

Pourquoi la tactique du marchand de tapis fonctionne-t-elle?

* Règle de la réciprocité

Nous ressentons tous le besoin de rendre, en nature, les faveurs que nous recevons

→ Si la partie adverse fait une concession, nous nous croyons obligés d'en faire une également

* Principe du contraste

Lorsque deux objets nous sont présentés l'un après l'autre, l'impression que nous fait le premier influence notre perception du second

→ Si la partie adverse exige d'abord Fr. 100'000 puis réduit ensuite ses prétentions à Fr. 50'000, le second montant ne nous paraît alors pas si élevé que ça.

Le second chiffre nous donne même l'impression d'être inférieur à la moitié du premier!

* Impression d'être maître de la situation

Lorsque la partie adverse utilise envers nous la tactique en question, nous croyons (faussement) l'avoir nous-mêmes amenée à faire des concessions

(En fait: nous nous sentons fiers... alors que nous nous sommes faits avoir!)

Source: Robert B. Cialdini, *Influence - The Psychology of Persuasion*, William Morrow & Co, revised edition, 1993