

— APPROCHER, ATTIRER, SÉDUIRE LES FEMMES —



# PICKUP ARTIST

MODE D'EMPLOI

SASHA B.

Extraits du livre

***PickUp Artist: Mode d'Emploi***

Acheter la version complète

**[www.vienrose.fr](http://www.vienrose.fr)**



# LES FONDAMENTAUX

## PARTIE I

La pierre la plus solide d'un édifice est toujours la plus basse de la fondation, et nul doute que cette première partie de **PickUp Artist : Mode d'Emploi** ne fait pas exception à ce précepte. Ainsi, les pages qui suivent font un tour d'horizon complet des connaissances théoriques que la science possède à la fois sur les femmes et sur les hommes, et qui s'avèrent nécessaires pour appréhender au mieux la **SEE**.

Paradoxalement, cette partie se révèle être la moins accessible de toutes, alors qu'elle se retrouve à la première position de cet ouvrage. En effet, les problématiques abordées font appel à une très large échelle de temps, ainsi qu'à des notions précises de psychologie et de biologie. Mais il se pourrait bien qu'une fois la lecture des fondamentaux achevée, vous possédiez un savoir dépassant largement celui du commun des mortels, vous permettant ainsi de comprendre les raisons profondes de tel échec ou de telle réussite avec les femmes.

■ **Psychologie Féminine** ..... 21

■ **Psychologie Masculine** ..... 39



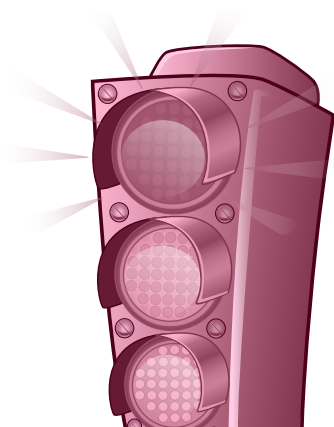
# LA STRATÉGIE D'ÉVOLUTION ÉMOTIONNELLE

## PARTIE II

Cette seconde partie qui s'ouvre est la raison même de l'existence de **PickUp Artist : Mode d'Emploi**, c'est-à-dire séduire, avec un taux de réussite constant, les femmes les plus attractives que vous pouvez rencontrer. Pour y parvenir, c'est notre **SEE** qui est mise en avant tout au long des prochaines pages, en cinq phases : **l'Approche**, **l'Attraction**, **la Qualification**, **le Rapport** et **la Séduction**.

Mais si ces dernières permettent de mettre une femme dans les meilleures prédispositions émotionnelles pour une relation sexuelle, il n'en demeure pas moins que le résultat se retrouverait être nul sans **la Progression physique** et **la Progression logistique**, étroitement liées à ces phases. C'est pour cela que l'une et l'autre se retrouvent développées dans un chapitre qui leur est propre.

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| ■ Approche .....               | 61  |
| ■ Attraction .....             | 85  |
| ■ Qualification .....          | 103 |
| ■ Rapport .....                | 115 |
| ■ Séduction .....              | 131 |
| ■ Progression physique .....   | 149 |
| ■ Progression logistique ..... | 167 |



# ANNEXES

## PARTIE III

A ce stade de **PickUp Artist : Mode d'Emploi**, vous possédez les compétences indispensables pour devenir un P.U.A. avec des résultats probants dans une majorité de situations sociales. Cependant, certains d'entre vous peuvent juger nécessaire, par intérêt ou par simple curiosité, d'aller plus loin dans les techniques de séduction lorsque des cas particuliers se présentent.

Les annexes ont donc vocation à répondre à cet approfondissement en abordant de nombreux domaines spécifiques qui, s'ils ne sont pas indispensables, peuvent vous faire gagner en maturité. L'anxiété, la communication non verbale, le game en équipe, le game téléphonique, le storytelling ou la mode et l'hygiène de vie sont autant de variables qui peuvent influencer la qualité de votre game.

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| ■ Anxiété.....                   | 193 |
| ■ Communication Non Verbale..... | 205 |
| ■ Storytelling .....             | 223 |
| ■ Le game en équipe .....        | 239 |
| ■ Le game téléphonique.....      | 249 |
| ■ Mode et Hygiène de Vie.....    | 265 |
| ■ Les routines .....             | 279 |

# LE GAME TÉLÉPHONIQUE

## CHAPITRE XIV

Bien que le game téléphonique soit placé en annexe de ce livre, il aurait pu faire partie intégrante du chapitre **Progression logistique** tant il vous sera difficile de vous en passer dans la **SEE**, pour les raisons évoquées dans le chapitre **phase de Rapport**. Ce chapitre s'attarde donc sur toutes ses subtilités, et en particulier :

1. La gestion des SMS ;
2. La gestion des appels ;
3. L'inexistence de la C.N.V.

## LA GESTION DES SMS

Les SMS, ces courts messages limités à 160 caractères, doivent prendre le pas sur les appels et être votre première arme dans le game téléphonique. Cette hiérarchie est une notion fondamentale de ce chapitre : vous ne devez pas appeler votre cible, à moins que cette dernière ne vous l'ait expressément demandé. La raison principale est la perte inévitable du momentum émotionnel.

**« Le téléphone est un outil qui nuit beaucoup à la communication. Grâce au téléphone, on a de moins en moins besoin de se parler. »** Serge Bouchard

## OBJECTIFS

- Rédiger un S.M.S après une rencontre avec prise du numéro.
- Éviter un refus.
- Comprendre le fonctionnement féminin en matière de réponse après un échange de numéro.
- Fixer un rendez-vous.
- Réussir à appeler directement.

Lorsque vous avez rencontré votre cible, cette dernière était dans un état d'esprit où tous les indicateurs sociaux étaient au vert, et ce sont ces derniers qui ont influé sur sa décision de vous fournir son numéro de téléphone. À l'heure de la rappeler, sa situation sociale personnelle a évolué, tout comme vous. Peut-être de façon positive, mais peut-être aussi de façon négative. Elle peut apprendre qu'elle vient de rater une promotion, que son banquier compte lui appliquer de fortes pénalités, que son chat vient de disparaître, etc. Vous ne pouvez spéculer sur ce point-là, tant il est aléatoire. Lorsque votre prénom s'affichera sur son téléphone portable pour la première fois, elle n'aura que quelques secondes pour décider si elle doit, ou non, décrocher. Si, selon l'expression consacrée, « elle broie du noir », il est probable que son raisonnement personnel à cet instant corresponde peu ou prou à : « Il ne manquait plus que lui. Ce n'est vraiment pas le moment, j'ai des choses plus importantes à gérer que cette histoire de colocation et d'escarpins avec laquelle il m'a assommée quand on s'est rencontrés. » Ce genre de réflexions n'est ni plus ni moins de la méchanceté gratuite doublée de mauvaise foi, votre routine des colocataires ayant eu un effet positif sur elle lors de votre rencontre initiale. Mais pour être vous aussi un être humain, vous savez que la parole peut parfois dépasser la pensée.

Cette situation ne peut se produire avec l'utilisation de SMS. Évidemment, vous pourriez lui envoyer un message au mauvais moment. Évidemment aussi, elle pourrait le lire dans l'instant, et donc se faire là aussi la réflexion précédente. Peu importe sa situation à la lecture de votre SMS, l'essentiel est qu'elle aura aussi l'opportunité de le relire à tête reposée, quelques heures plus tard. Ce détail, le temps de la réflexion, peut tout bouleverser.

Enfin, et pour faire preuve de pragmatisme : vous n'avez pas le temps d'appeler chaque femme que vous allez rencontrer. Vous remarquerez, expérience aidant, que vous jouerez fréquemment avec plus de dix numéros sur une même période. Si vous deviez donc passer de nombreuses — et coûteuses — minutes au téléphone avec chacune de vos cibles, vous seriez dans l'obligation de vous priver d'heures de sommeil.

