	25
Une phrase très suggestive.	27
Quelles sont les raisons de la réussite de la seconde lettre ?	27
Toute pensée dans l'esprit tend à attirer d'autres pensées similaires	30
Semez profondément et avec enthousiasme dans votre esprit une suggestion de succès	32
Parlez toujours du fond du cœur avec beaucoup de conviction	33
Celui qui nuit sa réputation avec le mensonge ne deviendra jamais un grand vendeur.	35
Il est impossible de suggérer à une autre personne ce que vous ne croyez pas.	36
Quelle est cette chose qui donne un pouvoir réel et durable à l'homme ?	37
Les étapes à suivre pour acquérir l'enthousiasme.	38

Pour réussir, il faut mettre ses connaissances en action et avoir une foi inébranlable .....	39
L'enthousiasme est vraiment essentiel pour un vendeur.....	40
La réussite dépend du degré d'enthousiasme.....	41
Les plus importants facteurs qui provoquent l'enthousiasme .....	44
La psychologie des beaux habits .....	44
En soignant votre apparence, il vous est aussi possible d'atteindre le sommet de la réussite.....	48
Les meilleurs vendeurs sont ceux qui adoptent la psychologie des beaux habits .....	51
Les indispensables d'une garde-robe d'homme.....	52
Et vous, quel stimulant avez-vous besoin pour réveiller votre enthousiasme ?.....	53
Rappelez-vous : l'Enthousiasme ne connaît pas la défaite.....	55
Ayez toujours un objectif précis .....	56
<b>LES 7 CHEVALIERS MORTELS</b> .....	<b>57</b>
L'intolérance .....	58
La vengeance et l'avidité.....	58
L'égoïsme et la méfiance .....	60
La jalousie et... ..	61
<b>Table des Matières</b> .....	<b>65</b>

## L'ENTHOUSIASME

**J'ai donné un billet de 10 euros à un mendiant tout en lui suggérant de l'investir dans un livre d'Elbert Hubbard, *Un message pour Garcia*.**

## L'ENTHOUSIASME

“Vous pouvez le faire si vous croyez que vous le pouvez !”

**L'**enthousiasme est un état d'esprit qui nous inspire et une force motrice vitale qui nous pousse à l'action. De plus, il est contagieux et affecte assurément tous ceux qui entrent en contact avec lui.

Les plus grands leaders sont ceux qui savent comment susciter l'enthousiasme de leurs disciples.

L'enthousiasme est le facteur le plus important de l'art de la vente. Il est, de loin, l'élément le plus essentiel dans la prise de parole en public.

Le discours le plus réussi demeurerait sans écho s'il n'était pas soutenu par l'enthousiasme de l'orateur.

### Comment l'enthousiasme vous influencera-t-il ?

Mettez de l'enthousiasme dans votre travail et il ne vous semblera pas dur ou monotone. L'enthousiasme redynamisera tellement l'ensemble de votre corps que vous arriverez à vous débrouiller avec moins de la moitié de la quantité de sommeil habituelle. En même temps, il vous permettra d'accomplir 2 à 3 fois plus de travail que d'habitude, sans fatigue.

Pendant des années, j'ai rédigé la plupart de mes écrits pendant la nuit. Une nuit, lorsque je travaillais avec enthousiasme sur mon ordinateur, j'ai regardé par la fenêtre de mon bureau la place juste en face de la tour Métropolitaine, à New York, et j'ai vu ce qui paraissait être le plus surprenant reflet de la lune sur la tour. Il était d'une nuance grise argentée comme je n'avais jamais vu auparavant.

En regardant de plus près, j'ai vu que le reflet était celui du soleil du petit matin, et non pas celui de la lune. Il faisait jour. J'avais travaillé toute la nuit, mais j'étais tellement absorbé par mon travail que la nuit s'écoulait comme si elle

n'avait duré qu'une heure seulement. J'ai travaillé toute cette journée-là et toute la nuit suivante sans arrêt, sauf pour la pause que j'ai prise pour un léger repas.

Deux nuits et une journée entière sans sommeil, et avec peu de nourriture, sans le moindre signe de fatigue n'auraient pas été possibles si je n'avais pas conservé mon corps envahi par un enthousiasme pour le travail que j'avais à faire.

L'enthousiasme n'est pas simplement une figure de style ; c'est une force vitale à exploiter et utiliser avantageusement. Sans ce dernier, vous ressembleriez à une batterie d'accumulateurs sans électricité.

L'enthousiasme est une force vitale qui recharge votre corps dans le but d'épanouir une personnalité dynamique.

## **Comment développer l'enthousiasme ?**

Certaines personnes sont dotées d'enthousiasme inné, alors que d'autres doivent le développer.

La procédure à suivre pour parvenir à son développement est simple : exercer une activité ou un travail que vous aimez le plus.

S'il se trouve que, pour le moment, vous êtes dans une situation où vous ne pourriez pas exercer le travail que vous aimez bien, vous pouvez vous assurer que vous serez capable de faire quelque chose de très efficace dans le futur si vous avez un objectif précis qui reflète votre engagement dans ce travail particulier.

Le manque de capital et bien d'autres circonstances dont vous n'avez pas le contrôle immédiat peuvent vous obliger à vous engager dans un travail qui ne vous plaît pas, mais, personne ne peut vous empêcher de fixer dans votre esprit un objectif précis, ni vous interdire d'avoir des projets et de les concrétiser, ni vous défendre d'avoir de l'enthousiasme dans vos actions.

Le bonheur, qui est le but final de tout effort humain, est un état d'esprit qui ne peut être gardé qu'avec l'espoir d'un accomplissement futur.

Le bonheur réside toujours dans le futur mais jamais dans le passé. La personne heureuse est celle qui rêve d'arriver au sommet de la réussite qu'elle n'a pas encore atteint.

La maison dont vous rêvez de posséder, l'argent que vous avez l'intention de gagner et de déposer à la banque, le voyage dont vous envisagez de faire quand vous aurez les moyens nécessaires, la position dans la vie que vous espérez occuper lorsque vous serez fin prêt – ce sont autant de choses qui causent le bonheur. Ce sont même ces matériels qui forment vos objectifs. Ce sont des choses qui pourraient vous enthousiasmer, quelle que soit votre place actuelle dans la société.

## **L'enthousiasme est une force vitale**

Il y a plusieurs années, j'ai été enthousiasmé par une idée. Quand l'idée a pris forme la première fois dans mon esprit, je n'étais même pas préparé à faire le premier pas pour l'accomplir. Mais je l'avais couvée dans mon esprit – j'étais enthousiasmé par l'idée lorsque, dans mon imagination, je visualisais le moment où je serais disposé à la réaliser.

L'idée était la suivante : je voulais devenir rédacteur d'un magazine, dont la Règle d'Or était de pouvoir encourager les gens, les aider à garder courage et se comporter avec honnêteté.

Finalement, ma chance tourna et en 1918, le jour de l'Armistice, j'écrivis mon premier éditorial, qui allait devenir la réalisation matérielle d'un espoir couvé dans mon esprit depuis plus d'une vingtaine d'années.

Avec enthousiasme j'ai mis dans cet éditorial tous les sentiments que j'avais cumulés dans mon cœur pendant plus de 20 ans. Mon rêve devint réalité : j'étais le rédacteur en chef d'un magazine national.



Comme je l'avais mentionné, cet article a été écrit avec enthousiasme. Je l'avais soumis à une de mes connaissances et, avec enthousiasme, je lui avais demandé de le lire.

L'article finissait par ces quelques phrases :

“Enfin mon rêve depuis 20 ans est sur le point de se réaliser. Publier un magazine national demande de l'argent, beaucoup d'argent. Pourtant je n'ai pas la moindre idée où je pourrai obtenir cet élément essentiel. Mais cela ne m'inquiète pas parce que je sais que je le trouverai quelque part !”

En écrivant ces lignes, j'y ai mis de l'enthousiasme et de la confiance.

À peine avais-je fini de lire l'article à la personne de ma connaissance – la première et la seule à qui je l'ai montré – qu'elle s'exclama :

“Je peux te dire où tu trouveras l'argent : je vais te le donner.”

Et il l'a fait !

Oui, l'enthousiasme est une force vitale ; si vitale qu'aucun être humain ne pourra se rapprocher de son pouvoir d'accomplissement sans l'avoir auparavant développé intensément en lui.

Avant de passer à la prochaine étape de cette leçon, j'aimerais répéter et insister sur le fait que vous pourriez développer l'enthousiasme pour les objectifs de votre vie, peu importe si vous êtes en ce moment en mesure ou non d'atteindre ces buts.

Il se peut que vous soyez loin de l'accomplissement de vos objectifs, mais si vous allumez le feu de l'enthousiasme dans votre cœur et que vous le gardez toujours enflammé, les obstacles qui entravent le chemin de votre réussite disparaîtront en très peu de temps comme par magie, et vous vous trouverez doté d'un pouvoir que vous n'aviez jamais soupçonné.

## **Comment votre enthousiasme influencera-t-il les autres ?**

Nous arrivons, maintenant, à la discussion de l'un des plus importants sujets de cette lecture, à savoir, la suggestion.

Dans les autres leçons, nous parlons de l'autosuggestion, qui est la suggestion par soi-même. Nous comprenons dans la leçon sur la Confiance en Soi le rôle important que joue l'autosuggestion.

La suggestion est le principe par lequel vos mots, vos actions et même votre état d'esprit influencent les autres.

**L'une des choses les plus précieuses  
que tout homme peut apprendre est  
l'art d'utiliser la connaissance et  
l'expérience des autres.**

Pour que vous puissiez comprendre l'immense pouvoir de la suggestion, pensez au principe de la télépathie. Si vous comprenez et acceptez comme une réalité le principe de la télépathie (la communication par la pensée venant d'un esprit à un autre sans l'aide de signes, de symboles ou de sons), vous admettez certainement que l'enthousiasme est contagieux et qu'il influence tout ce qui l'entoure par son rayonnement.

Quand votre esprit vibre à un degré élevé car stimulé par l'enthousiasme, cette vibration est captée par l'esprit de tous ceux qui sont autour de vous, et particulièrement par l'esprit de ceux que vous aimeriez entrer en contact.

Quand un orateur "sent" que son auditoire est "en rapport" avec lui, il reconnaît simplement que son propre enthousiasme a influencé l'esprit de son auditoire jusqu'à ce que cet esprit vibre en harmonie avec le sien.

Quand un vendeur “sent” que le moment “psychologique” pour conclure une vente est arrivé, il perçoit juste l’effet de son propre enthousiasme influencer l’esprit de son futur client et mettre cet esprit “en diapason” avec le sien.

Le thème de la Suggestion constitue une partie très importante dans cette leçon et dans l’ensemble de ce cours car elle opère généralement dans ces 3 points :

- dans ce que vous dites,
- dans ce que vous faites,
- dans ce que vous pensez !

### **Quand la Suggestion opère dans ce que vous dites**

Quand vous êtes enthousiasmé par les articles que vous vendez, par les services que vous proposez, ou par le discours que vous prononcez, votre état d’esprit devient clair pour tous ceux qui vous écoutent, grâce au ton de votre voix.

C’est par le ton de votre voix, plus que votre déclaration elle-même, que vous pouvez convaincre ou non. Aucune suite de mots ne peut remplacer la grande confiance venant d’une déclaration exprimée avec un enthousiasme intense. Les mots ne sont que des sons affaiblis s’ils ne sont pas animés par des sentiments issus de l’enthousiasme.

Ici, le mot me manque, car je ne peux jamais étaler sur papier la différence entre les mots qui sortent de la bouche sans aucune émotion, ni aucune ferveur d’enthousiasme, et les mots qui déversent abondamment venant d’un cœur impatient de s’exprimer. Cependant, la différence est là.

Ainsi, ce que vous dites – et la manière dont vous le dites – peut évoquer un sens différent de ce que vous avez l’intention de dire.

Cela explique les nombreux échecs du vendeur qui présente ses arguments par des mots qui semblent assez logiques, mais manquent d’artifices émanant d’enthousiasme

issu de la sincérité et la confiance en ses produits qu'il essaie de vendre. Si ses mots disent une chose mais le ton de sa voix en suggère une autre complètement différente, aucune vente ne sera conclue.

Ce que vous dites est un facteur important en matière de suggestion, mais pas aussi important que ce que vous faites. Vos actions auront plus de valeur que vos mots et malheur à vous si ces 2 actions n'arrivent pas à se concilier.

Si un homme prêche la Règle d'Or comme une rigide règle de conduite, son discours ne sera écouté que s'il ne l'applique. Le plus efficace sermon que tout homme peut prêcher sur le bon sens de la Règle d'Or est qu'il prêche par la suggestion, et qu'il applique cette règle dans ses relations avec ses semblables.

### **Quand la Suggestion opère dans ce que vous faites et ce que vous pensez**

Si un vendeur de voitures Ford arrive chez son futur client avec une voiture Renault ou autre, tous les arguments qu'il présente au nom de Ford seront sans effet.

