

## Chapitre 6 : L'INFLUENCE

En psychologie, l'influence consiste à œuvrer dans l'objectif de faire adopter un point de vue à une autre personne. L'influence opère une inflexion : celui qui aurait pensé ou agi autrement s'il n'était pas influencé se dirige dans le sens que souhaite l'influent de façon apparemment spontanée. Pour arriver à cet état de fait, les entreprises mettent en place une stratégie d'influence.

La stratégie d'influence peut être définie comme étant la planification de données informationnelles, humaines, cognitives et financières dans le but d'orienter l'environnement en fonction de ses intérêts. Une telle stratégie repose plus exactement sur : les relations publiques et le lobbying. Le premier a pour objet d'orienter l'attitude et le comportement des parties prenantes (échiquier psycho-cognitif) et le second vise à domestiquer l'échiquier technico-normatif (ensemble des règles, des normes et des lois qui encadrent le marché). La combinaison des deux leviers doit ainsi permettre à l'entreprise d'atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés dans les meilleures conditions politiques, financières et temporelles. Une stratégie d'influence bien élaborée repose sur huit étapes :

- **Formuler un objectif** : elle consiste à formuler un objectif clair, atteignable et mesurable.
- **Cartographier l'environnement** : cette étape consiste à identifier les freins et leviers (idéologiques, culturels et politiques) susceptibles de venir compliquer ou faciliter l'atteinte de l'objectif fixé.
- **Identifier les acteurs clés** : il s'agit d'identifier les institutions, groupes et individus qui incarnent tangiblement ces freins et ces leviers. Il s'agit d'intellectuels, scientifiques ou politiques dont l'activité favorise ou pénalise l'atteinte de l'objectif fixé
- **Repérer les leviers de basculement** : cette étape a pour objet de repérer l'ensemble des manœuvres susceptibles d'opérer une inflexion sur la position des acteurs clés. Le but étant de convertir les neutres en sympathisants, et les opposants en neutre.
- **Identifier les vecteurs** : il s'agit d'identifier les relais appropriés pour diffuser les arguments ainsi que les informations enclines à opérer la bascule.
- **Choisir la séquence de lancement** : cette étape est cruciale. Il s'agit de déceler l'instant pour lancer la campagne

- **Analyser les impacts** : consiste à évaluer l'effet des opérations d'influence sur le degré d'accomplissement des objectifs intermédiaires et de l'objectif final.
- **Ajuster la campagne** : une stratégie d'influence n'est jamais figée, elle doit s'adapter en permanence aux réactions qu'elle suscite ainsi qu'aux événements politiques et médiatiques satellites qui ne manqueront pas de venir modifier l'échiquier où se déroule l'opération.

La puissance comme la précision d'une stratégie d'influence est schématiquement déterminée par sa balistique. Autrement dit, l'alignement entre l'objectif, la cible, le discours, le vecteur et le moment d'action.

Une stratégie d'influence, pour être efficace, doit cependant répondre aux 8 principes suivants :

- **Votre cause est inattaquable** : la cause que vous défendez est juste, utile et répond à l'intérêt commun
- **Ajuster la sémantique** : bannissez les mots et expressions susceptibles de susciter un rejet ou une controverse contreproductive. Le cas échéant, définissez une sémantique adaptée.
- **Suscitez l'évènement**
- **La majorité est de votre côté** : l'opinion se range du côté de la majorité, faites savoir que la plupart des acteurs clés vous soutient.
- **Simplifiez et sophistiguez le débat** : les arguments doivent être simples à comprendre et à retenir
- **Soutenez les sympathisants** : apportez votre soutien politique, financier et technique aux institutions, groupes et individus qui soutiennent votre cause.
- **Compliquez la position rivale** : relayez les contradictions, inexactitudes et dérapages de vos opposants.
- **Divisez la contestation** : établissez une segmentation de vos opposants en fonction de leurs convictions et de leur degré d'investissement, adressez-vous à chacun dans l'espoir de les convaincre, et mettez en avant leur soutien.