Pour ces raisons, ce sont les SMS qui doivent primer sur les appels.

“ Vous n'avez pas le temps d'appeler chaque femme que vous rencontrez. ”

### Le premier S.M.S

Plus que l'attraction que vous avez créée chez votre cible, c'est sa disponibilité qui représente le plus grand ennemi de la **SEE**, car c'est une denrée périssable. Au risque de vous étonner, la Terre tourne autour du Soleil, et la vie de votre cible suivra son cours après votre rencontre, rencontre aussi intéressante soit-elle.

Dans les faits, cela peut se traduire par :

- La perte de son téléphone ;
- La rencontre d'un autre homme ;
- La rationalisation.

Considérez donc que la durée de vie de chaque numéro de téléphone que vous obtenez est d'environ trois semaines. Vous avez donc à votre disposition vingt-et-un jours pour reprendre contact avec votre cible, soit bien plus que nécessaire.

Pour ce premier SMS, il n'existe aucune règle définie pour son envoi. Il faut cependant prendre en compte les paramètres suivants :

- Si vous envoyez ce premier SMS trop tôt, vous démontrerez un attrait trop fort, ce qui se traduira par une D.V.I.
- Si vous envoyez ce premier SMS trop tard, vous démontrerez un attrait trop faible, ce qui se traduira par une D.V.I.

Quel est donc le bon comportement à adopter ? La réponse à cette question se situe probablement à la croisée des chemins, et je vous recommande de suivre ces quelques règles :

- Si vous rencontrez votre cible le dimanche, lundi, mardi ou mercredi, envoyez-lui le premier SMS le soir suivant.
- Si vous rencontrez votre cible le jeudi ou le vendredi, envoyez-lui le premier SMS le dimanche soir.
- Si vous rencontrez votre cible le samedi, envoyez-lui le premier SMS le dimanche soir.

Notez qu'il est nécessaire d'envoyer ce premier message en soirée, et non en journée, parcequ'il est probable que son « temps de cerveau disponible » soit plus élevé, pour paraphraser un ancien dirigeant de *TF1*. Votre cible sera bien plus apte à se concentrer sur votre message et sur sa réponse que si elle avait à le faire dans sa voiture, entre deux feux rouges. Si elle vous répond et qu'un dialogue s'ensuit, il se pourrait bien que vous soyez le dernier individu à qui elle pensera avant de s'endormir.

Enfin, ce SMS se doit d'être court et contre-intuitif afin de piquer sa curiosité, sans pour autant faire mention d'un éventuel rendez-vous. Agir ainsi permet de maintenir votre cadre de P.U.A., soit celui :

- D'un homme indépendant avec un emploi du temps chargé, et qui ne va sûrement pas précipiter un tête-à-tête avec une femme qu'il vient à peine de rencontrer.
- D'un homme indépendant avec un emploi du temps chargé, et qui ne peut sûrement pas se permettre de lui écrire de longues lignes.

En prenant en compte l'ensemble de ces paramètres, et si nous n'avions la possibilité de n'étudier qu'un seul SMS, c'est celui-ci que nous choisirions :

**Sasha***Incroyable. Je viens de rencontrer ta soeur jumelle.*

Quatre cent quatre-vingt-six mots dans ce début de paragraphe pour introduire les huit de ce premier message, cela peut provoquer une déception à la hauteur de l'attente créée, je le concède. Mais, vous devriez considérer avec attention le pouvoir qu'exerce un tel message, aussi court soit-il. Il est à la fois contre-intuitif et d'un sens aléatoire selon le point de vue adopté :

- Cela signifie-t-il que vous avez pensé régulièrement à elle depuis votre rencontre initiale ?
- Cela signifie-t-il que cette prétendue soeur jumelle a une N.S. plus élevée qu'elle ?
- Cela signifie-t-il que vous avez éprouvé de l'attirance pour cette prétendue soeur jumelle ?
- Cela signifie-t-il qu'elle n'a pas su vous attirer suffisamment ?

Avec un SMS tel que celui-ci, votre cible ne manquera pas de se poser ces questions avant de vous répondre. Si tel n'était pas le cas, je serais heureux que vous me le fassiez savoir : [sasha@vienrose.fr](mailto:sasha@vienrose.fr).

### Délai des réponses

Le délai précis que vous devez respecter entre chaque réponse importe peu, l'essentiel est d'avoir la capacité de le varier en permanence. Vous êtes un P.U.A., vous devez savoir rester légèrement non disponible, afin de ne pas apparaître comme un homme qui s'assoit à côté de son téléphone en attendant que la sonnerie retentisse. Ainsi, vous pourriez attendre dix minutes avant de répondre à son premier SMS, puis réduire ce temps à trois minutes pour le deuxième, avant de la faire patienter quinze minutes pour le troisième. Plus imprévisible vous serez, et meilleur sera le résultat. Il se pourrait par ailleurs que votre cible essaye de vous placer dans la même situation pour vérifier la solidité de votre cadre.

Les femmes ont, pour être honnête, une véritable prédisposition à pratiquer cet exercice. Si vous ne recevez pas de réponse à votre message dans les minutes, heures ou jours qui suivent, ne relancez pas votre cible.

Pour plusieurs raisons :

- Un chat qui fugue revient toujours à la maison; laissez-lui sa liberté, lorsqu'elle vous répondra, elle aura implicitement accepté votre cadre.
- **PickUp Artist : Mode d'Emploi** vous permettra de jouer simultanément avec plusieurs cibles. Si l'une d'entre elle ne vous répond pas, vos autres cibles vous donneront l'occasion de rapidement l'oublier, et son retour constituera une bonne surprise.

### La gestion des sessions

Les SMS ont ceci de particulier, tout comme les mails, d'avoir un continuum espace-temps qui leur est propre. Une conversation qui, sur un même sujet, pourrait être abordée en deux minutes dans un face-à-face, peut se retrouver étalée sur six SMS échangés en trois heures. Ce n'est pas acceptable dans la **SEE**. En effet, vous avez su créer de la tension et de l'anticipation tout au long de ses phases initiales, et il ne s'agit pas désormais de transformer votre dur labeur en ambiance de comptoir de bistrot. Par conséquent, il faut prendre en compte la notion de *session* lors de vos échanges de SMS avec votre cible. La règle à respecter est de ne jamais dépasser la barre des quatre messages envoyés dans une même session, ce qui sous-entend qu'il vous faudra délibérément ne plus répondre à votre cible quand son quatrième message vous parviendra. Comme pour votre premier SMS, cela lui donnera l'occasion de se poser à nouveau des questions :

- Cela signifie-t-il qu'elle vous ennueie ?
- Cela signifie-t-il que vous n'avez plus de batterie ?
- Cela signifie-t-il qu'elle doit vous envoyer un nouveau message ?

Les femmes aiment avoir le dernier mot dans le jeu de la séduction, et même s'il est peu probable qu'elle le reconnaisse ouvertement, adopter ce comportement se révélera être frustrant pour votre cible. Évidemment la frustration sera aussi au rendez-vous pour vous, en particulier si le sujet sur lequel vous avez basculé est intéressant, mais maintenir le cadre est une impérieuse nécessité qui peut être à ce prix.

Éloignez votre téléphone, ignorez ses relances si nécessaire, et attendez au minimum sept heures avant d'initier une nouvelle session.

### Fixer un rendez-vous

Les histoires les plus courtes sont souvent les meilleures, et à l'issue de la deuxième ou troisième session de SMS, il sera temps de fixer un rendez-vous avec votre cible. Le premier rendez-vous étant étudié de façon exhaustive dans le chapitre **Progression logistique**, c'est donc la planification de ce premier rendez-vous qui est abordée dans cette section.