Une fois, je suis allé à un des bureaux de la Société Dictaphone pour voir un dictaphone. Le vendeur m'a exposé une argumentation logique sur les mérites de l'appareil alors que le sténographe à côté de lui transcrivait des lettres à partir d'un carnet de sténo. Ses arguments en faveur d'un appareil de dictée, comparés à la vieille méthode de dicter à un sténographe, ne m'ont pas impressionné parce que ses actions n'étaient pas en harmonie avec ses paroles.

Vos pensées constituent le plus important des 3 points d'application du principe de suggestion, parce qu'elles peuvent contrôler le ton de votre voix, mais un peu moins vos actions.

Si vos pensées, actions et paroles s'harmonisent, il est certain que vous aurez de l'influence sur les personnes que vous désirez entrer en contact et qu'elles adopteront plus ou moins votre manière de penser.

## **Que devez-vous faire avant d'influencer l'esprit d'une autre personne ?**

Nous allons maintenant analyser la suggestion et vous démontrer comment appliquer exactement le principe sur lequel elle agit.

Comme nous l'avons déjà vu, la suggestion se distingue de l'autosuggestion seulement par un seul aspect : nous l'utilisons, consciemment ou inconsciemment, quand nous influençons les autres, tandis que nous utilisons l'autosuggestion comme un moyen de nous influencer nous-mêmes.

Avant d'influencer une autre personne par la suggestion, l'esprit de cette personne doit être dans un état de neutralité : être ouvert et réceptif à votre méthode de suggestion. C'est ici que la plupart des vendeurs échouent : ils essaient de conclure une vente avant que l'état d'esprit du futur acheteur soit réceptif ou neutre.

Cela est un point très important dans cette leçon et je préfère m'attarder sur ce sujet pour que vous compreniez parfaitement le principe que je décris.

Quand je dis que le vendeur doit "neutraliser" l'esprit de son futur client avant de conclure une vente, je veux dire par là que l'esprit de cet acheteur éventuel doit être crédule. La confiance doit avoir été établie et il est évident qu'il ne peut y avoir aucune règle pour son instauration ou pour rendre ouvert l'esprit du futur client. Ici, le vendeur, par son ingéniosité, doit arriver à fournir ce qui ne peut être défini comme une règle.

Je connais un courtier d'assurance-vie qui ne vend que de coûteuses polices d'assurances, dont le montant s'élève jusqu'à 1 million d'euros et même plus. Avant même de présenter ses produits au futur client, il s'informe d'abord sur tout ce qui le caractérise, à savoir : son éducation, sa situation financière, ses excentricités s'il en a, sa religion, et d'autres caractéristiques qui sont trop nombreuses pour être citées ici. Muni de ces informations, il se démène pour se faire connaître par son

futur client par voie sociale ou économique. Il ne parle pas d'assurance-vie lors de la première visite, ni la deuxième, et parfois il n'engage même pas le sujet sur les assurances avant d'être très bien familier avec le futur client.

Pourtant, pendant tous ces temps, il ne gaspille pas ses efforts. Il profite de ces visites amicales pour "neutraliser" l'esprit de son futur client, c'est-à-dire qu'il établit une relation de confiance de sorte qu'au moment opportun – où il lui parlera d'assurance-vie – le client l'écouterait volontiers.

### **Utilisation de la suggestion et de l'enthousiasme lors de la rédaction d'une lettre**

Il y a quelques années j'ai écrit un livre intitulé Comment Vendre Vos Services. Juste avant d'envoyer le manuscrit à la maison d'édition, l'idée m'est venue de demander à quelques personnes célèbres d'écrire des lettres d'approbation que je publierais dans le livre.

L'imprimerie attendait le manuscrit. Je m'empressais alors d'écrire une lettre à 8 ou 10 personnes dans laquelle j'ai exposé en peu de mots ce que je voulais exactement. Mais je n'ai reçu aucune réponse car je n'ai pas tenu compte des 2 conditions importantes préalables qui conduisent au succès.

J'ai écrit la lettre dans une telle hâte que j'ai manqué d'y insuffler de l'enthousiasme, et je l'ai rédigée sans penser à "neutraliser" l'état d'esprit des destinataires. Par conséquent, je n'ai pas adopté le principe de suggestion.

Après avoir découvert mon erreur, j'ai écrit une deuxième lettre basée sur l'application du principe de suggestion. Résultat : non seulement j'ai reçu de nombreuses réponses de la part de ceux à qui je l'ai envoyée, mais en plus, plusieurs d'entre elles étaient des vrais chefs-d'œuvre qui donnaient de la valeur supplémentaire au livre. C'était beaucoup plus que ce que j'avais espéré.

Tout cela pour vous montrer comment le principe de suggestion pourrait être utilisé dans la rédaction d'une lettre et quel rôle important y joue l'enthousiasme.

Les 2 lettres sont reproduites ci-après. Il ne sera pas nécessaire d'indiquer laquelle des 2 a échoué, elle sera complètement évidente.

**Un minutieux inventaire de  
toutes vos expériences passées  
peut vous dévoiler le fait  
surprenant que tout se soit passé  
pour le mieux.**

### **Comparez ces 2 lettres**

Cher Monsieur Ford,

Je viens de terminer la rédaction d'un nouveau livre intitulé Comment Vendre Vos Services. Je compte vendre quelques centaines de milliers d'exemplaires de ce livre et je crois que ceux qui l'achèteront apprécieront l'opportunité de recevoir un message de votre part pour une meilleure méthode de commercialisation de services.

Aussi, je vous suis reconnaissant de bien vouloir prendre quelques minutes de votre temps pour écrire un court message qui sera publié dans mon livre. Vous me rendrez un immense service, qui sera également très apprécié par les lecteurs.

En vous remerciant par avance pour la considération que vous daigniez m'accorder.

Bien sincèrement

....

L'honorable Thomas R. Marshall,

Vice-président des États-Unis,

Washington, D. C.

Cher Monsieur Marshall,

Voulez-vous saisir l'occasion d'envoyer un message d'encouragement, et peut-être un conseil, à quelques centaines de milliers de vos semblables qui n'ont pas réussi à se faire un nom, comme vous l'avez fait avec succès ?

Je viens de terminer la rédaction d'un livre intitulé Comment Vendre Vos Services. Le principal point souligné dans ce livre est une relation de cause à effet : le service rendu est la cause, et la rémunération est l'effet, et que le second varie proportionnellement selon l'efficacité du premier.

Le livre serait incomplet sans quelques petits mots de la part des personnalités qui, comme vous, ont commencé en bas de l'échelle et sont arrivées dans des positions vraiment enviables. De ce fait, je vous invite à m'envoyer vos opinions concernant les points les plus importants que doivent retenir ceux qui veulent vendre leurs services. Je mettrai votre message dans mon livre qui tombera certainement entre les mains des personnes qui luttent sérieusement pour obtenir leurs places dans le monde du travail.

Je sais que vous êtes un homme très occupé, Monsieur Marshall, mais rien que par un simple coup de fil à votre secrétaire pour lui dicter une courte lettre, vous enverrez un message important à au moins 500.000 personnes. Le timbre que vous mettrez sur la lettre ne vaut pas beaucoup, mais si l'on tient compte du bien qu'il pourrait faire aux autres qui sont moins chanceux que vous, il pourrait valoir le succès ou l'échec de beaucoup de personnes qui liront votre message, y croiront et seront guidées par lui.

Bien cordialement



## Quelles sont les raisons de l'échec de l'une ?

Maintenant, passons à l'analyse des 2 lettres pour découvrir les raisons de l'échec de l'une et la réussite de l'autre. Cette analyse doit commencer par l'une des plus importantes bases de l'art de la vente, qui est la raison.

Dans la première lettre, il est évident que la raison est l'intérêt personnel. La lettre affirme d'une manière précise ce qu'elle veut exactement, mais sa formulation laisse à se demander pourquoi la demande a été faite ou "à qui profite-t-elle".

Remarquez la phrase dans le 2<sup>ème</sup> paragraphe : "Vous me rendrez un immense service, etc.". Cette phrase a un sens particulier, car en vérité, actuellement, la plupart des personnes n'accordent plus de faveur juste pour satisfaire les autres. Si je vous demande de me rendre un service qui me fera du bien sans qu'il vous apporte aucun avantage, vous ne montrerez pas beaucoup d'enthousiasme pour cette faveur, vous pourrez même le refuser en inventant une excuse valable. Mais si je vous demande de rendre un service qui fera du bien à une tierce personne, par mon intermédiaire, et que par ce fait votre générosité puisse être démontrée et reconnue, il y a de grandes chances à ce que le service soit exécuté avec de la bonne volonté.

Cette psychologie est illustrée par l'image d'un homme qui lance une pièce de 50 centimes ou même rien du tout au mendiant de la rue, mais qui fait volontairement un don de 1.000 ou même de 10.000 euros aux associations humanitaires qui demandent de l'aide au nom des autres.

Mais la pire suggestion se trouve dans le dernier paragraphe qui est pourtant le plus important de la lettre : "En vous remerciant par avance pour la considération que vous daigniez m'accorder."

Cette phrase suggère fortement que l'auteur de la lettre s'attend déjà à un refus à sa demande. Elle montre clairement un manque d'enthousiasme. Elle ouvre la voie à un refus. Il n'y a pas un seul mot dans toute la lettre indiquant au

destinataire une bonne raison pour répondre favorablement à la sollicitation.

D'autre part, le destinataire peut voir clairement que le but de la lettre est d'obtenir une lettre d'approbation qui aidera à vendre le livre. Le plus important argument de vente – en fait, le seul argument de vente possible pour cette demande – est perdu parce qu'il n'a pas été mis en valeur et n'a pas démontré la raison réelle de la demande.

Cet argument a été quand même mentionné mais très discrètement dans la phrase, “je crois que ceux qui l'achèteront apprécieront l'opportunité de recevoir un message de votre part pour une meilleure méthode de commercialisation de services.”

Le premier paragraphe de la lettre ne respecte pas la règle fondamentale de l'art de vente parce qu'il suggère clairement que le but de la lettre est de faire gagner quelque avantage à l'auteur, et ne fait aucune allusion à un quelconque profit qui pourrait revenir au destinataire de la lettre.

Au lieu de neutraliser l'esprit du destinataire, la lettre n'a fait qu'entraîner l'effet contraire : son esprit s'est tout de suite opposé à l'argument proposé, son état d'esprit a été modulé à tout refuser.

Ce cas me rappelle un vendeur – ou peut-être que je devrais plutôt dire un homme qui voulait être un vendeur – qui m'a abordé une fois pour me soumettre un abonnement au Saturday Evening Post.

## **L'histoire d'un homme qui voulait être un vendeur**

Tenant une copie du journal devant moi, il m'a tout de suite suggéré la réponse que je lui donnerais à la question qu'il m'a posée :

“Vous ne vous abonneriez pas au Post pour m'aider, n'est-ce pas ?”

Bien sûr que j'ai dit non ! En réalité, il m'a aidé à refuser. Il n'y avait aucun enthousiasme derrière ses mots, et la mélancolie et le découragement s'affichaient sur son visage. Il voulait juste la commission qu'il aurait gagnée par mon abonnement si j'avais accepté, c'est évident, mais il ne m'avait rien suggéré qui aurait éveillé mon intérêt personnel. Par conséquent, il n'a pas conclu la vente.

Mais la perte de cette seule vente n'a pas été la plus triste de sa mésaventure. Le plus malheureux a été que cette même attitude lui a fait perdre toutes les autres ventes qu'il aurait pu conclure s'il avait changé son approche.

### **Comment une vendeuse talentueuse a-t-elle fait pour neutraliser mon esprit ?**

Quelques semaines plus tard, une autre vendeuse d'abonnement m'a abordé. Elle vendait une collection de 6 journaux, dont l'un était le Saturday Evening Post, mais combien différente a été son approche ! Elle a jeté un coup d'œil à ma table de travail où j'ai posé quelques journaux, puis à ma bibliothèque, et elle s'est exclamée avec enthousiasme : “Ah, je vois que vous aimez les livres et les journaux.”

J'ai fièrement plaidé coupable à son “accusation”. Remarquez le mot “fièrement”, car il joue un rôle important dans cet événement. J'ai posé à côté le manuscrit que je lisais quand cette vendeuse est entrée, car j'avais tout de suite remarqué qu'elle était une femme intelligente. Comment j'étais arrivé à avoir cette conclusion ? Je vous laisse deviner. L'important c'est d'avoir posé le manuscrit à côté et j'avais éprouvé le vif désir d'écouter ce qu'elle avait à dire.

Par ces 11 mots, avec un sourire aimable, et un ton vraiment enthousiaste, elle a suffisamment rendu neutre mon esprit pour me donner envie de l'écouter. Elle a réussi la tâche la plus difficile avec ces quelques mots, parce que si j'avais décidé de garder le manuscrit dans mes mains quand elle est arrivée, ç'aurait été comme lui signifier, même le plus

courtoisement possible, que j'étais occupé et que je ne voulais pas être interrompu.

