

Dossier

# Communication

## L'art de la persuasion



Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023710212

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter

[www.bookiner.com](http://www.bookiner.com)

Usage libre de droit (non marchand) avec mention «Bookiner.com»

# Communication

## L'art de la persuasion

- . La sensibilité avant la logique
  - . Les 3 portes d'entrée
- . Veiller au débit et à l'intonation
- . Le regard franc et les postures naturelles
  - . La méthode «ORAL»
- . 3 techniques pour donner du poids à ses propos
  - . Ne pas oublier de passer à l'acte

### Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention «Bookiner.com». L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre **PERSONNEL** (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement, ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.

## LA SENSIBILITÉ AVANT LA LOGIQUE

L'art de la persuasion ne repose pas principalement sur l'énoncé d'arguments logiques, de chiffres ou de statistiques mais sur la capacité à s'adapter à son interlocuteur en touchant sa sensibilité. En ce domaine, les plus beaux discours ne suffisent pas à tenir la route. Pour Jean-Marie Becq du CRC, «*La persuasion, c'est comme une compétition sportive : les premières secondes sont décisives pour gagner*». Tous les spécialistes de la communication sont unanimes pour admettre que la personne à convaincre est d'abord attentive à l'attitude générale de celui qui parle, avant de l'être à ce qu'il dit. C'est au final, ce qu'elle a pu voir et ressentir sur le fond qui est retenu et non pas tant les subtilités du contenu. Pour Didier Weyne, de l'institut de formation Dale Carnegie Training, «*La personne que l'on cherche à convaincre vous perçoit d'abord par tous ses sens. C'est le regard, l'attitude, l'intonation de la voix qui vont la faire vibrer...ou non*». Les psychologues l'ont constaté depuis longtemps, nos gestes trahissent nos intentions et nos pensées profondes. Pour résumer ce vaste pan de la psychologie, tout individu qui souhaite améliorer sa capacité de persuasion doit travailler sur 3 niveaux d'expression : l'affectif, le rationnel, le physique.

## LES 3 PORTES D'ENTRÉE

L'art de la persuasion passe par la capacité d'adapter son message à son ou à ses interlocuteurs. Pour Philippe Cruellas, coach chez Arthur Andersen Management, «*On ne convaincra pas un interlocuteur sans avoir d'abord repéré sa «porte d'entrée*». Il s'agit là d'identifier son profil psychologique dominant par les 3 entrées possibles : l'émotion, la raison, l'action.

. **La porte émotion** : L'individu est ici plus sensible au discours affectif. Il a besoin d'être reconnu et aimé, d'entendre un compliment, que l'on fasse référence à un système de valeur dont il partage la conviction mais aussi qu'on lui manifeste de l'intérêt personnel en employant de l'humour et des métaphores. L'utilisation des verbes et des expressions doit être fortement chargée de sentiment et d'humain.

. **La porte raison** : Pour l'interlocuteur plus cérébral, il est nécessaire de mettre le paquet sur le rationnel, les chiffres, les démonstrations, les explications et les preuves tangibles. L'exposé doit être technique, argumenté et sans faille en utilisant les conjonctions de type «donc» ou «or», etc.

. **La porte action** : Avec un profil majoritairement physique, la première règle est de ne jamais faire durer trop longtemps le discours, afin de ne pas abuser de son temps et lui donner la possibilité de retourner à des occupations plus matérielles. Le discours doit alors déboucher sur une action concrète facilement assimilable par lui. L'appui de photos, échantillons, mise en situation, essais..., sont ici les meilleurs vecteurs de persuasion.

## VEILLER AU DÉBIT ET À L'INTONATION

Pour bien persuader il faut d'abord bien articuler. Bien articuler c'est parler la bouche ouverte avec les mâchoires décrispées. Une évidence! pas tant que ça, compte tenu du stress ambiant. Pour Violaine Fournier, consultante et musico-thérapeute, «*On parle toujours dans l'expiration, sinon ce ne sont que les sanglots d'un gros chagrin*». De la même manière, pour que l'autre ait envie d'écouter, il faut veiller à avoir un débit lent (en moyenne 125 mots à la minute ou 2 mots à la seconde). Le secret d'une voix qui porte loin suppose à la fois, une modulation de l'intonation durant chaque phrase et d'avoir un bon ancrage au sol avec les pieds bien à plat et le dos non cambré. Pour évoquer des chiffres ou des faits, le débit doit être ferme, ni lent ni rapide. Pour faire état d'une réaction personnelle, il convient de baisser la voix comme pour une confidence. Pour attirer l'attention sur un argument-clé, le mieux est de ralentir le débit en marquant l'accent tonique sur les mots importants (intensité portée sur les syllabes). Comme pour 90% des personnes enregistrées qui s'écoutent ensuite (magnétophone, caméscope, vidéo), il est normal de ne pas aimer sa voix. Cela n'a pas d'importance, car les gens sont toujours plus tolérants à écouter autrui, qu'à entendre également leur propre voix.

