



Livre Convaincre en moins de 2 minutes

Communiquer efficacement, capter et retenir l'attention, savoir s'adapter à son interlocuteur

Nicholas Boothman

Workman Publishing, 2002

Également disponible en : Anglais

Commentaires

Certains semblent rayonner en société et font ressentir à ceux qu'ils côtoient que ce sont les personnes les plus importantes de l'assemblée. Pour beaucoup d'autres, rencontrer de parfaits inconnus et essayer de leur donner bonne impression peut s'avérer être un exercice angoissant, ce qui ne devrait pas être le cas. Nicholas Boothman, consultant en entreprise, nous explique que toute réunion et toute interaction représentent une opportunité. Apprendre à tirer profit de cette opportunité est crucial sur le plan professionnel et personnel. Boothman nous enseigne les compétences nécessaires pour forger des liens immédiats avec les autres, du contact visuel au sourire chaleureux, en passant par la poignée de main ferme. Il aborde en détail des thèmes tels que l'allure, le style conversationnel ainsi que les méthodes pour donner ou recevoir du feedback. On peut reprocher à cet ouvrage son contenu simpliste, néanmoins *BooksInShort* le recommande pour son style convivial et vivant à tous ceux qui se demandent encore comment s'y prendre pour briser la glace.

Points à retenir

- Vous pouvez apprendre à faire une première impression positive et tourner la situation à votre avantage.
- Toute réaction, qu'elle soit positive ou négative, fournit une information essentielle.
- L'acronyme 'SDM' est un aide-mémoire vous permettant de vous souvenir des composantes d'une communication efficace.
- Cet acronyme signifie : 'Sachez ce que vous voulez, découvrez ce que vous obtenez et modifiez votre façon d'agir jusqu'à ce que vous obteniez ce que vous voulez'.
- Utilisez votre allure, votre langage corporel et votre voix pour créer une impression positive.
- Le langage corporel joue un rôle prédominant dans votre communication avec autrui.
- La plupart des gens ont tendance à se fier à ce qu'ils 'voient, entendent ou touchent'.
- Les quatre types de personnalités sont 'les rêveurs, les analystes, les persuasifs et les contrôleurs'.
- Trouvez quelle est votre 'idée phare' personnelle et synthétisez la dans un 'message publicitaire de dix secondes'.
- Entretenir des contacts, apprendre à 'papoter' et faire du réseautage sont des techniques que vous pouvez apprendre.

Résumé

Les lois de Muldoon

Francis Xavier Muldoon était le directeur de publicité dynamique et réputé de la revue *Woman* au Royaume-Uni. « L'évangile selon Muldoon » est un ensemble de lignes directrices dont le but est d'établir des relations avec autrui et dont le principe fondamental est que 'les premières impressions augurent du succès futur plus que ne le font la classe sociale, les qualifications, la formation ou l'addition que vous avez payée pour le repas'. Elles mettent en évidence trois règles de base pour toute interaction sociale :

1. **Créez un contact visuel et souriez** : Ne sous-estimez jamais l'importance du contact visuel car vos yeux en disent beaucoup avant même que vous n'ayez eu le temps de prononcer le moindre mot.
2. **Intégrez-vous, devenez un caméléon** : Les gens sont attirés par ceux qui leur ressemblent et qui pensent comme eux et se sentent donc plus à l'aise en leur

- compagnie. Devenir un caméléon nécessite d'adapter votre comportement et votre attitude aux actions d'autrui pour établir un lien.
3. **Captez l'imagination pour gagner les cœurs** : Suscitez les réponses émotionnelles voulues en faisant appel à l'imaginaire et en utilisant un langage 'riche en sensations'.

Persuasion et communication

Selon Muldoon 'contraindre, c'est obtenir des gens qu'ils fassent ce que vous voulez qu'ils fassent, alors que persuader, c'est obtenir qu'ils acceptent de faire ce que vous voulez qu'ils fassent'. Pour persuader une personne, établissez d'abord un lien de confiance avec elle, présentez-lui un argument logique puis faites appel à ses émotions. Comment savoir si vous communiquez de manière efficace ? Vérifiez tout d'abord si vous obtenez la réaction escomptée. Si, par exemple, vous avez demandé à votre équipe de respecter un délai important et que l'échéance n'a pas été tenue, alors votre communication a échoué. N'abandonnez pas si vous n'êtes pas totalement satisfait des résultats. Considérez que c'est là l'opportunité de recevoir un feedback sur vos méthodes de communication. L'acronyme SDM est un aide-mémoire vous permettant de vous souvenir des trois composantes essentielles d'une communication efficace :

1. **S** : Sachez ce que vous voulez.
2. **D** : Découvrez ce que vous obtenez.
3. **M** : Modifiez votre façon d'agir jusqu'à ce que vous obteniez ce que vous voulez.