Comme j'étudiais moi-même l'art de la vente et de la suggestion, je guettais attentivement ses gestes. Elle avait une pile de journaux sous le bras et je m'attendais à ce qu'elle la déroulait sous mes yeux et allait commencer à me convaincre à les acheter, mais ce ne fut pas le cas. Rappelez-vous qu'elle vendait une collection de 6 journaux, mais qu'elle n'essayait pas de les vendre.

**Les premières impressions comptent vraiment. Habillez-vous comme il faut pour le rôle que vous avez l'intention de jouer dans la vie, mais prenez soin de ne pas exagérer.**

Elle se dirigea vers ma bibliothèque, en sortit une copie du recueil d'essais d'Emerson, et pendant 10 bonnes minutes elle parla de l'essai d'Emerson sur la Compensation d'une manière si intéressante que j'ai perdu de vue la pile de journaux qu'elle portait. (Elle continuait à rendre mon esprit neutre.)

Elle m'a procuré, sans vraiment le vouloir, de nombreuses nouvelles idées sur l'œuvre d'Emerson qui pourraient être utilisées comme des données nécessaires à un excellent éditorial.

Elle me demanda ensuite quels journaux je recevais régulièrement, et après lui avoir répondu, elle souriait et commença à dérouler la pile de journaux et les étaler sur la table devant moi.

Elle analysa un par un les journaux, et m'expliqua pourquoi je devrais avoir chacun d'entre eux :

Le Saturday Evening Post m'apporterait la fiction la plus pure ; Literary Digest m'informerait en résumé les nouvelles du monde, tout comme aurait besoin un homme aussi occupé que moi ; American Magazine m'apporterait les plus récentes biographies des personnes leaders dans les affaires et l'industrie, et ainsi de suite, jusqu'à ce qu'elle ait fini la liste de tous les journaux.

Mais ma réponse à son argument n'était pas aussi libre comme elle l'avait espéré, et elle laissa échapper cette gentille suggestion :

“Un homme de votre position a l'obligation d'être bien informé et, s'il ne l'est pas, cela se verra dans son travail !”

Elle a dit la vérité ! Sa remarque était en même temps un compliment et aussi une gentille réprimande. Je me sentais un peu penaud parce qu'elle a fait l'inventaire de mes lectures – et 6 des principaux journaux n'étaient pas dans ma liste (les 6 qu'elle vendait, précisément.)

Puis j'ai essayé de me “dérober” en lui demandant le coût des 6 journaux. Elle est arrivée à la phase finale d'une bonne discussion commerciale en répondant avec tact : “Le coût ? Eh bien, le coût des 6 journaux est moindre par rapport à ce que vous percevez pour une seule page du manuscrit qui était dans vos mains quand je suis arrivée.”

Elle a de nouveau dit la vérité. Et comment a-t-elle pu deviner combien je gagnais pour mon manuscrit ? La réponse est qu'elle ne l'a pas deviné – elle le savait ! Elle s'est chargée de me faire parler avec tact de la nature de mon travail (ce qui ne m'a pas du tout mis en colère). Elle a commencé par s'intéresser au manuscrit que j'ai mis de côté quand elle était entrée qu'elle m'a poussé à en parler maintenant. (Je veux dire, bien sûr, que cela n'a pas demandé beaucoup d'habileté car je ne lui ai pas dit qu'il s'agissait de mon manuscrit).

Dans mes remarques concernant le manuscrit, je crois que j'ai reconnu recevoir 2.500 € pour 15 pages : oui, je suis sûr que j'étais assez négligent de reconnaître que j'étais bien payé pour mon travail.

Elle m'a peut-être persuadé de reconnaître ce fait. De toute façon, l'information lui a été précieuse et elle l'a utilisée efficacement au moment psychologique opportun.

Tout ce que je sais c'est que cela a fait partie de son plan d'observer attentivement tout ce qu'elle voyait et entendait afin d'apprendre mes faiblesses et ce qui m'intéressait le plus dans les discussions. Certains commerciaux mettent du temps à le faire, d'autres non. Elle faisait partie des premiers.

Oui, elle était partie avec ma commande de 6 journaux et mes 120 euros évidemment. Mais ce ne fut pas son seul bénéfice issu de la suggestion pleine de tact et d'enthousiasme qu'elle a utilisée ; elle a également reçu mon accord pour prospecter au bureau, et avant de partir, elle a remporté 5 autres commandes de mes employés.

Pendant sa visite, elle n'a pas laissé l'impression que je lui ai rendu service en achetant ses journaux. Au contraire, elle m'a donné réellement le sentiment que c'était elle qui m'a rendu service. C'était une suggestion pleine de tact.

Avant d'aller plus loin, je veux faire un aveu : quand elle m'a entraîné dans la conversation, elle l'a fait d'une telle manière qu'elle m'a convaincu de parler avec enthousiasme. Il y avait 2 raisons à cela : elle était l'une des 2, et l'autre était le fait qu'elle a réussi à me faire parler de mon propre travail !

Bien sûr, je ne dirai pas que vous devriez fourrer votre nez partout et rire de mes négligences quand vous lisez cela, ou que vous devriez conclure que cette vendeuse pleine de tact a réussi à me faire parler de mon propre travail pour rendre mon esprit neutre afin que je puisse l'écouter lorsqu'elle serait prête à parler de ses journaux aussi patiemment qu'elle m'a écouté. Pourtant, si vous êtes assez intelligent pour tirer une leçon de sa méthode, je ne peux pas du tout vous en empêcher.

Comme je l'ai mentionné, lorsque je parlais, je mêlais l'enthousiasme à ma conversation. J'ai peut-être acquis la notion d'enthousiasme avec cette intelligente vendeuse, quand

elle a fait cette première remarque lorsqu'elle est entrée dans mon bureau.

Oui, je suis sûr que c'était à ce moment-là que je l'ai acquis et, je suis tout aussi sûr que son enthousiasme n'a pas été un hasard. Elle a appris à trouver quelque chose dans le bureau de son futur client – ou dans son travail ou dans sa conversation – qui lui permettait d'exprimer son enthousiasme.

N'oubliez pas que suggestion et enthousiasme vont de pair !

Je me rappelle, comme si c'était hier, le sentiment que j'ai eu quand le soi-disant vendeur a poussé le Saturday Evening Post devant moi en disant : "Vous ne vous abonneriez pas au Post pour m'aider, n'est-ce pas ?"

Ses mots étaient froids, sans vie, manquaient d'enthousiasme. Ces mots ont laissé une impression glaciale dans mon esprit. Je voulais voir l'homme sortir par la porte où il était entré. Attention, je ne suis pas de nature antipathique, mais le ton de sa voix, l'expression de son visage, son allure générale suggéraient qu'il était là pour demander une faveur et non pour en offrir.

## **Par l'utilisation de suggestion négative, la vie pourrait s'éteindre**

La suggestion est l'un des principes les plus subtils et puissants de la psychologie. Vous l'employez dans tout ce que vous faites, dites et pensez, mais, si vous ne comprenez pas la différence entre la suggestion négative et la suggestion positive, vous risquez d'aboutir à une défaite au lieu du succès.

La science a conclu que par l'utilisation de suggestion négative, la vie pourrait s'éteindre.

Il y a quelques années, en France, un criminel fut condamné à mort, mais avant son exécution, on a réalisé une

expérience sur lui qui a définitivement démontré qu'on pouvait provoquer la mort par le principe de suggestion.

Le criminel était amené à la guillotine et on mettait sa tête sous le couperet, après lui avoir bandé les yeux. Une planche lourde, bien aiguisée était tombée sur son cou, en produisant un choc similaire à celui d'un couperet. Ensuite, on a versé de l'eau chaude sur son cou qui s'est dégoulinée doucement le long de son dos pour imiter l'écoulement du sang chaud. En 7 minutes, les médecins ont constaté la mort de l'homme. Son imagination, par le principe de suggestion, a vraiment transformé la planche bien aiguisée en un couperet, et cela a fait arrêter le battement de son cœur.

Dans la petite ville où j'ai grandi, il y avait une vieille femme qui se plaignait tout le temps qu'elle a peur de mourir du cancer. Lors de son enfance, elle a vu une femme qui avait le cancer et la vue de cette femme a tellement impressionné son esprit qu'elle a commencé à chercher des symptômes du cancer dans son propre corps. Elle était sûre que toutes ses petites douleurs, tous ses petits maux étaient le début des symptômes de son cancer longuement recherché. Je l'ai vu mettre sa main sur son sein et s'exclamer "Ah, je suis sûre qu'un cancer se développe ici. Je le sens." Quand elle se plaignait de cette maladie imaginaire, elle posait toujours la main sur son sein gauche où elle croyait que le cancer l'attaquait.

Elle continuait ainsi pendant une vingtaine d'années.

Il y a quelques semaines, elle était décédée – à la suite d'un cancer du sein gauche !

Si la suggestion transforme vraiment le tranchant d'une planche en un couperet, et les cellules saines du corps en des parasites développant le cancer, vous pouvez vous imaginer ce qu'elle peut faire pour détruire les germes de maladies si elle est correctement dirigée ?

La suggestion est la loi par laquelle les guérisseurs mentaux agissent pour faire surgir ce qui paraît être des miracles. J'ai personnellement assisté à l'ablation, en 48 heures,



de tumeurs parasitaires connues sous le nom de verrues, grâce à la suggestion.

**Si quelque étoile avait guidé la moitié des épaves qui s'éparpillent sur l'océan de la vie, elles auraient navigué en sûreté maintenant. Mais elles sont allées à la dérive en suivant le courant.**

Vous qui lisez cette leçon, on peut vous envoyer au lit, par suggestion, dans un délai de 2 heures ou moins, à cause d'une maladie imaginaire de la pire espèce dont vous êtes victime.

Si vous croisez dans la rue 3 ou 4 personnes à qui vous faites confiance et que chacun d'eux s'exclame que vous avez l'air malade, il est certain que vous consulterez un médecin.

### **La suggestion intelligente qui a permis d'enlever toute barrière d'indécision**

Cela me rappelle une expérience que j'ai eue une fois avec un courtier d'assurance-vie. Je voulais une assurance, mais je n'arrivais pas à décider sur le montant à engager, 100.000 ou 200.000 euros. Pendant ce temps, le courtier m'a demandé de consulter le médecin de la société d'assurances. Le lendemain j'ai été appelé pour une autre visite médicale. Cette deuxième visite a été très minutieuse et le médecin avait l'air soucieux. Le troisième jour j'ai été appelé à nouveau, et cette fois-ci il y avait 2 médecins qui m'examinaient. Ils ont fait la plus méticuleuse visite médicale que j'aie jamais eue ou dont j'aie jamais entendu parler.

Le lendemain, le courtier m'a appelé en disant :

“Je ne veux pas vous alarmer, mais les médecins qui vous ont examiné n'ont pas le même avis sur votre analyse. Et comme vous n'avez pas encore décidé du montant de l'assurance à engager, 100.000 ou 200.000 euros, je crois qu'il n'est pas juste de ma part de vous donner le rapport de votre visite médicale avant que vous ne preniez une décision, parce que si je le fais, vous pourrez penser que je vous incite à prendre le montant élevé.”

Puis je lui ai répondu sincèrement : “Eh bien, j'ai déjà décidé de prendre le montant élevé.” C'était assez vrai : j'ai décidé de prendre les 200.000 euros de police d'assurance.

En fait, j'ai pris cette décision dès le moment où le courtier m'a suggéré que j'ai peut-être quelques petites maladies qui pourraient m'empêcher de contracter l'assurance que je voudrais.

“Très bien,” dit le courtier, “maintenant que vous avez pris une décision, il est de mon devoir de vous informer que 2 des médecins croient que vous avez le germe de la tuberculose alors que les 2 autres ne sont pas d'accord avec eux.” La combine a marché. La suggestion intelligente m'a poussé à enlever toute barrière d'indécision, et tout le monde était satisfait.

À quel moment l'enthousiasme a-t-il agi, vous demandez-vous ? Ne vous inquiétez pas, il “a beaucoup agi” mais si vous voulez savoir qui l'a introduit, vous devriez demander au courtier d'assurances et à ses 4 médecins complices, car je suis sûr qu'ils ont bien ri à mes dépens. Mais le tour était joué. De toute façon, j'avais besoin d'une bonne assurance.

Bien sûr, si vous étiez un courtier d'assurances, vous ne saisissez pas cette idée pour l'appliquer au prochain futur client qui met du temps à se décider pour prendre une police. Bien sûr que vous ne le ferez pas !

## Une phrase très suggestive

Il y a quelques mois, j'ai reçu l'une des plus saisissantes brochures de publicité que j'aie jamais vue. C'était un joli petit livre dans lequel un malin courtier d'assurance voiture avait rassemblé et réimprimé toutes les dépêches de presse de tout le pays, où il était illustré que 65 voitures ont été volées en une seule journée. Au dos de la brochure, il y avait cette phrase très suggestive :

"Votre voiture pourrait être la suivante. Est-ce qu'elle est assurée ?"

