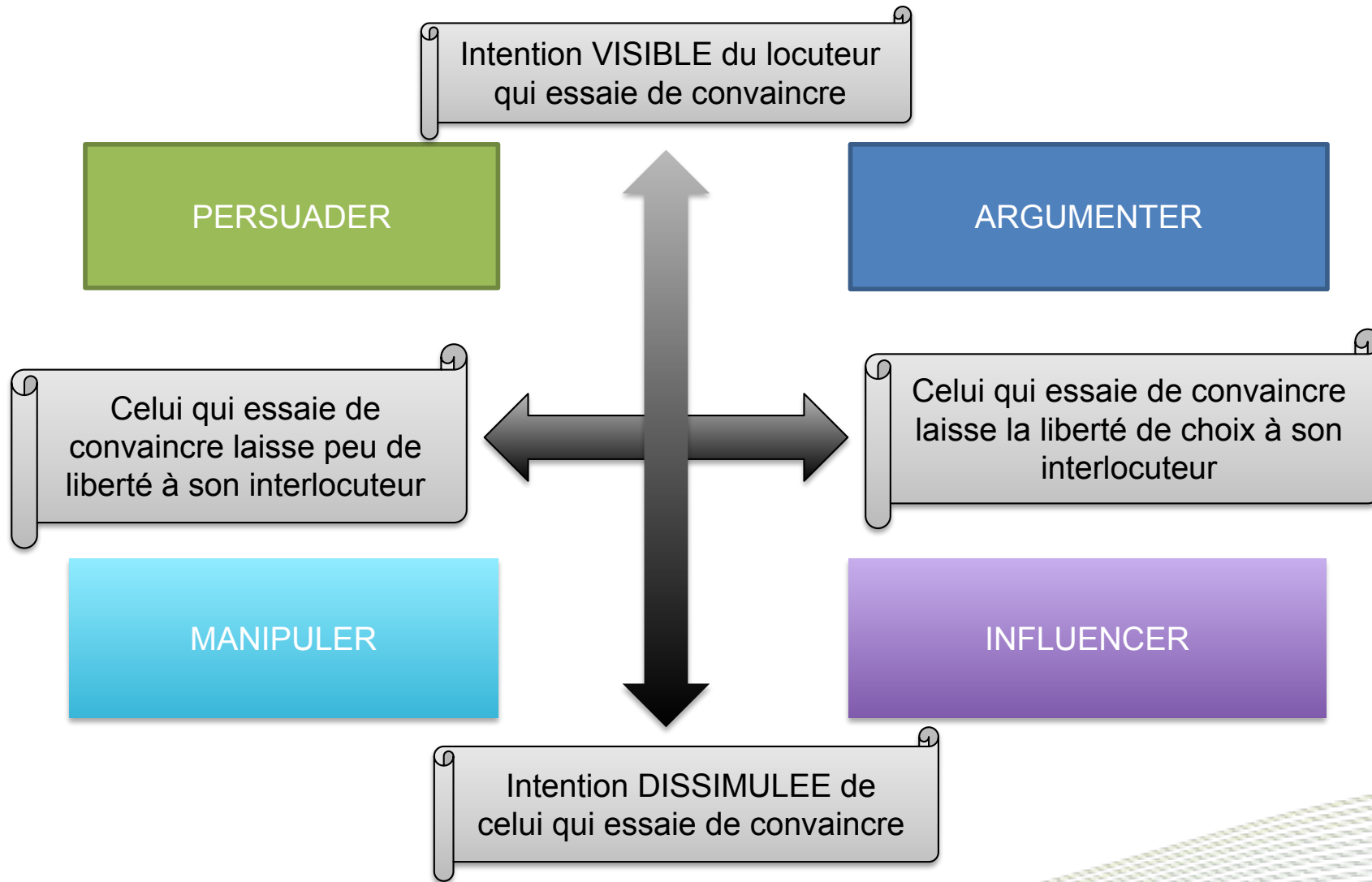


Argumenter

Défendre son point de vue dans
une réunion



Comment convaincre?



PERSUADER

La persuasion consiste à tenter d'obtenir l'adhésion de son interlocuteur en jouant sur ses attentes, ses rêves ou ses émotions.

Exemple: Une publicité cherche à persuader en jouant sur des rêves de beauté, de prestige, de confort.



ARGUMENTER

Argumenter consiste à exposer le bien-fondé d'un point de vue, d'un avis ou d'une opinion. Celui qui veut convaincre va tenter d'obtenir l'adhésion de son interlocuteur en faisant appel à sa raison. Son but n'est pas de « convaincre à tout prix ».