L'objectif initial est de ne pas essuyer de refus, ce qui n'est pas un standard évident à tenir, en particulier lorsque vous n'avez eu que quelques instants à votre disposition pour développer les phases initiales de la **SEE**. Vous octroyer du temps, c'est en effet vous octroyer implicitement un statut plus important que ses amis, ses passions, son travail ou tout autre partenaire potentiel, comme nous l'avons évoqué plus haut. La différence entre un consentement et un refus se joue sur de nombreux paramètres, le premier d'entre eux étant la gestion du calendrier : les femmes n'aiment pas planifier leurs activités au-delà de quarante-huit heures, en particulier lorsqu'elles ont une N.S. élevée. Tant d'événements plus excitants pourraient lui être proposés entre l'instant où elle accepte ce premier rendez-vous, et l'instant où ce dernier se produira. Ainsi, proposer par exemple dès le début de semaine à votre cible de se rendre le week-end suivant à telle ou telle exposition se révélerait être un concept abstrait pour votre cible. Il y aurait alors deux options qui s'offriraient à elle :

- **Vous demander de vous le confirmer plus tard.** Les femmes qui utilisent régulièrement cette option méritent d'être félicitées, car elles parviennent à bloquer votre agenda tout en conservant la possibilité d'annuler le rendez-vous le jour venu sans pour autant éprouver de remords, puisqu'elles n'ont à aucun moment confirmé de façon formelle votre nouvelle rencontre.
- **Vous répondre favorablement.** Pour certaines femmes, répondre par « oui » à votre invitation sans pour autant avoir la réelle volonté d'y donner suite leur évite l'embarras d'un refus difficile à assumer. Vous recevrez le jour dit un SMS dans lequel elles s'excuseront de devoir annuler pour un « impératif » qui correspond bien souvent à une soirée avec ses amies.

Si vous souhaitez obtenir des résultats probants, effectuez votre proposition de rendez-vous au plus tôt quarante-huit heures avant que ce dernier n'ait lieu, de préférence un dimanche ou lundi. En effet, si nous gardons à l'esprit cette règle, faire une proposition de rendez-vous lors de l'un de ces deux jours nous permet de planifier une rencontre en soirée un lundi, mardi ou mercredi. Ce qui comporte plusieurs avantages :

- Ces soirées peuvent être considérées comme à moindre activité comparées à celles du vendredi et samedi. Par conséquent, il est peu probable que votre cible ait une activité planifiée ces jours-là.
- De façon implicite, votre cible comprendra que les soirées à forte activité que sont le vendredi et le samedi ne lui sont pas encore accordées. Par conséquent, cela signifie aussi que vous ne lui permettez pas de s'accaparer l'une des soirées les plus importantes de la semaine qui pourraient justement vous permettre de faire... de nouvelles rencontres.

S'il se trouve que votre cible ne peut répondre favorablement à votre proposition, vous ne devez pas lui faire une nouvelle proposition à date fixe, afin que la conversation ne puisse évoluer en D.V.I. :



## Déjà entendu

**Vous**

*Tu ne peux pas mardi soir ? Peut-être pourrais-tu mercredi...*

**Cible**

*C'est impossible pour moi.*

**Vous**

*Il n'y a aucun souci, jeudi alors ?*

**Cible**

*Jeudi malheureusement cela ne m'arrange pas du tout...*

**Vous**

*(Rires) Ce n'est pas grave, je suis sûr que vendredi sera la bonne.*

**Cible**

*Si je te dis toujours pas, tu me crois ?*

**Vous**

*Ah, et bien nous verrons alors la semaine prochaine si ton calendrier surchargé se déleste un peu.*

**Cible**

*Très bonne idée.*

Rappelons que votre objectif initial est de ne pas essayer de refus. En vous comportant de cette manière, ce n'est pas un refus que vous devrez affronter, mais plusieurs, successivement. Même si elle éprouve un réel désir de vous rencontrer à nouveau, le fait de vous répondre par la négative plusieurs fois de suite diminue votre N.S.

De plus, vous lui notifiez implicitement que :

- Soit votre agenda, et donc votre vie, est vide ;
- Soit rien n'est plus important à vos yeux qu'un rendez-vous avec elle.

Vous devez donc à l'inverse l'inviter à vous communiquer ses disponibilités, afin qu'elle ait à sa disposition un espace-temps indéfini dans lequel piocher. Ne pouvant être occupée *ad vitam aeternam*, il lui sera difficile de ne pas vous répondre.

Par exemple :



## Dialogue

**Sasha**

*Tu ne peux pas mardi soir ? Aucun souci, quand es-tu disponible ? Cela pourrait peut-être me convenir...*

**Cible**

*Hmmm... Bonne question, laisse-moi réfléchir... Mardi prochain ?*

**Sasha**

*Je ne suis pas certain que cela puisse me convenir. Confirme-moi le week-end prochain.*

En vous comportant ainsi, vous venez d'inverser le cadre dans lequel elle souhaitait vous faire évoluer.

## LA GESTION DES APPELS

Comme nous l'avons évoqué en introduction de ce chapitre, appeler votre cible est un exercice qui possède bien des défauts. Tant de défauts que décrocher votre téléphone ne doit au final être utilisé que sur demande expresse de cette dernière, ce qui ne peut se produire que lorsque le rapport créé est insuffisant. Sur certains terrains, comme par exemple les transports en commun, il sera parfois difficile de parvenir jusqu'à la **phase de Rapport** avec votre cible, vous obligeant à obtenir de façon exceptionnelle son numéro de téléphone dès la conclusion de la **phase d'Attraction**. Il est donc probable que dans les situations suivantes, vous receviez après quelques échanges de SMS un message tel que :

**Cible**

*Tu m'appelles ce soir ?*

Si un appel téléphonique possède au moins la qualité de permettre la construction de rapport, cette dernière ne sera pour autant jamais équivalente à celle que vous pourriez obtenir l'un en face de l'autre, car il y aura une absence de progression physique. Néanmoins, il est possible d'appeler votre cible avec parcimonie dans la moyenne des sept heures nécessaires à l'entrée en **phase de Séduction**.

### Délai des réponses

Le premier paramètre qui doit être évoqué lorsque vous souhaitez joindre par téléphone votre cible est le créneau horaire, « appelle-moi ce soir » représente une vaste amplitude horaire. Ainsi, chaque heure obéit à des codes précis :

- **19h.** Votre cible peut être dans sa voiture ou dans les transports en commun, en train de regagner son domicile après une longue journée de travail. Elle peut aussi être dans un supermarché, sachet de fruits frais dans une main, panier dans l'autre. Enfin, votre cible peut tout simplement prendre l'apéritif entourée de ses amies, dissertant sur cet homme plutôt mignon, drôle et intelligent qu'elle a rencontré il y a quelques jours. En somme : vous.
- **20h.** Votre cible peut préparer le repas, puis dîner tout en se délectant des misères de *Blanche*, *Mirta* et *Roland*.
- **21h.** Votre cible peut continuer à végéter devant sa télévision. Votre cible peut aussi répondre à ses nombreux messages en attente sur *Facebook*. Votre cible peut tout simplement dîner avec un autre homme que vous.
- **22h.** Votre cible peut faire sa manucure. Votre cible peut aussi prendre un bain. Votre cible peut tout simplement être au téléphone avec sa meilleure amie, méditant sur cette collègue de travail bien trop agaçante.
- **23h.** Peu importe ce que peut faire votre cible à cette heure-là, ne la dérangez pas.