En bas de la page se trouvaient le nom, l'adresse et le numéro de téléphone du courtier. N'ayant même pas fini de lire les 2 premières pages du livre, je l'ai appelé pour m'informer des primes d'assurance. Il est venu immédiatement me voir et vous connaissez le reste de l'histoire.

## Quelles sont les raisons de la réussite de la seconde lettre ?

Revenons maintenant aux 2 lettres et analysons la deuxième qui a apporté les réponses espérées venant de ceux qui l'avaient reçue. Étudiez attentivement le premier paragraphe et vous verrez qu'il y a une question posée dont on ne peut répondre que d'une seule manière.

Comparez ce premier paragraphe à celui de la première lettre et demandez-vous laquelle des 2 vous aurait fait une impression favorable.

Ce paragraphe est formulé comme s'il a un double objectifs : le premier est de rendre l'esprit du lecteur neutre de sorte qu'il lise le reste de la lettre avec l'esprit ouvert ; le deuxième pose une question à laquelle on ne peut répondre que d'une seule façon, ceci afin d'engager le lecteur d'avoir un point de vue qui se conforme à la nature du service demandé dans les paragraphes suivants de la lettre.

Ce premier paragraphe est également formulé de façon à affirmer le but de la lettre, et en même temps, à pratiquement contraindre le destinataire à l'accepter comme étant solide et raisonnable.

Toute personne qui répondra négativement à la question posée dans ce paragraphe de la lettre, reconnaîtra par la même réponse, qu'elle a fait preuve d'égoïsme, et personne ne veut se confronter à une coupable conscience pour une telle accusation.

Tout comme le fermier qui, pour être sûr d'avoir de la bonne récolte, laboure d'abord sa terre, puis la fertilise, et peut-être la passe sous herse et la prépare pour la semence. Le premier paragraphe fertilise aussi l'esprit du lecteur et le prépare pour la semence grâce à la subtile suggestion que ce paragraphe contient.

Étudiez attentivement le deuxième paragraphe de la lettre et vous remarquerez que le lecteur ne peut ni mettre en doute ni nier ! Il ne lui donne aucune raison d'argumenter parce qu'il est évident qu'il est basé sur un fondement solide.

Ceci l'emmène à la prochaine étape du voyage psychologique qui le conduit tout de suite à la demande bien étoffée et couverte dans le troisième paragraphe de la lettre. Vous noterez que ce troisième paragraphe commence par complimenter agréablement le lecteur, et cela ne risque pas de le mettre en colère. “ De ce fait, je vous invite à m'envoyer vos opinions concernant les points les plus importants que doivent retenir ceux qui veulent vendre leurs services, etc.”.

Examinez la formulation de cette phrase ainsi que le contexte dans lequel elle a été placée, et vous verrez qu'elle ne semble guère être une sollicitation et rien ne suggère que l'auteur de la lettre demande une faveur pour son intérêt personnel. Tout au plus, elle peut être interprétée comme une simple demande de service pour les autres.

Maintenant, étudiez le dernier paragraphe et observez comment la suggestion est dissimulée avec tact : que si le lecteur refusait la demande, il se mettrait dans une situation

embarrassante de ne pas se soucier de ceux qui sont moins chanceux que lui, de dépenser 50 centimes pour un timbre et quelques minutes de son temps à leur bénéfice.

Du début jusqu'à la fin, la lettre transmet ses plus profondes impressions par simple suggestion, une suggestion tellement cachée qu'elle n'est évidente que par une minutieuse analyse de la lettre.

Toute la rédaction de la lettre est faite ainsi. Si le lecteur la met de côté sans considérer la demande qui y est énoncée, il aura à se justifier avec sa propre conscience ! Cet effet est renforcé par la dernière phrase du dernier paragraphe et surtout par les 11 derniers mots de cette phrase, "qui liront votre message, y croiront et seront guidés par lui."

Cette lettre impressionne le lecteur, et de son plein gré, il devient un allié de l'auteur. Elle l'accapare, tout comme un chasseur acculant un lièvre vers un piège soigneusement préparé.

La meilleure preuve que cette analyse est correcte est que la lettre a reçu de nombreuses réponses venant de ses destinataires, malgré le fait que chacun de ces hommes appartient à la classe de personnes considérées généralement comme hommes d'affaires – le type de personne qui, en général, est trop occupé pour répondre à une lettre de ce genre.

Non seulement cette lettre a apporté les réponses espérées, mais les personnes à qui elle était envoyée ont personnellement répondu, à l'exception du feu Theodore Roosevelt, qui a répondu sous la signature de sa secrétaire.

John Wanamaker et Frank A. Vanderlip ont écrit les 2 lettres les plus excellentes que j'aie jamais lues. Chaque lettre est un chef-d'œuvre qui aurait bien pu orner les pages d'un volume plus digne que celui dont ces lettres ont été demandées.

**La vanité est un brouillard qui enveloppe le caractère réel de l'homme au-delà de sa propre reconnaissance. Elle affaiblit la capacité innée en lui et accentue tous ses défauts.**

Andrew Carnegie a aussi écrit une lettre qui mérite toute la considération de ceux qui ont des produits ou services à vendre.

William Jennings Bryan a écrit une lettre exceptionnelle, tout comme le feu Seigneur Northcliffe. Aucun de ces hommes n'a rédigé la lettre pour me faire plaisir, car j'étais un inconnu pour eux, sauf pour 4 d'entre eux. Ils n'ont pas écrit pour me faire plaisir – ils ont écrit pour faire plaisir à eux-mêmes et pour rendre un service louable.

Peut-être que la formulation de la lettre leur a un peu influencé, mais à part cela, je souligne que toutes les personnes que j'ai mentionnées ci-dessus et les autres du même type sont généralement des gens qui sont toujours disponibles et courtois quand il s'agit de rendre service aux autres. C'est peut-être pour cette raison qu'ils sont véritablement importants.

### **Toute pensée dans l'esprit tend à attirer d'autres pensées similaires**

L'esprit humain est comme un disque dur !

L'une de ses remarquables caractéristiques est le fait que toutes les impressions qui y parviennent – par la suggestion extérieure ou par l'autosuggestion – sont classées dans des répertoires qui s'harmonisent naturellement. Toutes les impressions négatives sont conservées dans une partie du cerveau et les impressions positives dans une autre.

Quand l'une de ces impressions (ou expériences passées) est consciemment présente dans l'esprit grâce à la mémoire, on a tendance à se souvenir de toutes les autres impressions de la même nature. C'est comme si l'on soulève un anneau d'une chaîne et les autres anneaux se soulèvent avec lui.

Par exemple, tout acte qui fait naître un sentiment de doute dans l'esprit d'une personne suffit pour lui rappeler toutes les expériences qui l'ont fait douter.

Si une personne que vous ne connaissez pas vous demande d'échanger son chèque contre un certain montant d'argent liquide, vous vous rappelez tout de suite, si ce fut le cas, que vous aussi vous avez demandé du liquide contre un chèque sans provision ou, d'autres cas similaires vécus par d'autres.

Selon la loi d'association, toutes émotions, expériences et impressions similaires qui reviennent dans l'esprit sont classées ensemble de sorte que si le souvenir de l'une d'entre elles surgisse, toutes les autres reviennent également à la mémoire.

Éveiller un sentiment de méfiance dans l'esprit d'une personne tend à émerger toutes les expériences qui lui ont suscité de doute. C'est pourquoi, les vendeurs à succès font tout pour éviter de parler des sujets qui pourraient éveiller la "chaîne de sentiments de doute" que l'acheteur a conservée quelque part en lui lors de ses expériences passées.

Un bon vendeur comprend rapidement que "critiquer" un concurrent ou un article concurrent pourrait éveiller dans l'esprit de l'acheteur des émotions négatives issues de ses expériences passées et cela pourrait empêcher le vendeur de "neutraliser" l'esprit de l'acheteur.

Ce principe contrôle et s'applique à toutes sensations enfouies dans l'esprit humain. Prenez le sentiment de la peur, par exemple. Dès qu'un sentiment lié à la peur monopolise notre esprit, toutes les autres émotions déplaisantes de même type y font surface également. Le courage n'arrive pas à occuper l'esprit si un sentiment de peur y règne. Seul, l'un ou l'autre domine. Ils ne peuvent pas cohabiter, parce qu'ils ne

s'harmonisent pas naturellement. Ce qui se ressemble s'assemble. Toute pensée dans l'esprit tend à attirer d'autres pensées similaires.

Voyez, par conséquent, que ces sentiments, pensées et émotions venant des expériences passées et qui réclament l'attention de l'esprit sont soutenus par une armée de soldats professionnels de même nature, qui sont prêts à les aider à accomplir leurs tâches.

### **Semez profondément et avec enthousiasme dans votre esprit une suggestion de succès**

Placez intentionnellement dans votre esprit, par le principe de l'autosuggestion, l'ambition de réussir à l'aide d'un objectif précis, et remarquez combien votre capacité latente ou sous-développée s'éveillera rapidement à l'action, stimulée par vos expériences passées.

Introduisez dans l'esprit d'un garçon, par le principe de suggestion, l'ambition de devenir un avocat, un médecin, un ingénieur, un homme d'affaires ou un financier réputé, et si vous enfoncez cette suggestion assez profondément et la maintenez par la répétition, elle commencera à diriger ce garçon vers l'accomplissement de cette ambition.

Si vous semez "profondément" une suggestion, assaisonnez-la généreusement d'enthousiasme, parce que l'enthousiasme est le fertilisant qui assurera son développement rapide et permanent.

Quand ce vieux monsieur chaleureux a semé dans mon esprit la suggestion que j'étais un "brillant garçon" et que je pourrais m'imposer dans le monde si je m'éduquais, ce n'était pas tellement ce qu'il a dit mais la manière par laquelle il l'a dit qui a laissé une impression profonde et durable dans mon esprit. C'était sa manière de saisir mes épaules et son regard plein de confiance qui ont planté sa suggestion si profondément dans mon subconscient que je n'ai pu retrouver la paix jusqu'à ce que j'aie commencé à gravir les étapes de l'accomplissement de cette suggestion.



C'est un point que je voudrais souligner de toutes mes forces. Ce n'est pas tellement la teneur de ce que vous dites mais plutôt le TON et la MANIÈRE dont vous le dites qui donnent grande impression.

Il en résulte donc que la sincérité, l'honnêteté et le sérieux de l'objectif doivent se trouver derrière tout ce qu'on veut dire pour faire une bonne et grande impression.

### **Parlez toujours du fond du cœur avec beaucoup de conviction**

Quel qu'il soit le produit que vous voulez vendre aux autres avec succès, vous devez d'abord réussir à le vendre à vous-même !

Un jour, j'ai été contacté par un agent du gouvernement de Mexique qui a demandé mes services pour faire de la propagande écrite pour l'administration à cette époque-là. Son approche était la suivante :

“Vu que Monsieur a la réputation d'être un représentant de la Règle d'Or, et vu que Monsieur est connu partout aux États-Unis comme un indépendant qui n'est pas allié à aucune partie politique ; de ces faits, est-ce que Monsieur aurait la bonne volonté de venir au Mexique pour étudier les questions économiques et politiques de ce pays, et revenir ensuite aux États-Unis pour écrire de nombreux articles qui seront publiés dans les journaux, tout en recommandant au peuple américain la reconnaissance immédiate du Mexique par le gouvernement des États-Unis, etc.”

Pour ce service, on m'a proposé une somme d'argent que, peut-être, je ne posséderai jamais durant toute ma vie, mais j'ai refusé la mission, et cela pour une raison qui ne manquera pas d'impressionner – sauf ceux qui comprennent le principe de rester en bons termes avec sa propre conscience vis-à-vis de l'influence des autres.

Je ne pouvais pas écrire d'une manière convaincante sur la cause de Mexique parce que je n'y croyais pas. Par

conséquent, je ne pouvais pas impliquer assez d'enthousiasme dans mes écrits pour les réussir, même si j'étais prêt à profaner mon talent et à tremper ma plume dans de l'encre que je savais trouble.

Je ne vais plus expliquer ma philosophie sur ce point parce que ceux qui sont assez avancés dans l'étude de l'autosuggestion n'auront pas besoin d'informations supplémentaires, tandis que ceux qui ne le sont pas ne voudraient ni ne pourraient comprendre.

Personne ne peut se permettre d'exprimer, ni par des mots ni par des gestes, ce qui n'est pas conforme à sa propre croyance. Et si la personne persiste à le faire, elle doit s'attendre à perdre sa capacité d'influence sur les autres.

S'il vous plaît, lisez à haute voix le précédent paragraphe ! Il mérite d'être souligné plusieurs fois, parce que l'inobservation du principe de base entraîne les obstacles et les pièges sur lesquels de nombreux objectifs d'une personne se brisent en 1.000 morceaux.