MANIPULER

Manipuler consiste à installer une emprise sur l'interlocuteur et à le rendre dépendant. L'auditoire croit avoir affaire à un argument qui le laisse libre, alors que dans les faits, la manipulation le prive de sa liberté de choix.



INFLUENCER

Celui qui cherche à exercer son influence agit pour orienter le cours des événements, pour que les décisions à prendre aillent dans son sens. Le charisme est la qualité d'une personne qui exerce une influence naturelle sur les autres par ses discours, ses attitudes, sa personnalité.



Comment argumenter efficacement ?

1. Introduire le dialogue

2. Présenter le premier argument

3. Ajouter d'autres idées

4. Conclure l'argumentaire

5. Répondre à un proposition

1.Introduire le dialogue

Dégager les faits ou le problème qui justifie le dialogue

Avant toute chose / Au préalable / En préambule

Attirer l'attention de l'interlocuteur

Savez-vous que...?

Exprimer ce qu'il y a de nouveau

Le fait est que... Ce qui apparaît de nouveau... Ce qui se révèle...

2. Présenter le premier argument

Commencer
l'argumentation

Tout d'abord – En premier lieu – Nous
commencerons par...

Introduire des exemples
probants et décisifs

Ainsi – Par exemple – Notamment – Citons
l'exemple de... qui confirme/démontre...

Tirer la conclusion
d'un exemple

Autrement dit – En un mot – Pour résumer – Dans les faits –
Ce qui veut dire que...

3. Ajouter d'autres idées

Continuer
l'argumentation

Ensuite – En
second lieu –
Par ailleurs – A
cela s'ajoute...

Ajouter
éventuellement
une idée
encore plus
forte (insister,
renchérir).

Mieux encore
– Non
seulement -
Mais encore...

4. Conclure l'argumentaire

En s'impliquant
personnellement, en
donnant son avis.

D'après nous – A notre avis –
En ce qui nous concerne -

En donnant son
avis avec
prudence (sur
des faits
incertains).

Il nous semble que... - Il est probable
que – Il n'est pas sûr que...

En donnant son
avis avec
conviction (sur
des faits certains).

Certainement – Sans aucun
doute – Evidemment –
Incontestablement –
Naturellement – Nous sommes
persuadés...



5. Répondre à un proposition

En maintenant son opinion

Nous restons persuadés/convaincus que...

En exprimant son accord

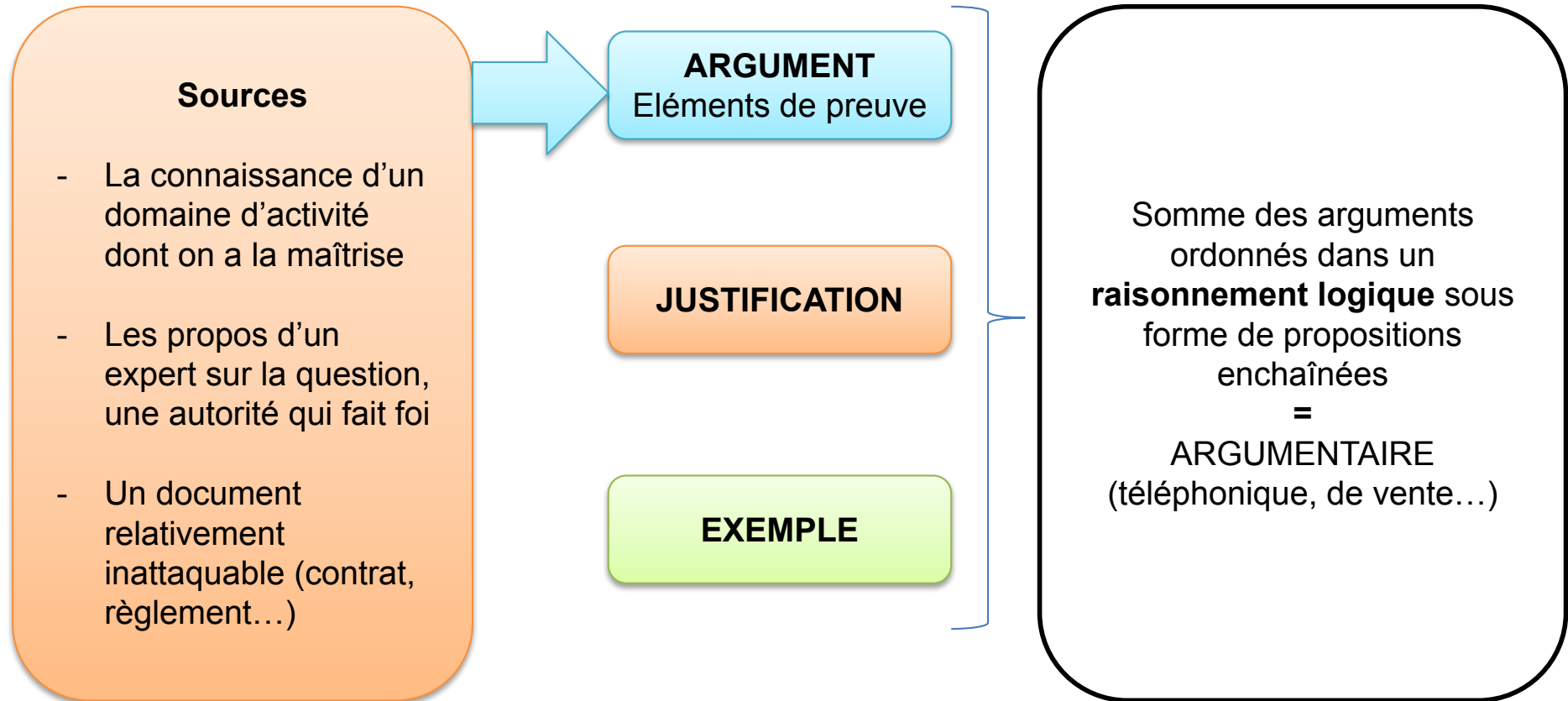
Nous partageons ce point de vue/cette opinion/cet avis/cette position/ce sentiment/ nous approuvons...