## LE REGARD FRANC ET LES POSTURES NATURELLES

«Convaincre, c'est communiquer votre énergie à l'autre pour lui donner envie de se rallier à votre idée» commente Jean Pierre Tricard, spécialiste du conseil en dynamique commerciale. Il est donc impératif d'avoir de la confiance en soi lors d'un entretien public en montrant du naturel dans l'ensemble de ses postures (regard, port de tête, bras, buste, jambes...). Le naturel est le principal atout majeur en matière de persuasion. En premier lieu, l'impact du regard associé à un bon contact visuel est éminemment important en s'appliquant à n'être ni fuyant, ni fixe, ni soumis. Il doit être droit, franc et souriant. En matière de posture dominante du corps, il est préférable d'adopter un ensemble de micro comportements ouvertement pacifistes, en évitant tout ce qui peut apparaître comme agressif ou passif. Ainsi pour Thierry Destrez, consultant en communication, «En public, il est conseillé de tourner les paumes vers les autres (ouvrir les mains). C'est un signe de partage et d'ouverture aux idées de l'assemblée». Il confirme même qu'au bureau et en réunion, le mieux est d'adopter une posture avec les deux pieds bien à plat sur le sol, les mains posées sur le bureau ou sur les accoudoirs du siège.»

## LA MÉTHODE «ORAL»

Toujours selon ce consultant, il est important de soigner la clarté de son intervention en bâtissant un plan simple. Il suggère d'utiliser la méthode ORAL qui correspond à 4 temps forts : Objet, Réponse, Argumentation, Action :

- . **Objet** : Il s'agit d'abord d'entrer dans le vif du sujet en annonçant la cause que l'on défend par une accroche qui éveille l'intérêt.
- . **Réponse** : Il s'agit ensuite de présenter directement la solution que l'on envisage en évitant de tourner autour du pot.
- . **Argumentation** : Le troisième temps consiste à énoncer 3 ou 4 idées-forces en commençant par le plus important.
- . **Action** : Enfin, il est impératif de rappeler chaque idée-force en reformulant les arguments majeurs qui lui sont associés. A ce stade, il convient d'inviter à l'adhésion et à l'action proprement dite par la démonstration de l'intérêt individuel et/ou des avantages collectifs à en retirer.

Pour Didier Weyne, du Dale Carnegie Training, il est également important de vérifier que l'interlocuteur a bien compris le message en le reformulant plusieurs fois. Selon lui «La première fois, le message percuté ; la deuxième fois, on le comprend mieux ; la troisième fois, on le mémorise !»

## 3 TECHNIQUES POUR DONNER DU POIDS À SES PROPOS

D'après Lionel Bellenger, spécialiste de la communication, il existe 3 façons pour donner du relief à son discours, à condition de savoir bien les doser afin d'éviter tout phénomène de rejet :

- . **L'effet de connivence** : Il s'agit de créer un climat de confiance, de compromis et de complicité d'ordre affectif avec des phrases du type : «je comprend bien votre position» ; «je partage tout à fait votre avis sur...» ; «comme vous le dites...» ; «entre nous...»
- . **L'effet de méthode** : L'objectif est ici de renforcer la crédibilité de l'orateur en faisant preuve de clarté d'esprit et d'aisance intellectuelle. Il s'agit concrètement de classer et d'ordonner les arguments par des formules du type : «il y a 3 aspects à cette question» ; «2 raisons m'ont conduit à penser...», etc.
- . **L'effet démonstratif** : cet effet repose sur une forte armature logique en insistant sur des expressions chevilles comme «or», «donc», «cependant» ou des liens de cause à effet comme «pour cette raison», «en conséquence», «finalement»...

## **NE PAS OUBLIER DE PASSER À L'ACTE**

Seuls les actes conformes à ce qui a été dit consolident la confiance et font ou défont la crédibilité des individus les plus brillants. Il est donc essentiel de se rappeler que, quel que soit l'intérêt du discours et son apparente adaptation aux souhaits des interlocuteurs, celui-ci doit être obligatoirement suivi par des actes concrets et significatifs. En fait, au-delà du pouvoir apparent des mots et de la communication, la règle d'or de la persuasion est de savoir jouer franc-jeu entre ce qui est pensé, dit et réalisé !