Je ne crois pas que je puisse me permettre d'essayer de décevoir quelqu'un à propos de quelque chose, mais je sais que je ne peux pas me permettre de me décevoir moi-même. Agir ainsi pourrait détruire le pouvoir de ma plume et rendre mes écrits sans effets. Ce n'est que quand j'écris avec la flamme d'enthousiasme venant de mon cœur que mes écrits impressionnent les autres favorablement ; et ce n'est que quand je parle du fond de cœur et avec beaucoup de conviction que je peux inciter mes auditeurs à accepter mon message.

J'aimerais aussi vous faire lire, à haute voix, le paragraphe précédent. Oui, j'aimerais que vous l'appreniez par cœur. Plus encore, j'aimerais que vous le recopiez et l'affichiez à un endroit où il puisse vous rappeler quotidiennement la loi aussi immuable que la loi de la gravitation, sans laquelle vous ne pourrez jamais acquérir le pouvoir dans vos activités.

**Est-ce que le fait qu'aucun journal n'a jamais publié de commentaires sur "les Parties de Beuveries Sauvages", ou sur d'autres scandales similaires ayant un rapport avec des noms tels que Edison, Ford, Rockefeller ou d'autres personnalités vraiment importantes, ne vous fait-il pas réfléchir ?**

**Celui qui nuit sa réputation avec le mensonge ne deviendra jamais un grand vendeur**

Il y a eu des fois – et il y en a eu beaucoup – où il semblait que si je respectais ce principe, cela signifierait la famine !

Il y a des fois où mes amis intimes et mes conseillers d'affaires m'ont recommandé avec insistance de renoncer à ma philosophie afin de gagner quelques avantages qui me seraient nécessaires de temps en temps. Mais je m'y accroche toujours, car je pense que je préfère surtout avoir la paix et l'harmonie dans mon intérieur que d'obtenir du gain matériel résultant d'un compromis forcé qui va à l'encontre de ma conscience.

Aussi étrange que cela puisse paraître, mes réflexions et conclusions sur le sujet de mon refus d'étouffer ma propre conscience sont presque basées sur ce qu'on appelle en général "l'honnêteté".

M'abstenir d'écrire ou de dire quelque chose auquel je n'y crois pas est une question d'honneur entre ma conscience et moi-même. J'ai essayé d'exprimer ce que mon cœur dictait de faire parce que je me suis promis de dire des choses "vérifiables". On pourrait dire que ma motivation a été plutôt basée sur l'intérêt personnel que sur le souhait de rester correct envers les autres, même si je n'ai jamais essayé d'être

déloyal avec les autres, aussi longtemps que je puisse m'analyser.

Celui qui nuit sa réputation avec le mensonge ne deviendra jamais un grand vendeur. Tôt ou tard, la vérité s'éclatera, et même si personne ne l'a jamais surpris en flagrant délit exprimer ce qu'il ne croit même pas, les mots qu'il dit n'atteindront jamais leurs buts car ils ne viennent pas de son cœur et par conséquent ne sont pas imprégnés de vrai et pur enthousiasme.

J'aimerais aussi vous faire lire, à haute voix, le paragraphe précédent, car il renferme une importante loi que vous devez comprendre et appliquer avant de devenir une personne influente dans tout ce que vous entreprenez.

### **Il est impossible de suggérer à une autre personne ce que vous ne croyez pas**

En vous demandant cela avec insistance, je ne pense pas abuser de votre liberté. Je reconnais que vous êtes un adulte, un penseur, une personne intelligente, pourtant, je sais que même si vous comprenez ces lois vitales, elles ne vous impressionnent pas suffisamment pour faire partie de votre philosophie quotidienne. Je connais votre faiblesse parce que c'est aussi la mienne. Il a fallu près de 25 années de hauts et de bas, surtout de bas, pour graver ces vérités fondamentales dans mon esprit et pour que j'en sois vraiment influencé. J'ai essayé ces vérités et aussi leurs contraires, alors, je peux parler, non comme quelqu'un qui croit tout simplement en leur fiabilité, mais comme quelqu'un qui les connaît.

Et qu'est-ce que je veux dire par "ces vérités" ?

Afin que vous me compreniez bien et pour que la signification de ces mots ne vous semble pas abstraite, permettez-moi de vous expliquer ce que j'entends par "ces vérités" :

Vous ne pouvez pas vous permettre de suggérer à une autre personne, à travers ce que vous dites ou par vos actes, ce que vous ne croyez pas.

C'est tout à fait évident. Et la raison pour laquelle vous ne pouvez pas vous permettre de le faire est la suivante :

Si vous acceptez un compromis avec votre propre conscience, vous vous rendrez bientôt compte que vous n'avez plus du tout de conscience car celle-ci ne vous guidera plus, c'est comme un réveille-matin qui manquera de vous réveiller si vous n'y prenez pas garde.

Cela est également évident.

Vous vous demandez peut-être comment se fait-il que je suis un expert sur ce sujet essentiel ?

Je suis devenu expert parce que j'ai expérimenté ce principe jusqu'à ce que j'aie bien compris comment il fonctionne !

“Mais”, vous pouvez aussi vous demander “comment saurais-je que vous dites la vérité ?”

La réponse est que vous le saurez seulement en expérimentant par vous-même et en observant ceux qui appliquent fidèlement ou n'appliquent pas ce principe.

Si vous avez besoin de preuve, consultez une personne que vous connaissez et qui “a essayé de s'en sortir” sans prendre en considération ce principe. Si cette personne ne veut ou ne peut pas vous dire la vérité, vous pouvez néanmoins l'apprendre en l'analysant.

## **Quelle est cette chose qui donne un pouvoir réel et durable à l'homme ?**

Il y a une seule chose dans la vie qui donne un pouvoir réel et durable à l'homme, c'est le caractère ! Souvenez-vous que réputation ne signifie pas caractère. La réputation est ce qu'on croit que les gens sont ; le caractère est ce que les gens

sont ! Si vous voulez être une personne très influente, alors soyez une personne de caractère.

Le caractère est la magnétite du philosophe par laquelle ceux qui la possèdent peuvent transformer les métaux de base de leur vie en or pur. Sans caractère vous n'avez rien, vous n'êtes rien, et vous ne pouvez être rien qu'un tas de chair, d'os et de cheveux, qui ne vaut même pas 250 euros.

Le caractère est quelque chose que vous ne pouvez ni mendier, ni voler, ni acheter. Vous ne pouvez l'obtenir qu'en le créant, et vous pouvez le créer par vos propres pensées et actes, et non par d'autres moyens.

À l'aide de l'autosuggestion, toute personne peut se créer un caractère solide, quelque soit son passé. Comme conclusion à cette leçon, j'aimerais insister sur le fait que tous ceux qui ont du caractère ont assez d'enthousiasme et de personnalité pour attirer vers eux des gens qui leur sont semblables.

## **Les étapes à suivre pour acquérir l'enthousiasme**

Maintenant, vous allez apprendre les processus pour acquérir l'enthousiasme, au cas où vous ne posséderiez pas encore cette qualité rare.

Les instructions sont simples, mais ce serait dommage de ne pas tenir compte de leur valeur à cause de leur simplicité.

1. Étudiez les autres leçons de ce cours, parce que d'autres instructions importantes qui doivent être coordonnées avec celle-ci s'y trouvent.

2. Si vous ne l'avez pas encore fait, notez clairement sur un bloc-notes, vos objectifs précis ainsi que le plan exact que vous allez suivre pour transformer vos buts en réalités.

3. Relisez vos objectifs le matin en vous réveillant et le soir avant de vous coucher. Pendant ce temps, imaginez-vous (dans votre esprit) en pleine possession de ce que vous convoitez.

Faites cela avec beaucoup de confiance en votre capacité à transformer vos objectifs en réalités.

Lisez-le à haute voix, avec tout l'enthousiasme dont vous êtes capable, en soulignant chaque mot. Relisez jusqu'à ce qu'une petite voix venant de votre for intérieur vous dise que vos objectifs seront réalisés.

Parfois, vous sentirez les effets de cette voix dès la première lecture de vos objectifs ; d'autres fois, vous devez le relire une douzaine ou même une cinquantaine de fois avant d'en être convaincu, mais ne vous arrêtez pas avant de l'éprouver.

Si vous le voulez, vous pouvez réciter vos objectifs comme une prière.

### **Pour réussir, il faut mettre ses connaissances en action et avoir une foi inébranlable**

Le reste de cette leçon s'adresse aux personnes qui n'ont pas encore appris le pouvoir de la foi et qui savent peu ou rien sur le principe de l'Autosuggestion.

À tous ceux qui sont concernés, je vous conseille de lire les 7<sup>e</sup> et 8<sup>e</sup> versets du 7<sup>e</sup> chapitre ainsi que le 20<sup>e</sup> verset du 17<sup>e</sup> chapitre de l'Évangile de St Matthieu.

L'un des plus grands pouvoirs du bien sur terre est la **FOI**. À ce merveilleux pouvoir s'ajoutent les miracles les plus incroyables. Elle offre la paix à tous ceux qui l'adoptent.

La foi suppose un principe dont l'effet a une immense portée qu'aucun homme ne peut dire quelles sont ses limites, ni affirmer si elle a des limites.

Écrivez dans la description précise de vos objectifs une liste de qualités que vous voulez développer en vous-même ainsi que la position sociale que vous avez l'intention d'occuper, et ayez la foi, en les lisant au moins 2 fois par jour, le matin au réveil et le soir avant de vous coucher, que vous pouvez transformer vos objectifs en réalités.

Certes, vous ne pouvez pas manquer de suivre la suggestion contenue dans cette leçon.

Pour réussir, vous devez être une personne d'action. Le simple "savoir" ne suffit pas. Il est nécessaire de savoir et d'agir.

L'enthousiasme est le moteur qui pousse une personne à mettre ses connaissances en action.

**Si vous croyez que ce que vous avez vécu n'a pas été facile, lisez "Up from Slavery" de Booker T. Washington, et vous verrez quelle chance vous aviez !**

### **L'enthousiasme est vraiment essentiel pour un vendeur**

Billy Sunday est l'évangéliste le plus réputé que les États-Unis n'aient jamais connu. Afin d'étudier sa technique et de vérifier ses méthodes psychologiques, j'ai assisté à 3 campagnes de ce Révérend.

Son succès est basé en grande partie sur un seul mot : ENTHOUSIASME.

Pour utiliser efficacement la loi de la suggestion, Billy Sunday transmet son propre enthousiasme dans l'esprit de ses disciples qui, par conséquent, en sont influencés. Il vend ses sermons en employant exactement la même stratégie que beaucoup de vendeurs professionnels utilisent.

L'enthousiasme est aussi essentiel pour un vendeur que l'eau pour un canard !

Tous les grands responsables de vente adoptent la psychologie de l'enthousiasme et l'utilisent, par diverses



manières, comme un moyen pratique pour aider les commerciaux à conclure plus de ventes.

Pratiquement tous les organismes de ventes se réunissent régulièrement pour revitaliser l'esprit de tous les membres de la force de vente, et leur transmettre de l'enthousiasme. Les séances se font mieux en masse, et par système de psychologie en groupe.

Les réunions de ventes pourraient être aussi appelées les réunions de "renaissance", parce que leur but est de renouveler l'intérêt et de susciter l'enthousiasme qui permettra au vendeur de reprendre la lutte avec une nouvelle ambition et plus d'énergie.

### **La réussite dépend du degré d'enthousiasme**

Pendant son mandat de Directeur Commercial de National Cash Register Company, Hugh Chalmers (qui, plus tard, est devenu célèbre dans l'industrie automobile) s'est trouvé face à une situation très embarrassante qui menaçait sa place et aussi celle des milliers de vendeurs sous sa direction.

La société était en difficulté financière. Tous les commerciaux étaient au courant de la situation, et de ce fait, ils ont perdu leur Enthousiasme. Les ventes ont commencé à baisser jusqu'à ce que finalement les conditions soient devenues si alarmantes qu'une assemblée générale des forces de ventes a été organisée à l'usine de la société à Dayton, Ohio. Des commerciaux venant de tout le pays y assistaient.

M. Chalmers présidait la réunion. Il commença en demandant à ses meilleurs vendeurs de se lever et de dire ce qui se passait car les ventes ont vraiment chuté. Ils se levèrent un par un et chacun exposa ses propres raisons : les mauvaises conditions de travail, l'argent se faisait rare, les gens attendaient l'après élection présidentielle pour acheter, etc.

Quand le 5<sup>e</sup> homme commença à énumérer les difficultés qui l'empêchaient de faire son chiffre d'affaires habituel, M. Chalmers se leva d'un bond, sauta sur une table,

leva la main pour faire silence et dit “Arrêtez ! Je demande à ce que cette réunion soit suspendue pendant 10 minutes le temps de cirer mes chaussures.”

Puis, se tournant vers un petit garçon noir à proximité, il lui ordonna d'apporter son outillage de cirage et de lui cirer les chaussures, précisément là où il se tenait – sur la table.

Les commerciaux dans la salle n'en croyaient pas leurs yeux ! Quelques-uns d'entre eux pensaient même que M. Chalmers aurait soudainement perdu la raison. Ils commençaient à se chuchoter entre eux.