« Au cours des deux premières minutes de toute rencontre, il ne s'agit pas simplement de donner une bonne impression initiale mais d'établir un contact entre les instincts et la nature de chacun des individus en relation. »

Vous pouvez appliquer la méthode SDM pour créer votre propre style. Commencez tout d'abord par vous demander : 'Quel message aimerais-je faire passer par le biais de ma tenue vestimentaire ?' Vous pouvez également utiliser les services d'un styliste personnel ou d'un consultant en style.

Juger les autres en un clin d'œil !

L'être humain porte instinctivement un jugement instantané lorsqu'il rencontre quelqu'un pour la première fois. En moins de temps qu'il ne faut pour claquer des doigts, vous avez déjà décidé si vous pouviez ou non vous fier à un individu. Vous pouvez tourner les jugements hâtifs des autres à votre avantage en soignant notamment vos expressions, votre langage corporel, vos manières et votre voix pour créer une bonne impression et établir des relations professionnelles durables et réussies. Utilisez votre gestuelle et vos expressions faciales pour exprimer votre force, votre caractère extraverti et votre énergie positive afin de provoquer un jugement instantané favorable. Avant d'approcher un inconnu, dites-vous quelque chose de positif pour vous aider à sourire de manière sincère. Vous pouvez, par exemple, répéter plusieurs fois le mot 'génial'. Pendant les présentations, notez mentalement la couleur des yeux de votre interlocuteur (cela vous permettra d'établir un bon contact visuel). Pour susciter un sentiment de 'confiance et de bien-être', positionnez-vous face à votre interlocuteur de manière à ce que votre cœur soit face au sien, sans pour autant envahir son espace personnel.

Soignez votre attitude

Que vous paraissiez heureux et chaleureux ou irrité et arrogant, votre attitude est la première chose qu'on remarque. Vous pouvez modifier votre langage corporel pour renvoyer une image spécifique. Les gens envoient des messages et y réagissent de manière physique et verbale. Prenez conscience de votre langage corporel afin d'établir des liens plus forts avec les autres. Une gestuelle 'ouverte', par exemple, indique que vous êtes accessible alors qu'une gestuelle 'fermée' transmet un signal négatif. Recherchez la 'congruence' en harmonisant les 'trois V' ('le visuel, le vocal et le verbal'). Faites en sorte que votre gestuelle soit compatible avec votre message verbal, sinon vous risqueriez de laisser vos interlocuteurs perplexes. Le retour d'information est l'étape ultime de la boucle de communication et permet à vos interlocuteurs de s'assurer que vous suivez et comprenez ce qu'ils vous disent. Vous pouvez leur montrer que vous êtes à l'écoute en vous penchant en avant, en hochant la tête, en souriant et en riant, en croisant ou en remuant les mains.

Utilisez le langage du cerveau

Le langage premier du cerveau est constitué d'images, de sons et d'émotions et les mots viennent ensuite. Le cerveau ne peut traiter des images négatives : essayez de visualiser que vous n'êtes pas en train de faire quelque chose, comme par exemple 'ne pas donner un coup de pied à un chien'. Tout ce que vous pouvez visualiser est que vous êtes en train de faire autre chose comme le caresser ou se tenir simplement à ses côtés. Tout bonnement parce que votre cerveau peut uniquement traiter les idées positives. Tournez ce concept à votre avantage en utilisant un langage positif lorsque que vous vous adressez aux autres. Dites, par exemple, 'avec plaisir' au lieu de dire 'sans problème'.

« Nous devons nos plus grands succès au fait de nous adapter à la situation. »

La plupart des gens se scindent en trois groupes : ceux qui se fient à la vue, au son ou au toucher. Les 'visuels' veulent savoir à quoi ressemblent les choses et ont tendance à soigner leur tenue vestimentaire, à se tenir droits et à mépriser la pagaille et la confusion. Les 'auditifs' apprécient les mots et les voix, réagissent de manière sensible au bruit, s'expriment de manière rythmée et peuvent même pencher la tête d'un côté lorsqu'ils écoutent les autres. Les 'kinesthésiques' perçoivent le monde au travers du toucher, aiment la pratique et s'habillent de manière confortable avec des textures et des tissus variés.

Vous avez de la personnalité.