Évidemment, ce ne sont que des exemples choisis au hasard, et il se pourrait qu'elle ne pratique jamais l'une ou l'autre de ces activités. Cependant, l'essentiel est de garder à l'esprit que votre cible ne fait pas de votre appel une priorité, votre objectif est donc de replacer votre cible dans le cadre initial de votre rencontre. Là aussi, ce n'est pas un standard évident à tenir lorsque la C.N.V. n'est pas possible, surtout pour les hommes :



### Déjà entendu

|              |                                                                                          |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Vous</b>  | <i>Allô ! [Cible]</i>                                                                    |
| <b>Cible</b> | <i>Oui ?</i>                                                                             |
| <b>Vous</b>  | <i>Salut, c'est [Vous]... Tu m'as demandé de t'appeler. Aussitôt dit, aussitôt fait.</i> |
| <b>Cible</b> | <i>Ah oui, ça va ?</i>                                                                   |

|              |                           |
|--------------|---------------------------|
| <b>Vous</b>  | <i>Très bien et toi ?</i> |
| <b>Cible</b> | <i>Pas trop mal ...</i>   |
| <b>Vous</b>  | <i>Cool ...</i>           |

En ne parvenant pas à insuffler ce cadre initial en début de conversation téléphonique, vous lui offrez l'opportunité de rationaliser et de remettre en question votre rencontre. Tout paraissait en effet si naturel lorsque vous l'aviez approchée, comme si vous étiez l'un et l'autre connectés par une force surnaturelle. Aurait-elle rêvé ? Cette force surnaturelle était-elle l'alcool ? À moins que cela ne soit la vision de son amie enlacée dans les bras d'un homme ?

Pour éviter toute rationalisation, il faut mettre en avant les mêmes recettes que lors de votre rencontre :



## Dialogue

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sasha</b> | <i>Bonsoir [Cible]</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Cible</b> | <i>Salut Sasha, comment vas-tu ?</i>                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Sasha</b> | <i>Très bien [Cible]. Je m'apprêtais à partir dîner chez un ami, et j'ai besoin de tes conseils avisés. Je tiens à te rassurer, cela ne concerne pas tes goûts vestimentaires... Je connais le culte que tu voues à Tokio Hotel.</i>                                                                    |
| <b>Cible</b> | <i>(Rires...) Tu es encore insupportable avec moi !</i>                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Sasha</b> | <i>Qui aime bien châtie bien, tu connais le proverbe. Je t'explique : le copain en question se trouve être mon meilleur ami, et pour être tout à fait sincère avec toi, sa copine m'observe différemment depuis quelques semaines... J'ai l'impression qu'elle a envie de moi ! Que dois-je faire ?</i> |
| <b>Cible</b> | <i>(Rires...)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Sasha</b> | <i>Aide-moi !</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

Remarquez-vous les différences avec la première conversation type ? Elles sont au nombre de trois, et permettent de remettre en place le cadre initial :

- 1. Une F.C.T.** Dans le game téléphonique, la F.C.T. a le même objectif que lors de la **phase d'Approche** : donner l'illusion à votre cible que la conversation ne va pas s'éterniser. Elle n'a peut-être que quelques minutes à vous accorder, et vous devez éviter qu'elle vous le fasse

Extraits du livre **PickUp Artist: Mode d'Emploi** -  
Acheter la version complète - [www.vienrose.fr](http://www.vienrose.fr)

remarquer dès les premiers instants. Vous pourriez par exemple lui annoncer que vous êtes en voiture, en train de regagner votre domicile. Implicitement, cela peut signifier que bloqué dans un embouteillage, vous l'appellez pour *tuer le temps*, et non pas parce que vous renoncez à une autre activité pour elle.

2. **Un stimulus.** En vous servant des principes de la **théorie de Pavlov** étudiés chapitre **phase de Séduction**, vous provoquez un stimulus qui permet à votre cible de se replacer dans le cadre initial de votre rencontre. Vous pourriez par exemple faire appel à un *neg* utilisé lors de la **phase d'Attraction**, comme celui sur ses choix vestimentaires.
3. **Une demande d'opinion.** Le cadre initial insufflé, poursuivre la conversation par une demande d'opinion permet de le maintenir à votre avantage. Vous ne devez pas oublier que dans la **SEE**, une conversation téléphonique doit être réduite le plus possible, ce qui ne sera pas le cas si vous donnez l'opportunité à votre cible de la développer, comme nous l'aborderons plus loin dans ce chapitre. Par conséquent, prenez soin d'avoir prévu une demande d'ouverture contre-intuitive. Vous pourriez par exemple réclamer son aide sur votre relation somme toute spéciale avec la partenaire de votre meilleur ami.

### La conversation

La conversation téléphonique en tant que telle est perçue différemment par les hommes et les femmes. La plupart des hommes considèrent leur téléphone comme un moyen d'organiser leur vie, alors que la plupart des femmes y voient une source de plaisir et de conversation. Cela ne signifie pas pour autant que les hommes ne peuvent pas ponctuellement éprouver du plaisir à aborder des sujets sans importance. Mais cela n'a aucune commune mesure avec les femmes.

La première mission est de ne pas faire mention d'un éventuel rendez-vous. Souvenez-vous que la conversation téléphonique ne doit être utilisée que lorsque vous n'avez pas su, ou pu, construire suffisamment de rapport. À l'image des premières sessions de SMS que vous avez entretenues avec votre cible, il faudra aborder des sujets à la fois légers et contre-intuitifs. Évoquez par exemple des anecdotes qui auraient pu se produire depuis votre rencontre :

- Sa soeur jumelle que vous avez prétendument rencontrée ;
- Votre supérieur qui a révélé par mégarde sa passion pour les briquets collector à l'effigie de *Johnny Hallyday*.

Profitez-en pour rebondir sur ses réactions, enchaînez sur des questions touchant directement à sa vie privée. C'est de cette façon que vous parviendrez à construire le rapport manquant avec votre cible.

Les silences étant bien plus gênants que lors d'un face-à-face, il est permis d'écrire à l'avance le scénario de votre conversation, votre cible ne pouvant vous apercevoir. Après tout, vous aviez un plan précis lorsque vous l'avez approchée. Pourquoi le game téléphonique ne pourrait-il pas lui aussi tirer bénéfice des mêmes avantages, d'autant plus lorsqu'ils sont plus faciles d'accès ?

N'hésitez donc pas à griffonner sur un papier quelques mots-clés qui vous permettront de faire appel à des souvenirs au cas où la conversation tournerait court.

### Terminer la conversation

« Les histoires les plus courtes sont souvent les meilleures », la maxime est connue de tous. Chaque conversation connaît un pic d'intensité émotionnelle comme nous avons pu l'observer dans le chapitre **Storytelling**. Lorsque cela se produit dans une conversation téléphonique, il faudra savoir terminer cette dernière, sans y mettre les formes. Ni excuses ni regrets. Mais une promesse que vous ne tiendrez pas : celle de la rappeler.



### Dialogue

**Cible**

*C'est alors que Paul m'a rattrapé au dernier moment, sinon c'en était ...*

**Sasha**

*[Cible], je vais devoir t'abandonner, j'ai un double appel important. Je te rappelle.*

**Cible**

*Mais... Allô ? Allô !*

Imaginez un système d'exploitation d'ordinateur célèbre affichant son célèbre écran bleu suite à un bug. En adoptant ce comportement, c'est exactement ce qui va se produire dans son cerveau. Là où tous les autres hommes l'auraient appelée pour invariablement quémander un rendez-vous à la fin de la conversation, vous, vous lui raccrochez presque au nez. Sans la rappeler qui plus est, quel affront. Vous venez de démontrer une nouvelle fois que vous n'êtes pas un homme comme les autres, que vous restez un défi, ce qui vous permet de récolter une D.V.S. de plus.

Attendez désormais vingt-quatre heures pour initier à nouveau le contact par SMS, et faites comme si rien de tout cela ne s'était produit. Vous serez surpris du résultat positif que vous obtiendrez.