Pendant ce temps, le petit garçon noir cira l'une des chaussures, puis l'autre, en prenant beaucoup de temps et d'application afin de fournir un service de première qualité.

Après avoir fini son travail, M. Chalmers donna 1 euro au garçon, et il continua son discours :

“Je veux que chacun d'entre vous regarde bien ce petit garçon noir”, dit-il. “Il est réduit à cirer les chaussures dans toute l'usine et dans tous les bureaux. Son prédécesseur était un garçon blanc, beaucoup plus âgé que lui, et même si la société lui a subventionné un salaire de 50 euros par semaine, il n'a pas pu gagner sa vie dans cette usine où des milliers de personnes sont employées.

“Non seulement ce petit garçon noir gagne bien sa vie, sans aucune subvention venant de la société, mais grâce à son salaire hebdomadaire, il peut mettre de l'argent de côté, en travaillant dans les mêmes conditions, dans la même usine, pour les mêmes personnes.

“Maintenant, j'aimerais vous poser une question : À qui attribuer la faute si le boulot du garçon blanc n'a pas marché ? À lui ou à ses clients ?

Tous les employés répondirent en même temps :

“C'ÉTAIT LA FAUTE DU GARÇON, BIEN SÛR !”

“Tout à fait”, répliqua Chalmers, “et maintenant, j'aimerais vous dire ceci, vous êtes des commerciaux de Cash

Registers, vous vendez sur le même territoire, aux mêmes personnes, et exactement dans les mêmes conditions qu'il y a un an, et actuellement, vous n'arrivez plus à réaliser les chiffres que vous faisiez. Maintenant, à qui est la faute ? À vous ou à vos clients ?”

Et ils répondirent fort en même temps, encore une fois :

“C'EST NOTRE FAUTE, BIEN SÛR !”

“Je suis heureux que vous ayez sincèrement reconnu vos fautes,” continua Chalmers, “et je vais maintenant vous dire quel est votre problème : vous avez entendu des rumeurs que notre société rencontre des difficultés financières. Cela a détruit votre enthousiasme de sorte que vous ne fournissiez plus les mêmes efforts qu'auparavant. Si vous prospectez de nouveau dans vos territoires et que chacun de vous accepte avec détermination d'apporter 5 commandes au cours des 30 prochains jours, cette compagnie n'aura plus de difficultés financières car ces opérations supplémentaires nous aideront grandement. Est-ce que vous le ferez ?”

Ils ont été d'accord et effectivement ils l'ont fait !

Cet incident est inscrit dans les archives de National Cash Register Company sous le nom de “ Le Cirage de 10 Millions de dollars de Hugh Chalmers”, car il est dit que cela a fait tourner la chance des affaires de la société et lui a valu des millions de dollars.

L'enthousiasme ne connaît pas la défaite ! Le Directeur Commercial a su comment faire pour motiver les nombreux vendeurs enthousiastes, il a pu également imposer le prix de ses services, et le plus important de tout cela, il a pu augmenter les revenus de ceux qui travaillaient sous sa direction. Ainsi, il n'est pas le seul à gagner grâce à son enthousiasme, mais également des centaines de personnes.

## **Les plus importants facteurs qui provoquent l'enthousiasme**

L'enthousiasme n'est jamais une question de chance. Il y a quelques facteurs qui le provoquent, les plus importants sont :

1. L'exercice d'un métier que l'on aime le plus.
2. L'environnement où l'on peut entrer en contact avec d'autres personnes plus enthousiastes et optimistes.
3. Le succès financier.
4. La maîtrise et l'application parfaites des 15 Lois du Succès, en une journée de travail.
5. La bonne santé.
6. La reconnaissance d'avoir rendu des services utiles aux autres.
7. Les beaux vêtements, appropriés aux exigences de son emploi.

Ces 7 facteurs sont auto-explicatifs, à l'exception du dernier. Peu de gens comprennent la psychologie des beaux habits, et c'est pour cette raison qu'elle va être expliquée ici en détail.

Les vêtements constituent la partie la plus importante d'une bonne apparence que chaque personne doit avoir pour se sentir indépendante, enthousiaste et pleine d'espoir.

## **La psychologie des beaux habits**

Quand j'ai reçu la bonne nouvelle de la fin de la Deuxième Guerre Mondiale le 11 novembre 1918, mes biens dans ce monde étaient presque aussi inexistantes que le jour de ma naissance.

La guerre avait ruiné mes affaires et j'ai dû recommencer à zéro !

Ma garde-robe comprenait juste 3 costumes bien coupés et 2 uniformes dont je ne m'en servais plus.

Sachant très bien que les premières impressions durables sur une personne dépendent des vêtements qu'elle porte, je m'empressais alors de rendre visite à mon tailleur.

Heureusement que celui-ci me connaissait depuis plusieurs années, et n'avait pas, par conséquent, à me juger en fonction des vêtements que je portais. S'il l'avait fait, j'aurais été "fichu".

Avec moins de 10 euros en poche, j'ai choisi pour mes costumes 3 tissus les plus chers, que je n'ai jamais eus de ma vie, et j'ai demandé à ce qu'ils seraient tout de suite assemblés et cousus.

Les 3 costumes coûtaient 3.750 euros !

Je n'oublierai jamais la remarque faite par le tailleur lorsqu'il prenait mes mesures. Il jetait d'abord un coup d'œil aux 3 rouleaux d'onéreux tissus que j'ai choisis, ensuite il est venu vers moi et m'a demandé :

"Vous êtes bien payé, hein ?"

**Tout ce dont on a vraiment besoin comme capital pour commencer une carrière réussie est un esprit sain, un corps sain et un vrai désir d'être toujours utile à autant de personnes que possible.**

"Non," lui ai-je répondu, "si j'avais la chance d'être bien payé, j'aurais assez d'argent pour régler ces costumes maintenant."

Le tailleur m'a regardé avec étonnement. Je ne pense pas qu'il ait compris ma plaisanterie.

L'un des costumes avait une belle couleur gris foncé, l'un était bleu foncé et l'autre était bleu clair à fines rayures.

Heureusement que j'étais en bon terme avec le tailleur et il ne m'a pas demandé quand j'allais payer ces costumes très onéreux.

Je savais que je pouvais payer ces costumes en temps et en heure, mais est-ce que j'arriverais à le convaincre de cet argument ? C'était la pensée qui trottait dans ma tête et j'espérais qu'il n'allait pas me poser la question.

Ensuite, je suis allé dans un magasin de prêt-à-porter où j'ai acheté 3 costumes un peu moins chers et j'ai fait une réserve complète de belles chemises, faux-cols, cravates, chaussettes et sous-vêtements.

La facture s'élevait à un peu plus de 3.000 euros.

D'un air prospère, j'ai signé avec nonchalance la note de débit et l'ai retourné au vendeur, en lui donnant pour instructions de livrer mes achats le lendemain matin.

Le sentiment d'une nouvelle indépendance et de succès a commencé à me saisir, avant même de porter mes beaux habits.

Je venais de sortir de la guerre et j'avais déjà 6.750 euros de dettes, tout cela en moins de 24 heures.

Le jour suivant, l'un des 3 costumes commandés au magasin a été livré. Je l'ai immédiatement mis, avec une pochette en soie à la poche extérieure de ma veste. J'ai mis les 500 euros que j'ai empruntés – avec ma bague comme gage – dans les poches de mon pantalon, et j'ai descendu le Boulevard Michigan, à Chicago, me sentant aussi riche que Rockefeller.

Tous les vêtements que je portais, jusqu'au sous-vêtement, étaient de très bonne qualité. Et personne – sauf

moi-même, mon tailleur et le vendeur du magasin de prêt-à-porter – ne savait que tout cela n'était pas encore payé.

Chaque matin, je portais un nouveau costume, et je descendais la même rue, à la même heure précise.

Exactement à cette heure-là, un riche éditeur descendait toujours la même rue, il était sur son chemin pour aller déjeuner.

Je m'étais fait un devoir de lui parler chaque jour, et de temps en temps je m'arrêtais une minute pour discuter avec lui.

Après presque une semaine de rencontre quotidienne, je l'ai encore rencontré mais j'ai décidé de voir s'il allait me laisser passer sans lui adresser la parole.

Je l'ai regardé du coin de l'oeil, ensuite j'ai regardé tout droit devant moi en passant près de lui. Il s'est arrêté et m'a fait signe au bord du trottoir. Puis, il a posé sa main sur mon épaule, m'a regardé de la tête aux pieds, et m'a dit : "Vous avez l'air sacrément prospère pour un homme qui vient d'abandonner son uniforme. Qui crée vos vêtements ?"

"Eh bien," lui ai-je répondu, "Wilkie & Sellery ont fabriqué ce costume particulier."

Ensuite, il a voulu savoir dans quelle branche d'activités je me suis engagé. Cet air "désinvolte" de prospérité que j'ai adopté, avec de nouveau et différent costume chaque jour, tout cela a aiguisé sa curiosité. (C'était ce que j'avais espéré d'ailleurs !)

En donnant un petit coup à mon perfecto de La Havane pour débarrasser de ses cendres, je lui ai dit : "Oh, je suis en train de préparer la copie d'un nouveau magazine que je vais publier."

"Un nouveau magazine ?" a-t-il demandé, "et quel nom allez-vous lui donner ?"

"Je vais l'appeler Hill's Golden Rule."

“N’oubliez pas,” a dit mon ami l’éditeur, “que je suis dans le secteur de l’impression et de la distribution des magazines. Peut-être que je pourrais également vous être utile.”

C’était le moment que j’avais attendu. Au moment où j’avais acheté ces nouveaux costumes, j’avais déjà imaginé ce moment, presque au même endroit où nous étions.

Mais, est-il nécessaire de vous rappeler que cette conversation n’aurait jamais eu lieu même si cet éditeur m’avait vu tous les jours descendre la rue si j’avais l’air d’un “chien battu”, dans un costume froissé et avec un regard de pauvre.

Un air prospère attire toujours l’attention, sans exception. Et une allure de prospérité attire “favorablement l’attention”, car le souhait dominant de tout être humain est d’être prospère.

### **En soignant votre apparence, il vous est aussi possible d’atteindre le sommet de la réussite**

Mon ami l’éditeur m’a invité à son club pour déjeuner. Avant le café et les cigares, il “a mis au point” le contrat d’impression et de distribution de mon magazine. Je lui ai même “permis” de fournir le capital, avec aucun intérêt.

Pour ceux qui ne connaissent pas bien le monde de l’édition, sachez que le lancement d’un nouveau magazine national requiert un capital considérable.

Il est difficile d’obtenir un capital aussi important, même avec les meilleures garanties du monde.

Le capital nécessaire pour lancer le magazine “ Hill’s Golden Rule”, a bien dépassé 300.000 euros, et chaque centime a été rassemblé pour construire une “façade” provenant surtout des beaux habits.

Il est vrai que des talents peuvent se cacher derrière ces habits, mais il existe des millions de personnes qui ont des



talents mais qui ne possèdent rien, et qu'on n'a jamais entendu parler au-delà de la limite de la communauté où ils vivent. C'est une vérité plutôt triste !

Pour quelques-uns, s'endetter jusqu'à 6.750 € pour des vêtements est d'une impardonnable extravagance surtout de la part d'une personne "pauvre" ; mais la psychologie derrière cet investissement est vraiment plus que justifiée.

Mon apparence de prospérité a non seulement donné une impression favorable à ceux à qui j'ai recherché des faveurs, mais le plus important était l'effet des vêtements que j'ai portés sur moi.

Non seulement je sais que porter des vêtements corrects donne toujours une impression favorable, mais je sais aussi que porter de beaux vêtements procure une sensation d'assurance, sans laquelle je ne pouvais pas espérer regagner mes fortunes perdues.

J'ai reçu ma première formation en psychologie des beaux habits de mon ami Edwin C. Barnes, qui était un associé proche de Thomas A. Edison. Les employés d'Edison riaient de Barnes quand il était venu à West Orange dans un train de marchandises (n'ayant pas eu assez d'argent pour un billet de voyageurs) et avait annoncé dans les bureaux d'Edison qu'il était venu pour s'associer avec M. Edison.

Presque tout le monde de l'usine Edison ont ri de Barnes, sauf Edison lui-même. Il a vu, par la mâchoire carrée et le visage déterminé du jeune Barnes, quelque chose que la plupart des autres n'ont pas vu, et malgré le fait que le jeune homme ressemblait plutôt à un vagabond, il a vu en lui un futur associé du plus grand inventeur sur terre.

Barnes a débuté comme balayeur des bureaux d'Edison.

C'était tout ce qu'il cherchait – juste la chance d'avoir un pied dans la Compagnie Edison. À partir de là, il a fait son histoire qui mérite bien d'être imitée par d'autres jeunes gens qui veulent se faire une place dans la société.