En exprimant son désaccord

Nous rejetons – Nous désapprouvons... - Nous nous opposons à... - Nous tenons à exprimer notre désaccord face à...

Construire un argument en l'adaptant à son interlocuteur

- De la construction d'un argument solide à l'argumentaire



Argument	Justification	Exemple
Notre service offre le meilleur rapport qualité/prix du marché	Nous connaissons la sensibilité des clients: ils veulent toujours le meilleur prix, mais sans perdre sur la qualité	Délais de livraison respectés à 100%

L'adaptation de l'argument à l'interlocuteur

	Face à un interlocuteur interne	Face à un client
Besoin de sécurité	Souligner le rôle efficace des procédures, s'appuyer sur le règlement intérieur	Valoriser les aspects techniques (solidité, garantie), la réputation établie de l'entreprise
Besoin d'être reconnu	Valoriser la mission confiée	Proposer des conditions particulières, exceptionnelles du fait de la fidélité appréciée du client
Besoin de se faire valoir	Donner des responsabilités et les justifier	Mettre en avant le prestige de la marque, sa notoriété dans le milieu de référence
Personne qui doute d'un projet	Donner des assurances sur les moyens, des garanties d'encadrement	Démontrer son sérieux, son professionnalisme

S'appuyer sur le type d'argument adapté aux circonstances

Types d'arguments	Quand ?	Exemple
Arguments d'autorité: Faire référence à une personne reconnue et experte en la matière	Quand l'auditoire doute, n'a pas confiance	<ul style="list-style-type: none"> - La prestigieuse revue internationale X a conclu ce débat. - L'ONU confirme...
Arguments de communauté: Faire appel à des croyances, des opinions ou à des valeurs partagées par l'auditoire	Quand l'auditoire est susceptible d'avoir un sentiment d'appartenance à un collectif plus fort que des sentiments individualistes, centrés sur l'intérêt personnel	Nous devons avant tout respecter nos engagements vis-à-vis de nos clients: qualité du service, respect des délais...
Arguments de cadrage: Présenter le réel d'un certain point de vue, en amplifiant certains aspects et en minimisant d'autres de façon à faire ressortir la légitimité d'une opinion	Quand un certain point de vue semble bien plus convaincant que d'autres	Ce logiciel est très ergonomique, il s'intégrera parfaitement dans votre entreprise. Le vendeur met l'accent sur l'esthétique et occulte le côté pratique, le prix...
Arguments d'analogie: Établir une correspondance entre deux faits jusqu'alors éloignés qui va permettre de transférer à l'une les qualités reconnues à l'autre	Quand on présente à l'auditoire un phénomène qui n'est peut-être pas très clair pour lui parce qu'il fait partie d'un domaine inconnu ou peu familier	L'entreprise X a bien réussi à gagner des clients en développant sa branche « e-commerce »