### La gestion du répondeur

Il y a des gens pour lesquels ne pas répondre au téléphone est un art de vivre, et pour ne rien vous cacher, je fais partie de cette catégorie. Bien que je comprenne la frustration que cela crée, j'ai des motivations suffisantes pour me comporter de la sorte. Peu importe ses motivations ou ses occupations, votre cible pourrait, elle aussi, vous laisser vous débrouiller avec son répondeur lorsque vous l'appellerez. Deux options s'offriront alors à vous :

1. Raccrocher et la rappeler plus tard ;
2. Laisser un message sur le répondeur.

Si la première option s'avère être la plus simple et la moins coûteuse, ce n'est néanmoins pas celle-ci qu'il faut retenir. En effet, si elle ne répond pas à votre premier appel, il est par expérience peu probable qu'elle le fasse au second. Vous êtes un P.U.A., et votre cible ne doit pas découvrir plusieurs appels en absence signés de votre nom sur son écran de téléphone lorsqu'elle le récupérera, auquel cas vous passerez peut-être pour un homme légèrement en manque.

Laissez-lui donc un message dès le premier appel. Lorsque vous le faites, ne laissez pas transparaître du découragement tel que :

#### **Vous**

*Salut [Cible], c'est [Vous]. Nous nous sommes rencontrés la semaine dernière à la soirée d'anniversaire de [Ami]. Je t'appelle comme tu me l'as demandé, j'espère que tu vas bien et que l'on aura l'occasion de se revoir prochainement. Tu peux me rappeler au [Numéro de téléphone]. Bisous.*

Ce message est le parfait exemple de ce que vous ne devez pas faire pour les raisons suivantes :

- **Il fait plus de dix secondes.** C'est avec votre cible que vous souhaitez converser, et non pas avec sa messagerie. Si elle veut entendre votre voix, il faudra qu'elle vous rappelle. Ne lui donnez pas ce plaisir par messagerie.
- **Il fait mention d'un éventuel rendez-vous.** Vous ne devez pas fixer de rendez-vous avec votre cible lors d'une conversation téléphonique. Et il est encore moins question de le faire par messagerie interposée.
- **Il fait mention de votre prénom.** À moins de souffrir d'un léger déficit intellectuel, votre cible devrait être capable de lire votre prénom dans la liste de ses appels en absence. Par conséquent, inutile de le faire remarquer dans votre message.
- **Il fait mention de votre numéro de téléphone.** Votre cible le possède déjà, et vous le savez. Par conséquent, inutile de le faire remar-

I quer dans votre message.

En intégrant l'ensemble de ces éléments, voici ce à quoi pourrait ressembler le message que vous laissez à votre cible :

**Sasha**

*[Cible], tu viens de gagner le droit de me rappeler. Félicitations.*

Enfin, n'oubliez pas que l'ensemble des opérateurs téléphoniques proposent un service vous permettant d'effacer puis de recommencer votre message si vous n'en êtes pas satisfait. Servez-vous en avec parcimonie : il ne s'agit pas de perdre toute spontanéité au terme de quelques essais. D'autant plus qu'en agissant de la sorte, il pourrait vous arriver malheur si, agacé par votre incapacité à enregistrer un message correct, vous finissiez par lâcher quelques insultes avant d'appuyer sur le mauvais bouton et de raccrocher.

Par expérience, je peux vous assurer qu'elle ne rappellera pas.



# Notions Clés

## FIN DE CHAPITRE



Vous retrouvez ici les notions principales contenues dans le chapitre « Le game téléphonique ».

- Sauf demande de votre cible, les SMS doivent être préférés aux appels, puisque vous ne connaissez pas son emploi du temps lorsque vous l'appellez, et que vous n'avez pas le temps d'appeler chaque femme que vous rencontrez.
- Votre premier SMS ne doit être envoyé ni trop tôt, ni trop tard, le mieux étant de façon générale le soir suivant votre rencontre, afin qu'elle soit plus disponible, et que vous soyez la dernière personne à laquelle elle pense avant de s'endormir.
- Votre premier SMS doit être court et contre-intuitif.
- Variez le délai de réponse entre chaque SMS, afin de paraître toujours légèrement indisponible.
- Les échanges de SMS doivent être gérés par session, et une session ne doit pas dépasser quatre messages de vous.
- Au terme de deux ou trois sessions SMS, il devient nécessaire de fixer un rendez-vous.
- L'objectif lorsque vous fixez un rendez-vous est de ne pas essuyer de refus.
- Les femmes n'aiment pas planifier leurs activités au-delà de quarante-huit heures, faites par conséquent attention à la gestion du calendrier.
- Les jours à privilégier pour un premier rendez-vous sont le lundi, mardi ou mercredi.
- Si votre cible ne peut répondre favorablement à votre proposition de rendez-vous, ne faites pas de nouvelle proposition, mais demandez-lui ses prochaines disponibilités.
- S'il est nécessaire d'appeler votre cible, votre premier objectif est de la replacer dans le cadre initial de votre rencontre.
- Lorsque vous débutez une conversation téléphonique, introduisez une F.C.T. ainsi qu'une demande d'opinion.
- Lorsque la conversation téléphonique est à son pic émotionnel, raccrochez, afin d'asseoir une fois de plus votre côté contre-intuitif.
- Lorsque vous appelez votre cible, qu'elle ne répond pas, et que vous obtenez son répondeur, laissez un message et n'essayez pas de la rappeler.
- Le message que vous laissez sur le répondeur de votre cible doit être court et ne pas faire mention d'un éventuel rendez-vous.

## A

**Accroche** \_\_\_\_\_

*Toute phrase ou formule en tête d'article, destinée à retenir, à « accrocher » l'attention du lecteur.*

**Anxiété** \_\_\_\_\_

*Trouble psychique se caractérisant par la crainte de survenue d'un danger réel ou imaginaire.*

## B

**Bouclier de protection B.D.P.** \_\_\_\_\_

*Etat d'esprit d'une femme, construit au fil du temps, rejetant tous les hommes qui essaient constamment de l'approcher.*

## C

**Cadrage** \_\_\_\_\_

*Action de contrôler le cadre qu'une cible ou un groupe utilise pour interpréter un événement ou une situation spécifique.*

**Cadre** \_\_\_\_\_

*Système d'interprétation utilisé par un individu ou un groupe pour comprendre un événement ou une situation en particulier.*

**Cible** \_\_\_\_\_

*Toute femme que vous essayez de séduire.*

**Communication non verbale C.N.V.** \_\_\_\_\_

*Tout mode de communication n'ayant aucun recours au verbe, c'est-à-dire utilisé — consciemment ou non — sans le secours du langage, des mots.*

**Congruence** \_\_\_\_\_

*Capacité que nous possédons à faire fonctionner de façon harmonieuse notre corps avec nos gestes et expressions.*

# D

## Début de progression logistique D.P.L. \_\_\_\_\_

*Tout déplacement à l'intérieur du lieu de votre rencontre.*

## Début de progression physique D.P.P. \_\_\_\_\_

*Ensemble des gestes pratiqués au quotidien sur toute personne inconnue.*

## Démonstration de valeur inférieure D.V.I. \_\_\_\_\_

*Action ou histoire qui diminue progressivement votre N.S., et qui peut être utilisée positivement ou négativement en fonction de la N.S. de votre cible.*

## Démonstration de valeur supérieure D.V.S. \_\_\_\_\_

*Toute action ou tout propos de votre part qui augmente votre N.S.*

## Déni plausible D.P. \_\_\_\_\_

*Possibilité pour votre cible de rationaliser son comportement avec de fausses justifications.*

# E

## Équipier \_\_\_\_\_

*Tout ami, ou P.U.A., qui a la capacité et la volonté de vous assister dans la progression de la **SEE** avec votre cible.*

## Exclusion \_\_\_\_\_

*Ignorance délibérée et temporaire de votre cible.*

# F

## Fausse contrainte de temps F.C.T. \_\_\_\_\_

*Illusion verbale et non verbale créée dans l'intention de faire croire à votre cible que vous êtes sur le point de partir.*