Quelques années plus tard, Barnes a pris sa retraite, même s'il était encore un homme relativement jeune, et il passait la plupart de son temps dans ses 2 belles demeures à Bradenton, en Floride, et à Damariscotta, à Maine. Il était devenu multimillionnaire, il était prospère et heureux.

J'avais fait la connaissance de Barnes durant ses premiers jours d'association avec Edison, avant qu'il "ait réussi".

En ces temps-là, il avait la plus grande et la plus chère collection de vêtements que je n'avais jamais vue ni entendue parler. Sa garde-robe comprenait 31 costumes ; un pour chaque jour du mois. Il ne portait jamais le même costume 2 jours de suite.

De plus, tous ses costumes étaient des plus chers. (À propos, ses vêtements étaient faits par les mêmes tailleurs qui ont fait mes 3 costumes.)

Il portait des chaussettes qui coûtaient 60 euros la paire.

**Il y a une juste récompense pour toute vertu  
et une punition appropriée pour tout pêché  
commis par l'homme. La récompense et la  
punition sont des conséquences dont nul n'a  
le contrôle, car elles lui tombent  
volontairement.**

Les prix de ses chemises et de ses autres vêtements étaient dans les mêmes proportions. Ses cravates, qui étaient faites spécialement pour lui, coûtaient entre 50 à 70 euros la pièce.

Un jour, pour plaisanter, je lui ai demandé de me donner quelques vieux costumes qu'il ne met plus.

Il m'a dit qu'il n'a pas un seul costume dont il n'a pas besoin !

Puis, il m'a appris la leçon de la psychologie des vêtements qui mérite d'être retenue, il m'a dit : "Je ne porte pas 31 costumes juste pour impressionner les autres, je les mets surtout pour l'impression qu'ils font sur moi."

Ensuite, Barnes m'a raconté le jour où il s'est présenté à l'usine Edison pour y trouver un emploi. Il m'a dit qu'il a tourné autour de l'usine une douzaine de fois avant d'avoir assez de courage pour se présenter, parce qu'il savait qu'il ressemblait plutôt à un vagabond qu'à un employé désiré.

On dit que Barnes est le plus compétent vendeur qui ait jamais été rattaché au grand inventeur de West Orange. Toute sa fortune a été faite grâce à sa compétence commerciale, mais, souvent, il déclarait qu'il n'aurait jamais pu atteindre les résultats qui l'ont rendu riche et célèbre s'il n'avait pas compris la psychologie des vêtements.

### **Les meilleurs vendeurs sont ceux qui adoptent la psychologie des beaux habits**

J'ai rencontré beaucoup de commerciaux dans ma vie. Pendant 10 ans, j'ai personnellement formé et guidé plus de 3.000 commerciaux, aussi bien des hommes que des femmes, et j'ai observé que, sans une seule exception, les meilleurs sont ceux qui comprennent et appliquent la psychologie des vêtements.

J'ai constaté que ceux qui sont bien vêtus ont toujours réalisé des chiffres d'affaires remarquables ; mais je n'ai pas encore vu un homme pauvrement vêtu qui est devenu un vendeur à succès.

J'ai étudié la psychologie des vêtements pendant si longtemps et j'ai vu ses effets sur les personnes de tous milieux sociaux que je suis complètement convaincu qu'il y a une étroite relation entre les vêtements et le succès.

Personnellement, je pense que je n'ai pas besoin de porter 31 costumes, mais si ma personnalité avait exigé une garde-robe de cette envergure, je me serais débrouillé pour l'avoir, peu importe son coût.

## **Les indispensables d'une garde-robe d'homme**

Pour être bien habillé, un homme doit avoir au moins 10 costumes. Il doit en porter un différent pour chacun des 7 jours de la semaine, une tenue de cérémonie et un smoking pour les grandes soirées.

Pour les tenues d'été, il doit avoir au moins une collection appropriée de 4 costumes légers, et quelques tenues pour les soirées de cérémonie. S'il joue au golf, il doit avoir au moins une tenue de golf.

Cela est, bien sûr, pour l'homme qui a un ou deux crans au-dessus de la classe "médiocre". L'homme qui se contente de la médiocrité n'a besoin que de peu de vêtements.

Il peut être vrai, comme a dit un poète bien connu, que "l'habit ne fait pas le moine", mais personne ne peut nier que les beaux habits procurent un avantage considérablement favorable.

En général, une banque prêterait tout l'argent que voudrait son client – même si celui-ci n'en a pas besoin – s'il est prospère. Mais n'allez jamais à votre banque pour faire un emprunt si vous êtes vêtu d'un costume usé et si vous avez avec un regard plein de pauvreté dans vos yeux ; car si vous le faites, votre demande vous sera refusée.

Le succès attire le succès ! On ne peut pas échapper à cette grande loi universelle. Aussi, si vous voulez attirer le succès, assurez-vous d'avoir une apparence de prospérité, même si votre métier est celui d'un ouvrier.

Dans l'intérêt des étudiants plus "dignes" qui désapprouvent cette philosophie en la qualifiant de "trucs publicitaires" ou de "manies vestimentaires" comme moyens d'arriver au succès, il est préférable de leur expliquer que

pratiquement tout homme prospère sur terre a découvert des moyens par lesquels il a pu réussir.

### **Et vous, quel stimulant avez-vous besoin pour réveiller votre enthousiasme ?**

Il peut être choquant pour les membres de la Ligue Anti-Saloon (anti-alcool), mais il semble que James Whitcomb Riley écrivait ses meilleurs poèmes sous l'influence de l'alcool. Son stimulus était la liqueur. (Je ne vous recommande surtout pas l'emploi de stimuli alcooliques ou narcotiques pour atteindre vos objectifs, car tous 2 détruiront éventuellement le corps et l'esprit de ceux qui les utilisent.) Sous l'influence de l'alcool, Riley devenait plus imaginatif, plus enthousiaste et devenait une personne tout à fait différente, selon les dires de ses proches amis.

Edwin Barnes a eu le courage d'agir et d'obtenir des résultats remarquables à l'aide des vêtements.

Il y a des hommes qui ont atteint le sommet de la réussite grâce à une histoire d'amour vécu avec une femme.

Des personnages du milieu qui sont engagés dans des affaires dangereuses de vol ou de cambriolage, etc. "se droguent" au moment de leurs opérations, avec de la cocaïne, de la morphine et d'autres stupéfiants. La leçon qu'on peut en tirer est qu'en fait pratiquement toutes les personnes ont besoin de stimuli, temporaire ou artificiel, pour les conduire à un effort plus important que celui utilisé dans la vie de tous les jours.

**Les personnes qui ont réussi ont découvert les manières et les moyens qu'ils croient être les plus adaptés à leurs propres besoins pour produire les stimulants qui leur donnent la force de fournir beaucoup plus d'effort que d'ordinaire.**

Un des écrivains les plus célèbres du monde emploie un orchestre de jeunes femmes bien habillées qui jouent pour lui lorsqu'il écrit. Assis dans une chambre qui a été artistiquement

décorée à son goût, sous les jeux de lumières, les belles jeunes femmes, maquillées et douces, vêtues de superbes robes de soirée, jouent sa musique préférée. Pour reprendre ses propres mots : “Je deviens enivré d’enthousiasme, sous l’influence de cet environnement, et j’arrive à une extase que je ne connais ni senti lors d’autres occasions. C’est à ce moment-là que je fais mon travail. Les inspirations arrivent de toutes parts comme si elles étaient commandées par un pouvoir invisible et inconnu.”

Cet auteur gagne beaucoup de son inspiration grâce à la musique et l’art. Une fois par semaine, il passe au moins une heure dans un musée d’art, en regardant les œuvres des maîtres.

Lors de ces occasions, en utilisant à nouveau ses mots : “Je gagne assez d’enthousiasme à utiliser pour 2 jours grâce à une heure de visite dans le musée d’art.”

Il est dit que quand Edgar Allan Poe a écrit “The Raven” il était plus qu’à moitié ivre.

Oscar Wilde a écrit ses poèmes sous l’influence d’un stimulant qu’on ne peut pas mentionner dans un cours de cette nature.

Henry Ford a eu son bon début grâce à l’amour qu’il portait à sa charmante compagne (c’est ce que je crois et ce n’est que mon opinion). C’était elle qui l’inspirait, qui lui donnait confiance en lui-même, et qui le gardait surexcité, pour qu’il puisse continuer à faire face à toutes les adversités qui auraient tué une douzaine d’hommes ordinaires.

Ces faits sont cités comme preuves pour vous montrer que les personnes qui avaient remarquablement réussies ont découvert, par hasard ou intentionnellement, des manières et des moyens de se stimuler pour avoir un peu plus d’enthousiasme.

## **Rappelez-vous : l'Enthousiasme ne connaît pas la défaite**

Associez ce qui est dit ici avec ce qui est dit dans une autre leçon concernant le principe de "l'Esprit Maître", et vous aurez une conception tout à fait nouvelle du mode de fonctionnement par lequel on peut appliquer cette loi.

Vous allez comprendre également, mais d'une manière un peu différente, le vrai but de "l'effort organisé dans un esprit de parfaite harmonie", qui constitue la meilleure méthode de mise en application du principe de l'Esprit Maître.

**Votre employeur ne vérifie pas le genre de service que vous rendez. C'est vous qui le contrôlez, et c'est ce qui vous forme ou vous détruit.**

Maintenant, il me semble être le bon moment d'attirer votre attention sur la manière dont les leçons de ce cours se fusionnent. Vous remarquez que chaque leçon porte sur un sujet destiné à être traité, et en plus de cela les leçons s'entremêlent entre elles et vous donnent une meilleure compréhension du cours.

Pour illustrer ce qui a été dit dans cette leçon, par exemple, vous comprenez mieux, le vrai objectif du principe de l'Esprit Maître. Il s'agit, en général, d'une méthode pratique pour stimuler l'esprit de ceux qui ont participé à la constitution du groupe d'Esprit Maître.

J'ai assisté de trop nombreuses fois à des conférences où j'ai rencontré des personnes avec des visages pleins de soucis et un air soucieux qui sautait aux yeux, mais ensuite qui ont pu redresser leurs épaules, relever leurs mentons, adoucir leurs visages avec des sourires de confiance et se mettre au travail

avec cette sorte d'ENTHOUSIASME qui ne connaît pas la défaite.

### **Ayez toujours un objectif précis**

Le changement a eu lieu au moment où un objectif précis a été défini.

Si un homme traîne sa vie de tous les jours avec le même esprit apathique, vulgaire, nonchalant, dépourvu d'enthousiasme, il est voué à l'échec. Rien ne peut le sauver avant qu'il ne change son attitude et n'apprenne comment stimuler son esprit et son corps pour avoir un immense et inhabituel enthousiasme À VOLONTÉ !

Je ne veux pas terminer ce sujet sans avoir formulé le principe décrit à maintes reprises et qui doit être compris mais aussi respecté par les étudiants de ce cours, qui, tous se souviendront qu'ils sont des hommes et des femmes de différentes natures, qui ont des expériences différentes et un degré d'intelligence différent. C'est pour cette raison que beaucoup de répétitions sont essentielles.

Votre but dans la vie, on vous le rappelle encore une fois, est d'atteindre le succès !

Avec le stimulus que vous aurez expérimenté en étudiant cette philosophie et à l'aide des idées que vous en récolterez, plus la coopération personnelle que je vous adresserai par un inventaire exact de vos qualités remarquables, vous pourrez créer un PLAN DÉFINI qui vous élèvera à la tête de la réussite. Toutefois, il n'existe aucun plan qui puisse aboutir à ce résultat sans l'aide de quelque influence qui, avec enthousiasme, vous stimulera à déployer plus d'effort que d'ordinaire là où vous devriez exercer vos occupations quotidiennes.



## LES 7 CHEVALIERS MORTELS

Une visite après la leçon avec l'auteur



Les “7 chevaliers” sont classés par ordre comme suit :  
l'Intolérance, l'Avidité, la Vengeance, l'Égoïsme, la Méfiance,  
la Jalousie et “?”

**L**e pire ennemi de l'homme est celui qui trotte  
dans sa tête.

Si vous pouvez vous voir comme les  
autres vous voient, vous pourriez découvrir les ennemis  
que vous gardez dans votre propre personnalité et les  
expulser.

Les 7 Ennemis mentionnés dans cet article sont les  
plus communs de ceux qui sont toujours à l'intérieur des  
millions d'hommes et de femmes et qui les mènent à  
l'échec s'ils ne sont pas découverts.

Analysez-vous attentivement et voyez combien des  
7 chevaliers vous avez en vous.

Vous voyez dans cette image 7 chevaliers mortels ! De la  
naissance jusqu'à la mort, tout être humain doit lutter contre  
ces ennemis. Votre succès sera surtout mesuré par la manière  
dont vous luttez contre ces rapides chevaliers.

Quand vous regardez l'image, vous allez dire "bien sûr que ce ne sont que des imaginations." C'est vrai, l'image est fictive, mais les rapides chevaliers de la destruction sont RÉELS.