On distingue quatre principaux types de personnalité :

1. **Les rêveurs** : Ce sont de véritables incubateurs à idées, créatifs et aimant sortir des sentiers battus.
2. **Les analystes** : Ils examinent le potentiel de réussite des idées et sont souvent méticuleux et soucieux du moindre détail.
3. **Les persuasifs** : Ce sont de bons communicants qui parviennent à transmettre la valeur d'une idée.
4. **Les contrôleurs** : Ils suivent le projet du début à la fin et sont pragmatiques et orientés résultats.

Mission accomplie

Les énoncés de mission de la plupart des entreprises sont définis en termes vagues, difficiles à mémoriser et sont souvent médiocres. Toutefois, les cadres qui comprennent clairement l'importance d'une prise de position ferme peuvent formuler une version condensée de cet énoncé de mission aussi appelée 'énoncé de l'idée phare'. Cette idée phare décrit la raison d'être de l'entreprise, en explique la portée et peut ainsi ajouter de la valeur et insuffler une énergie nouvelle à la mission d'une entreprise. En tant qu'employé, définissez votre propre idée phare pour déterminer quelle est la contribution que vous apportez à votre fonction. Pour vous, le travail va bien au-delà du simple fait de recevoir votre salaire à la fin du mois, alors pourquoi faites-vous ce que vous faites tous les jours ? Une fois définie votre idée phare, rédigez votre 'message publicitaire' de dix secondes dans lequel vous expliqueriez votre travail à quelqu'un d'autre, en abordant notamment trois éléments : ce que vous faites, pour quelles personnes vous le faites et en quoi cela améliore la vie de ces personnes.

Établir des liens pour réussir

Entretenir des contacts et faire du réseautage sont des compétences que vous pouvez acquérir. Si vous avez la bouche sèche et le cœur qui bat la chamade à la seule perspective d'entrer dans une pièce pleine d'inconnus, n'ayez crainte, voici une procédure en cinq étapes pour créer une interaction amicale et chaleureuse :

1. **Ouverture** : Adoptez une attitude ouverte et accueillante.
2. **Regard** : Regardez dans les yeux la personne que vous êtes en train de saluer.
3. **Sourire** : Souriez pour faire comprendre que vous êtes 'confiant' et 'honnête'.
4. **Parole** : Présentez-vous et soyez attentif au nom de votre interlocuteur.
5. **Synchronisation** : Adaptez votre communication non-verbale aux personnes que vous rencontrez.

« L'invasion inconsciente de l'espace privé de quelqu'un peut déclencher une réponse instinctive forte et créer de réels obstacles. »

Ne sous-estimez jamais l'importance d'une poignée de main : elle est le reflet de votre caractère et doit être 'ferme, rapide et respectueuse'. N'attendez pas qu'on vous présente, prenez les devants et présentez-vous, puis présentez les personnes qui vous accompagnent.

Lorsque vous rencontrez des personnes pour la première fois, laissez-les monopoliser la conversation afin de vous permettre de mieux établir la relation. Encouragez-les à parler en posant des questions ouvertes telles que 'Que pensez-vous de... ?' ou 'Dites m'en plus à propos de...'. Traquez tout centre d'intérêt commun et apprenez l'art d'engager une conversation plus intime.

« Dans presque toutes les situations, il est essentiel de commencer par définir ce que l'on souhaite. »

Apprenez à lier votre état émotionnel à ce que ressentent les autres. Si ces derniers semblent indifférents à vos idées et que vous souhaitez leur faire partager votre enthousiasme, vous devez d'abord éveiller leur curiosité pour pouvoir ensuite transmettre votre enthousiasme.

Faire une présentation : l'étape ultime

Beaucoup tremblent à l'idée de prendre la parole devant un auditoire. Pour établir un contact individuel avec tous les membres d'un auditoire, commencez par adopter une attitude ouverte, créez des contacts visuels, souriez chaleureusement et utilisez un langage corporel et des modulations vocales agréables. Soignez votre entrée car vous disposez de moins de 2 minutes pour séduire votre auditoire. Montrez vos sentiments et votre enthousiasme, et faites ce qu'ont fait depuis toujours les meilleurs orateurs : racontez des histoires, des fables, des anecdotes et utilisez des métaphores pour capter l'imagination de votre public.

À propos de l'auteur

Nicholas Boothman est le fondateur de la société de conseil Corporate Images et a notamment écrit *How to Make People Like You in 90 Seconds or Less*. C'est également un conférencier réputé dans le domaine de la connexion et du développement des relations humaines.