## Fin de progression logistique F.P.L. \_\_\_\_\_

*Tout lieu où une relation sexuelle peut raisonnablement se produire.*

## Fin de progression physique F.P.P. \_\_\_\_\_

*Ensemble des gestes pratiqués qui vont plus loin qu'un simple baiser.*

## G

**Gène** \_\_\_\_\_

*Portion de matériel chromosomique qui dure un nombre suffisant de générations pour servir d'unité de sélection naturelle.*

## I

**Indicateur d'intérêt I.D.I.** \_\_\_\_\_

*Signe qui indique que votre cible est intéressée par vous.*

**Indicateur d'intérêt sexuel I.D.I.S.** \_\_\_\_\_

*Tout signe qui démontre un intérêt sexuel de la part de votre cible.*

**Indicateur de désintérêt I.D.D.** \_\_\_\_\_

*Signe qui indique qu'une femme n'est pas intéressée par vous.*

## K

**Kino** \_\_\_\_\_

*Ensemble des actions physiques qu'il vous est possible d'entreprendre sur votre cible.*

## L

**Levier d'Attraction L.A.** \_\_\_\_\_

*Caractéristique considérée comme universellement attractive pour les femmes.*

**Logistique** \_\_\_\_\_

*Ensemble des opérations qui permettent de mettre à disposition le bon produit, au bon moment, au bon endroit et à moindre coût.*

## M

**Maladie sexuellement transmissible M.S.T.** \_\_\_\_\_

*Maladie infectieuse qui peut se transmettre au cours de rapports sexuels, notamment non protégés.*

## Milieu de progression logistique M.P.L. \_\_\_\_\_

*Tout lieu qui se situe entre celui de votre rencontre et celui où une relation sexuelle peut raisonnablement se produire.*

## Milieu de progression physique M.P.P. \_\_\_\_\_

*Ensemble des gestes pratiqués sur toute personne qui vous est proche.*

## Momentum \_\_\_\_\_

*Indicateur technique utilisé par les intervenants en Bourse en fonction de la tendance des actions. Appliqué aux relations sociales, il correspond à la dynamique insufflée sur une période x, et produite par telle ou telle action.*

# N

## Neg \_\_\_\_\_

*Déclaration ambiguë, ou légèrement négative, subtilement délivrée dans le but de démontrer un manque d'intérêt pour une femme, afin que cette dernière remette en cause sa N.S.*

## Note sociale N.S. \_\_\_\_\_

*Sur une échelle de 1 à 10, valeur intrinsèque de chaque individu.*

# O

## Ouverture \_\_\_\_\_

*Commentaire ou histoire courte utilisé pour capter l'attention de votre cible jusqu'à l'obtention du P.A.S.*

# P

## PickUp Artist P.U.A. \_\_\_\_\_

*Toute personne qui s'engage à étudier, puis à appliquer, l'art de la séduction.*

## Pion \_\_\_\_\_

*Instant femme par laquelle vous n'êtes pas intéressé, et qui vous sert d'outil de pré-sélection pour créer de l'attraction chez votre cible.*

## Point d'acceptation sociale P.A.S. \_\_\_\_\_

*Instant T à partir duquel la femme ou le groupe avec lequel vous conversez constate qu'il apprécie votre présence et souhaite poursuivre l'interaction qu'il a avec vous.*

**Proxémie** \_\_\_\_\_

*Gestion du territoire de chaque individu et de l'importance des distances le séparant des autres.*

**R****Remords de l'acheteur R.D.A.** \_\_\_\_\_

*Sentiment d'anxiété ou de regret causé par un achat de haute valeur considéré comme non nécessaire.*

**Résistance de dernière minute R.D.M.** \_\_\_\_\_

*Résistance que met en place une femme à vos avances physiques précédant une relation sexuelle.*

**Routine** \_\_\_\_\_

*Texte appris dont la longueur varie, et qui, une fois joué, communique un maximum de D.V.S. en un minimum de temps.*

**S****Satellite** \_\_\_\_\_

*Tout homme qui passe une partie de son temps avec une femme en prétendant être son ami, dans l'espoir secret d'avoir une relation sexuelle avec elle.*

**Saut** \_\_\_\_\_

*Déplacement de votre cible dans un lieu différent.*

**Storytelling** \_\_\_\_\_

*Art de la transmission et de la conviction par le pouvoir des histoires.*

**T****Terrain** \_\_\_\_\_

*Tout lieu ayant des prédispositions aux rencontres.*

# Z

## Zone ami Z.A. \_\_\_\_\_

*Situation dans laquelle une femme vous voit comme un ami, et non plus comme un amant potentiel. Classification psychologique particulièrement difficile à défaire.*

## TABLE DES MATIÈRES

|               |   |
|---------------|---|
| Préface ..... | 7 |
|---------------|---|

|                    |   |
|--------------------|---|
| Introduction ..... | 9 |
|--------------------|---|

|                        |    |
|------------------------|----|
| Les Fondamentaux ..... | 19 |
|------------------------|----|

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>Psychologie Féminine .....</b> | <b>21</b> |
|-----------------------------------|-----------|

*Qui sont, et que veulent les femmes ? Cette question est l'objet des plus grands fantasmes masculins depuis plusieurs siècles. Ce chapitre y répond en abordant nos origines, les émotions féminines et les caractéristiques universelles qui attirent les femmes.*

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| ■ Liberté, Égalité, Fraternité ..... | 22 |
|--------------------------------------|----|

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| ■ Une longue, très longue évolution ..... | 22 |
|-------------------------------------------|----|

*Là où il n'y a pas de gêne, il n'y a pas de plaisir .....*

*Question de chiffres .....*

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| ■ La N.S. — Note Sociale ..... | 25 |
|--------------------------------|----|

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| ■ Les L.A. — Levier d'Attraction ..... | 26 |
|----------------------------------------|----|

*Le statut économique .....*

*Le statut social .....*

*L'humour .....*

*L'apparence et la condition physique .....*

*L'intuition sociale .....*

*La confiance en soi .....*

|                      |    |
|----------------------|----|
| ■ Les émotions ..... | 33 |
|----------------------|----|

*Le déni de leurs émotions .....*

*Mise en garde .....*

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <b>Psychologie Masculine .....</b> | <b>39</b> |
|------------------------------------|-----------|

*Si les femmes ont des comportements psychologiques qui leur sont propres, les hommes ne sont pas pour autant en reste. Appétit sexuel, infidélité ou vision prétendument superficielle des femmes, qui sommes-nous vraiment ? Quels changements pour devenir un séducteur ?*

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| ■ Ce que veulent les hommes ..... | 40 |
|-----------------------------------|----|

*Là aussi, une question de gêne .....*

|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| Les hommes : infidèles ? .....           | 42        |
| ■ <b>Le P.U.A. — PickUp Artist</b> ..... | <b>42</b> |
| <i>La pratique</i> .....                 | 44        |
| <i>Le cadre</i> .....                    | 45        |
| <i>La présélection</i> .....             | 48        |
| <i>La congruence</i> .....               | 49        |
| <i>Les émotions</i> .....                | 50        |
| <i>La contre-intuitivité</i> .....       | 51        |
| ■ <b>La N.S. — Note Sociale</b> .....    | <b>52</b> |
| <i>L'échelle de la N.S.</i> .....        | 54        |

## La Stratégie de Séduction Émotionnelle .....59

### Approche .....61

*Le jeu de la séduction débute dès que l'on aborde une femme, ou le groupe dans lequel elle est. Ce chapitre permet de créer les conditions propices pour que non seulement on apprécie votre présence, mais que l'on souhaite aussi poursuivre l'interaction avec vous.*