Si ces ennemis montaient librement sur de vrais chevaux, ils ne seraient pas dangereux, parce qu'ils pourraient être rassemblés et désarmés. Mais, ils galopent invisiblement dans l'esprit. Ils travaillent si silencieusement et subtilement que la plupart des gens ne s'aperçoivent même pas de leur présence.

Analysez-vous vous-même et découvrez combien de ces 7 chevaliers vous avez en vous.

## **L'intolérance**

Au premier plan, vous trouvez le chevalier le plus dangereux et le plus populaire. Vous serez heureux si vous le découvrez et si vous vous protégez contre lui. Ce cruel guerrier, l'INTOLÉRANCE, a tué plusieurs personnes, a détruit plusieurs amitiés, a apporté beaucoup de misère et de souffrance dans le monde et a causé plus de guerres que les 6 autres chevaliers que vous voyez dans cette image.

Vous ne deviendrez jamais un bon penseur avant de maîtriser l'INTOLÉRANCE. Cet ennemi de l'humanité ferme l'esprit, annule la raison et la logique et les MET à l'arrière-plan. S'il vous arrive de haïr les personnes dont le point de vue religieux est différent du vôtre, vous pouvez être sûr que le plus dangereux des 7 chevaliers galope encore dans votre cerveau.

## **La vengeance et l'avidité**

Vous remarquez, ensuite, dans l'image la VENGEANCE et l'AVIDITÉ !

Ces chevaliers voyagent côte à côte. Là où l'on rencontre l'un, se trouve toujours l'autre. L'AVIDITÉ pervertit et déforme le cerveau de l'homme pour qu'il bâtisse une clôture

autour de son monde et laisse les autres à l'extérieur. C'est l'ennemi qui entraîne l'homme à accumuler des millions et des millions dont il n'a pas besoin et qu'il ne dépensera jamais. C'est l'ennemi qui pousse l'homme à tordre le cou de ses semblables jusqu'à lui extorquer sa dernière goutte de sang.

Et, par la VENGEANCE qui trotte près de l'AVIDITÉ, la malheureuse personne qui donne place à ces 2 cruelles jumelles dans son cerveau ne se contente pas de prendre les biens matériels de ses semblables, elle veut également détruire leur réputation.

“La vengeance est une épée nue –  
Elle n'a ni poignée ni garde.  
Brandiriez-vous ce glaive du Seigneur :  
Est-ce que votre poigne est ferme et dure ?

Mais plus votre poigne est proche du fer,  
Plus le coup que vous portez est mortel,  
Plus la blessure est profonde dans votre main –  
C'est votre sang qui rend rouge l'acier.

Et quand vous avez porté le coup –  
Quand le fer a volé de votre main –  
Au lieu du cœur de l'ennemi  
Vous pouvez le trouver rengainé dans le vôtre.”

Si vous voulez savoir jusqu'à quel point la JALOUSIE et l'AVIDITÉ sont mortelles, étudiez l'histoire de tout homme qui n'a pour but que de devenir le DIRIGEANT DE CE MONDE !

Si vous ne voulez pas vous charger d'une telle ambitieuse recherche, alors, regardez les gens autour de VOUS : ceux qui ont essayé et ceux qui essaient de “s'engraisser aux dépens des autres”. L'AVIDITÉ et la VENGEANCE se trouvent au carrefour de la vie où elles détournent vers l'échec et la misère tous ceux qui ont choisi de suivre la voie qui mène au succès. C'est à vous de ne pas leur permettre d'intervenir auprès de vous lorsque vous approchez ces carrefours.

Les individus et les nations déclinent rapidement quand l'AVIDITÉ et la JALOUSIE règnent dans l'esprit de ceux qui dominant.

Ceci est très important : regardez-vous VOUS-MÊME et assurez-vous que ces 2 ennemis mortels ne trottent pas dans votre tête !

## **L'égoïsme et la méfiance**

Maintenant, prêtez votre attention à 2 autres jumeaux de la destruction : l'ÉGOÏSME et la MÉFIANCE. Remarquez qu'ils galopent côte à côte également. Il n'y a aucune chance de réussite pour une personne qui souffre d'amour excessif de soi-même ou de manque de confiance aux autres.

Si vous n'avez aucune CONFIANCE envers les autres, vous n'aurez pas un brin de succès en vous. La MÉFIANCE est un germe prolifique. Si vous l'autorisez à entrer en vous, elle se multipliera rapidement jusqu'à ne plus laisser aucune place à la FOI.

Sans confiance, il n'y a pas de succès durable.

Il faut courir après la FOI. Avant que la civilisation ne soit perdue dans la folle ruée vers l'argent, les gens comprenaient le pouvoir de la FOI.

“Car je vous le dis en vérité, si vous aviez de la foi comme une graine de moutarde, vous diriez à cette montagne : Déplace-toi d'ici à là, et elle se déplacera car rien ne vous sera impossible.”

L'auteur de ce passage, qui est dans la Bible, a compris une grande loi que seulement peu de gens d'aujourd'hui comprennent.

Faites confiance aux gens si vous voulez qu'ils croient en vous. Détruisez la MÉFIANCE. Si vous ne le faites pas, c'est elle qui vous détruira.

Si vous voulez avoir du pouvoir, cultivez la FOI en l'humanité !

L'ÉGOÏSME règne là où elle est la MÉFIANCE. Intéressez-vous aux autres et vous serez trop occupé pour satisfaire votre narcissisme. Observez les gens autour de vous qui commencent chaque phrase avec le pronom personnel "Je" et vous remarquerez qu'ils sont méfiants à l'égard des autres.

L'homme qui oublie son propre intérêt en rendant service aux autres n'est jamais affligé par la méfiance. Étudiez ceux qui sont méfiants et égoïstes et voyez combien d'entre eux – vous pouvez citer leurs noms – ont réussi dans leurs activités.

Et, quand vous étudiez les autres, étudiez-vous vous-même aussi !

Assurez-vous que vous n'êtes pas lié à l'ÉGOÏSME et la MÉFIANCE.

### **La jalousie et...**

Au dernier rang de ce groupe de chevaliers mortels, vous voyez la JALOUSIE et le nom de l'autre a été intentionnellement omis.

Chacun des étudiants de ce cours peut dresser une liste et donner au 7<sup>e</sup> chevalier le nom qui lui traverse l'esprit.

Certains le nommeront la MALHONNÊTÉTÉ, d'autres la PROCRASTINATION. Peu auront le courage de le nommer le DÉsir INCONTROLÉ DE SEXE.

Quant à vous, nommez-le comme vous le voulez, mais donnez-lui un nom.

Votre imagination donnera peut-être le nom de compagnon de voyage de la JALOUSIE.

Vous serez mieux préparé à donner au chevalier anonyme un nom si vous savez que la JALOUSIE est une

forme de démente ! Les faits sont parfois cruels à regarder en face. C'est un fait que la JALOUSIE est une forme de démente, que les médecins appellent la "démence précoce".

"Oh jalousie,  
Toi, le pire démon de l'enfer ! Ton venin mortel  
Ronge tout mon corps, tourne la saine teinte  
De ma douce joue en un blême teint jaunâtre,  
Et boit mon esprit !"

Remarquez que la JALOUSIE galope juste derrière la MÉFIANCE. Certains lecteurs vont dire que la JALOUSIE et la MÉFIANCE auraient dû galoper côte à côte, car l'une amène souvent l'autre dans l'esprit de l'homme.

La JALOUSIE est la plus commune forme de démente. Elle trotte dans l'esprit des hommes et des femmes, parfois pour une cause réelle, mais le plus souvent pour aucune raison du tout.

Ce chevalier mortel est un grand ami des avocats de divorce !

Il fait aussi travailler jour et nuit les agences de détectives.

Il a sérieusement fait augmenter le crime. Il détruit les foyers et rend des mères veuves et des innocents enfants orphelins. Vous ne pourrez jamais avoir la paix ou être heureux tant que ce chevalier reste attaché dans votre esprit.

L'homme et son épouse peuvent vivre ensemble dans la pauvreté et être très heureux, si les 2 ne sont pas les proies de cette démente qu'est la JALOUSIE.

Étudiez-vous attentivement et si vous trouvez des signes de JALOUSIE en vous, mettez-vous immédiatement à les maîtriser.

La JALOUSIE règne sous plusieurs formes.

Au début, quand elle commence à pénétrer dans votre esprit, elle se manifeste en quelque sorte de cette façon :

“Je me demande où est-ce qu'elle est et qu'est-ce qu'elle fait lorsque je ne suis pas là.”

Ou : “Je me demande s'il ne voit pas une autre femme quand il est loin de moi.”

Quand ces questions commencent à surgir dans votre esprit, n'appellez pas un détective. Allez plutôt dans un hôpital psychiatrique pour vous faire examiner, parce qu'il est plus probable que vous souffriez de la folie sous une forme bénigne.

Vous devez réagir avant de tomber sous la griffe de la JALOUSIE.

Après avoir lu cet article, mettez-le de côté et pensez-y.

Au début, vous pouvez dire “Cela ne me concerne pas. Je n'ai pas de chevaliers imaginaires dans mon esprit.” Et, vous avez raison, peut-être – 1 SUR 10 MILLIONS POURRAIT DIRE CELA ET AVOIR RAISON ! Les autres 9.999.999 auraient tort.

Ne vous trompez pas ! Peut-être que vous faites partie de ces derniers. Le but de cet article est de vous faire voir tel que VOUS ÊTES ! Si vous souffrez d'échec, de pauvreté et de misère sous n'importe quelle forme, vous découvrirez sûrement un ou plusieurs de ces cavaliers mortels dans votre esprit.

Ne vous méprenez pas. Ceux qui possèdent tout ce qu'ils veulent, y compris le bonheur et la bonne santé, ont chassé les 7 chevaliers de leur esprit.

Revenez à cet article dans un mois, après avoir eu le temps de vous analyser attentivement. Relisez-le et il pourrait vous mettre en tête-à-tête avec les FAITS qui vous libéreront d'une foule de cruels ennemis qui galopent dans votre esprit sans que vous le sachiez.

Pour télécharger d'autres ebooks gratuits de développement personnel, cliquez sur les liens ci-dessous en étant connecté à Internet :

[Ebooks gratuits du club Positif](#)

[Ebooks gratuits du club Netsucces](#)



## Table des Matières

<b>Sommaire</b>	<b>3</b>
<b>L'ENTHOUSIASME</b>	<b>6</b>
Comment l'enthousiasme vous influencera-t-il ?	6
Comment développer l'enthousiasme ?	7
L'enthousiasme est une force vitale.	8
Comment votre enthousiasme influencera-t-il les autres ?	10
Quand la Suggestion opère dans ce que vous dites.	11
Quand la Suggestion opère dans ce que vous faites et ce que vous pensez	12
Que devez-vous faire avant d'influencer l'esprit d'une autre personne ?	13
Utilisation de la suggestion et de l'enthousiasme lors de la rédaction d'une lettre.	14
Comparez ces 2 lettres.	15
Quelles sont les raisons de l'échec de l'une ?	17
L'histoire d'un homme qui voulait être un vendeur.	18
Comment une vendeuse talentueuse a-t-elle fait pour neutraliser mon esprit ?	19
Par l'utilisation de suggestion négative, la vie pourrait s'éteindre	23
La suggestion intelligente qui a permis d'enlever toute barrière d'indécision	25
Une phrase très suggestive.	27
Quelles sont les raisons de la réussite de la seconde lettre ?	27
Toute pensée dans l'esprit tend à attirer d'autres pensées similaires	30
Semez profondément et avec enthousiasme dans votre esprit une suggestion de succès	32
Parlez toujours du fond du cœur avec beaucoup de conviction	33
Celui qui nuit sa réputation avec le mensonge ne deviendra jamais un grand vendeur	35
Il est impossible de suggérer à une autre personne ce que vous ne croyez pas.	36
Quelle est cette chose qui donne un pouvoir réel et durable à l'homme ?	37
Les étapes à suivre pour acquérir l'enthousiasme	38

Pour réussir, il faut mettre ses connaissances en action et avoir une foi inébranlable .....	39
L'enthousiasme est vraiment essentiel pour un vendeur.....	40
La réussite dépend du degré d'enthousiasme.....	41
Les plus importants facteurs qui provoquent l'enthousiasme .....	44
La psychologie des beaux habits .....	44
En soignant votre apparence, il vous est aussi possible d'atteindre le sommet de la réussite.....	48
Les meilleurs vendeurs sont ceux qui adoptent la psychologie des beaux habits .....	51
Les indispensables d'une garde-robe d'homme.....	52
Et vous, quel stimulant avez-vous besoin pour réveiller votre enthousiasme ?.....	53
Rappelez-vous : l'Enthousiasme ne connaît pas la défaite.....	55
Ayez toujours un objectif précis .....	56
<b>LES 7 CHEVALIERS MORTELS</b> .....	<b>57</b>
L'intolérance .....	58
La vengeance et l'avidité.....	58
L'égoïsme et la méfiance .....	60
La jalousie et... ..	61
<b>Table des Matières</b> .....	<b>65</b>