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| ■ <b>Le terrain</b> .....                                     | <b>62</b> |
| <i>Le jour</i> .....                                          | 62        |
| <i>La nuit</i> .....                                          | 64        |
| ■ <b>Le P.A.S. — Point d'Acceptation Sociale</b> .....        | <b>66</b> |
| ■ <b>La D.V.I. — Démonstration de Valeur Inférieure</b> ..... | <b>66</b> |
| <i>Les I.D.D. - Indicateurs De Désintérêt</i> .....           | 67        |
| ■ <b>Le B.D.P. — Bouclier De Protection</b> .....             | <b>69</b> |
| ■ <b>La F.C.T. — Fausse Contrainte de Temps</b> .....         | <b>70</b> |
| ■ <b>Les ouvertures</b> .....                                 | <b>72</b> |
| <i>Les ouvertures directes</i> .....                          | 73        |
| <i>Les ouvertures indirectes</i> .....                        | 75        |
| ■ <b>L'approche des groupes</b> .....                         | <b>77</b> |
| ■ <b>L'approche des membres du staff</b> .....                | <b>80</b> |

**Attraction ..... 85**

*Comme vous ne pouvez attirer une femme en étant simplement vous-même simplement attiré par elle, vous devez être dans la capacité de créer de l'attraction. Ce chapitre vous explique comment y parvenir, tout en vous donnant les clés pour détecter ses signes d'intérêt à votre égard.*

**■ Les D.V.S. — Démonstrations de Valeur Supérieure 87**

*Les types de D.V.S. .... 87*

*La bonne utilisation des D.V.S. .... 88*

**■ Les disqualifiants ..... 90**

*Les Negs ..... 90*

**■ Les I.D.I. — Indicateurs D'Intérêt ..... 94****■ Les routines ..... 97****Qualification ..... 103**

*On ne désire pas ce que l'on possède, et les femmes ne font pas exception à cette règle. Désormais attirée par vous, c'est maintenant à elle de travailler pour gagner votre intérêt, ce qui vous permettra d'en tirer de nombreux avantages.*

**■ La qualifier ..... 105**

*Le qualifiant ..... 105*

*L'exploration ..... 107*

*La récompense ..... 109*

*La soustraction ..... 110*

**Rapport ..... 115**

*Les femmes sont fondamentalement dirigées par leurs émotions, et c'est pour cela que la plupart d'entre elles n'ont pas de relation sexuelle avec un homme pour lequel elles ne ressentent pas de connexion émotionnelle suffisamment forte. Ce chapitre traite des options qui vous sont offertes pour créer le rapport nécessaire à la sexualisation de votre relation.*

**■ Construire du rapport ..... 117**

*Trouver des valeurs, expériences et intérêts communs  
..... 118*

*Partager vos faiblesses ..... 118*

*Obtenir son numéro de téléphone ..... 119*

*Insuffler de la jalousie ..... 123*

**■ La Z.A. — Zone Ami ..... 124**

*Sortir de la Z.A. .... 127*

Extraits du livre **PickUp Artist: Mode d'Emploi** -  
Acheter la version complète - [www.vienrose.fr](http://www.vienrose.fr)

## Séduction ..... 131

*Même lorsque la connexion émotionnelle est suffisamment forte, essayer d'avoir une relation sexuelle avec une femme peut parfois réserver quelques surprises, en particulier lorsqu'elle ne souhaite pas reconnaître qu'elle va ajouter un nouveau nom à la liste des hommes avec lesquels elle a couché. Ce chapitre traite des différentes possibilités vous permettant de surmonter ce problème récurrent.*

### ■ Les M.S.T. — Maladies Sexuellement Transmissibles ..... 132

### ■ Les I.D.I.S. — Indicateurs D'Intérêt Sexuel ..... 133

### ■ Garder un rythme constant ..... 133

### ■ Les R.D.M. — Résistances de Dernière Minute ..... 135

Les types de R.D.M. .... 136

Les exclusions ..... 140

Non, c'est non ! ..... 142

Aucune R.D.M. .... 142

### ■ La relation sexuelle ..... 144

### ■ La suite vous appartient ..... 144

## Progression physique ..... 149

*Exception faite d'un tour de magie extraordinaire, il sera difficile d'avoir une relation sexuelle avec une femme que vous avez séduite sans progression physique. Avant, il faudra pratiquer un contact récurrent et l'embrasser.*

### ■ La proxémie ..... 150

### ■ Le kino ..... 152

Rythme du kino ..... 153

Le D.P. — Déni Plausible ..... 155

Le kino chez les étrangers ..... 155

### ■ Le D.P.P. — Début de Progression Physique ..... 156

### ■ Le M.P.P. — Milieu de Progression Physique ..... 158

Le baiser ..... 159

Quand embrasser ? ..... 159

Comment embrasser ? ..... 160

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| ■ La F.P.P. — Fin de Progression Physique ..... | 161 |
| <i>Les préliminaires</i> .....                  | 162 |

## **Progression logistique..... 167**

« Être là au bon endroit, au bon moment » est une règle qui ne s'applique pas uniquement au monde des affaires. Dans le jeu de la séduction, il sera nécessaire de conjuguer séduction et déplacements, et c'est ce chapitre qui vous expliquera les principes élémentaires.

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| ■ Le D.P.L. — Début de Progression Logistique ..... | 168 |
| <i>L'isolement</i> .....                            | 169 |
| <i>Comment l'isoler</i> .....                       | 169 |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| ■ Préparer votre cible à être déplacée dans un lieu différent ..... | 171 |
| <i>Le saut</i> .....                                                | 172 |
| <i>Le pont</i> .....                                                | 173 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ■ Le désistement .....              | 173 |
| <i>Gérer le désistement</i> .....   | 174 |
| <i>Prévoir le désistement</i> ..... | 175 |

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| ■ Le M.P.L. — Milieu de Progression Logistique ..... | 176 |
|------------------------------------------------------|-----|

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| ■ Le premier rendez-vous ..... | 177 |
| <i>Prévoir le lieu</i> .....   | 177 |
| <i>Le déroulement</i> .....    | 180 |
| <i>Qui paye ?</i> .....        | 181 |

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| ■ La F.P.L. — Fin de Progression Logistique ..... | 182 |
| <i>L'emmener à votre domicile</i> .....           | 183 |
| <i>Votre domicile</i> .....                       | 186 |

## **Annexes..... 191**

### **Anxiété..... 193**

La peur est une émotion naturelle qui doit être annihilée dans le jeu de la séduction. Ce chapitre explique ses origines, puis met à votre disposition un ensemble de solutions afin que vous soyez en possession de toutes vos capacités lorsque vous approchez une femme.

|                        |     |
|------------------------|-----|
| ■ Les fondements ..... | 194 |
|------------------------|-----|

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| ■ Les répercussions ..... | 195 |
|---------------------------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| ■ Les solutions ..... | 196 |
|-----------------------|-----|

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| <i>Modifier votre échelle de valeur interne</i> ..... | 196 |
|-------------------------------------------------------|-----|

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <i>La règle des trois secondes</i> ..... | 197 |
|------------------------------------------|-----|

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <i>L'échauffement</i> ..... | 198 |
|-----------------------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <i>L'oxygénation</i> ..... | 198 |
|----------------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| <i>La mise</i> ..... | 199 |
|----------------------|-----|

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| <i>L'exposition à une forte pression sociale</i> ..... | 199 |
|--------------------------------------------------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <i>L'acceptation</i> ..... | 199 |
|----------------------------|-----|

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <i>Le refus de l'alcool</i> ..... | 199 |
|-----------------------------------|-----|

## **Communication Non Verbale.....205**

*Lorsque nous nous adressons à quelqu'un, la majorité du message que nous lui communiquons passe par nos gestes, et non par nos mots. Ce chapitre vous permettra donc de tirer profit des subtilités de notre communication non verbale et donc de l'améliorer.*

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ■ La roue de la communication ..... | 206 |
|-------------------------------------|-----|

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| ■ Les femmes, ces monstres de communication ..... | 207 |
|---------------------------------------------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| ■ La C.N.V. du P.U.A. .... | 208 |
|----------------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| <i>La tête</i> ..... | 208 |
|----------------------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <i>Les yeux</i> ..... | 209 |
|-----------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| <i>La bouche</i> ..... | 211 |
|------------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| <i>Le menton</i> ..... | 213 |
|------------------------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <i>Le buste</i> ..... | 213 |
|-----------------------|-----|

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| <i>Les bras et les mains</i> ..... | 214 |
|------------------------------------|-----|

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| <i>Les jambes</i> ..... | 217 |
|-------------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| <i>Les pieds</i> ..... | 217 |
|------------------------|-----|

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| ■ La C.N.V. de votre cible ..... | 218 |
|----------------------------------|-----|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| ■ Le contexte ..... | 218 |
|---------------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| ■ La synchronisation ..... | 219 |
|----------------------------|-----|

## **Storytelling.....223**

*Certains individus ont des prédispositions dès qu'il s'agit de raconter et de mettre en scène une histoire. Ils appliquent inconsciemment les principes de la science du storytelling utilisée par les plus grands publicitaires, et dont les secrets vous*

sont révélés.

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| ■ Le storytelling, ou l'art de raconter des histoires | 224 |
| ■ Le storytelling dans la SEE                         | 225 |
| <i>Quand se servir du storytelling ?</i>              | 225 |
| <i>Quels sujets pour le storytelling ?</i>            | 226 |
| <i>L'introduction d'une histoire</i>                  | 227 |
| <i>Le développement d'une histoire</i>                | 228 |
| <i>La conclusion d'une histoire</i>                   | 232 |
| ■ La gestion de multiples sujets                      | 233 |
| ■ La gestion des tics verbaux                         | 234 |
| ■ La modulation vocale                                | 234 |
| <i>Le volume</i>                                      | 235 |
| <i>La vitesse</i>                                     | 235 |
| <i>Le ton</i>                                         | 235 |

## **Le game en équipe ..... 239**

*Si le jeu de la séduction est avant tout individuel, il peut cependant se pratiquer collectivement dans des conditions particulières. Nous analyserons donc ces dernières, tout en mettant en place quelques garde-fou afin qu'il n'y ait pas de dérapages.*

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ■ Les équipiers                     | 240 |
| <i>Respecter les règles</i>         | 241 |
| <i>L'approche de votre équipier</i> | 242 |
| ■ Les pions                         | 245 |

## **Le game téléphonique ..... 249**

*Il est rare de pouvoir réaliser d'un seul trait le processus de séduction avec une femme. Votre téléphone vous servira alors de principal relais pour la contacter à nouveau et planifier un rendez-vous. Ce chapitre aborde tous les principes fondateurs.*

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| ■ La gestion des SMS           | 250 |
| <i>Le premier S.M.S</i>        | 250 |
| <i>Délai des réponses</i>      | 252 |
| <i>La gestion des sessions</i> | 253 |
| <i>Fixer un rendez-vous</i>    | 253 |

## ■ La gestion des appels .....256

Délai des réponses ..... 257

La conversation ..... 259

Terminer la conversation ..... 260

La gestion du répondeur ..... 261

## Mode et Hygiène de Vie .....265

*Les habits que nous portons donnent une première indication à ceux que nous rencontrons sur notre personnalité. Notre opinion sur quelqu'un se forgeant dans les premières minutes, le paramètre vestimentaire ne peut donc être laissé au hasard. Ce chapitre met en avant toutes les subtilités vous permettant d'améliorer votre style au quotidien.*

## ■ La mode .....267

Le costume ..... 270

Les cravates ..... 270

Les chemises ..... 270

Les t-shirts ..... 271

Les ceintures ..... 271

Les sous-vêtements ..... 271

Les chaussettes ..... 272

Les chaussures ..... 272

## ■ L'hygiène .....273

## Les routines .....279

*Les routines ont été abordées en filigrane tout au long de PickUp Artist : Mode d'Emploi, et peuvent être considérées comme les roulettes qui, adaptées sur un vélo, permettent à un enfant de ne pas tomber lorsqu'il apprend à pédaler. Ce chapitre regroupe quelques routines supplémentaires qui n'avaient pas leur place dans l'ouvrage.*

## Le vierge .....281

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase d'Attraction**, lorsque votre cible s'attache à savoir avec qui vous êtes venu, pour vérifier que vous n'êtes pas le genre de prédateurs rôdant seul.*

## Le divorce .....283

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase de Qualification**, lorsque votre cible ne donne pas la réponse que vous attendiez à l'une de vos précédentes questions qui devait servir de qualifiant.*

**Le mariage.....285**

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase de Qualification**, lorsque votre cible met en avant d'elle-même son célibat, ou se met à parler du comportement des hommes de façon négative.*

**Rencontre premier rendez-vous.....287**

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase de Rapport**, lorsque vous revoyez votre cible pour la première fois et que vous souhaitez éliminer la gêne inhérente à ce moment si particulier.*

**L'alcool et les femmes.....291**

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase d'Attraction**, lorsqu'en soirée vous apercevez avec votre cible une autre femme qui semble avoir surestimé sa capacité à supporter les effets de l'alcool.*

**Le chauffeur de taxi.....295**

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase de Rapport**, lorsque vous souhaitez faire preuve de D.V.S. en évoquant votre connaissance des rapports entre hommes et femmes.*

**Les lignes de la main.....299**

*Cette routine se déroule principalement dans la **phase de Qualification**, lorsque votre cible semble récalcitrante à tous vos qualifiants, et que vous souhaitez par conséquent la faire réagir avec des suppositions.*

**Lexique ..... 303**

**Table des matières .... 309**

Achevé d'imprimer en Décembre 2010  
à 1000 exemplaires

*Imprimé en Italie*

Dépôt légal : Décembre 2010  
Prix : 24 euros TTC

ISBN : 978-2-91974-500-5

La société (la) vie en rose est dépositaire de la marque  
(la) vie en rose semi-figurative et nominative.

# PICKUP ARTIST

## MODE D'EMPLOI



**P**ourquoi êtes-vous fatigué de vous rendre dans des bars ou des clubs pour rencontrer des femmes, et rentrer toujours seul ? Pourquoi croisez-vous au quotidien le regard de femmes plus belles les unes que les autres, en vous traitant de tous les noms au lieu de les approcher ? Pourquoi devenez-vous nerveux et paraissez stupide lorsque vous rencontrez des femmes ? Pourquoi certains hommes parviennent-ils à être si bons avec les femmes, et pas vous ?

Si après tant d'années, vous ne parvenez pas à répondre à ces questions, alors *PickUp Artist : Mode d'Emploi* est l'ouvrage qu'il vous faut. Avec *Sasha B.*, *PickUp Artist* reconnu et auteur de la *Stratégie d'Evolution Emotionnelle*, plongez à l'intérieur de la communauté de la séduction et percez ses mystères. Peu importe ce à quoi vous ressemblez ou ce que vous gagnez, apprenez étape par étape à approcher, attirer et séduire n'importe quelle femme, dans n'importe quelle situation. De la communication non verbale à l'obtention d'un numéro de téléphone en passant par la programmation neuro-linguistique, *PickUp Artist : Mode d'Emploi* vous fera entrer de plain-pied dans le cercle très fermé des *PickUp Artists*.

Bientôt, vous ne raterez plus une occasion de séduire les femmes qui vous ont toujours fait rêver.



ISBN 978-2-91974-500-5

Prix : 24€



(la) *vie en  
Rose.*

Plus d'infos sur [www.vienrose.fr](http://www.vienrose.fr)