



L'art de convaincre

L'art de convaincre nécessite de prendre conscience de l'autre avant de pouvoir appliquer d'éventuelles techniques. Voici ses conseils pour convaincre en toute situation : lors d'un entretien d'embauche, d'une proposition commerciale, d'une négociation, etc.

1 Faites preuve de clarté

La première étape pour parvenir à convaincre est d'expliquer les choses avec clarté et simplicité. Il faut dès le début sélectionner ce que vous voulez, le but à atteindre, vers quoi vous allez, et pour quelle raison. "Aujourd'hui les gens sont trop spontanés, observe les spécialistes. Il faut être plus calculateur, faire preuve de rationalité." Expérimentez sur vous-même votre argumentaire avant de vouloir convaincre d'autres personnes. Cela vous permettra de juger de la clarté de votre discours. "Si vous vous embrouillez, vous n'avez aucune chance de convaincre".

La notion de temps prend ici toute sa signification. Rien ne sert en effet de délayer votre discours, ce serait dangereux pour la clarté de celui-ci. "Les avocats le savent bien lorsqu'ils ne conservent que deux ou trois arguments défendables et oublient ceux sujets à objections." Il en va de la pertinence de l'argumentation.

2 Partagez votre conviction

La conviction que l'on met dans les choses est déterminante. Elle représente l'engagement, l'investissement personnel que vous manifestez à travers vos propos, votre propre assurance. Cette détermination engage l'autre - votre interlocuteur - car vous adhérez vous-même à ce que vous dites. Ici, il est possible de jouer sur l'émotionnel : intonation de la voix, gestuelle, intensité du regard...

3 Ajoutez-y de la crédibilité

Pour être crédible, soyez le plus factuel possible. Appuyez-vous sur des faits, des preuves, des expérimentations, des tests... qui prouvent que vous dites la vérité. Mais attention, trop d'exemples tuent l'exemple ! Il faut fournir le bon, en s'appuyant sur des éléments concrets qui se fixent dans la mémoire. Néanmoins, un fait ou un témoignage ne suffit pas seul, et il faut pouvoir en fournir d'autres corroborant le premier en temps utile. On mesure très bien l'importance de l'exemple pour contrer quelqu'un lorsqu'on demande : "Avez-vous un exemple qui prouve que... ?"

SPORT & FORMATION
Chemin des Ormes
04800 Gréoux-les-Bains
Tél: 06 11 81 77 55/06 50 97 70 87
817 576 275 RCS Manosque

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93.04.00834.04 du préfet de région de Provence-Alpes-Côte d'Azur



4 Soyez à l'écoute des autres

Pour convaincre, il est indispensable de prendre en compte l'autre et sa logique propre. Il s'agit d'être en résonance avec ses interlocuteurs, de dire les choses qu'ils voudraient entendre. "C'est essentiel, mais c'est un facteur qui fait pourtant trop souvent défaut". Vous n'allez pas non plus convaincre votre interlocuteur avec des arguments qui vous ont convaincu vous-même. Il faut étudier sa cible avant tout.

5 Adaptez-vous à l'auditoire

Avoir un discours collectif et prendre en compte l'autre lorsque l'on fait face à un auditoire de plusieurs dizaines, voire centaines de personnes est ce qu'il y a de plus difficile. "C'est comme lors d'un discours télévisé. Il ne faut pas cibler un auditoire particulier car on ne sait jamais qui peut regarder la télévision en dehors de sa cible." Une foule n'est jamais homogène. Essayez d'en dire un peu pour tout le monde, en tenant compte des auditeurs indifférents, hostiles ou acquis. "Le problème est qu'il est impossible de mesurer la proportion de chacun d'entre eux dans l'auditoire."

6 Préparez vos arguments

Commencez par écrire tout ce qui vous passe par la tête, faites un brouillon sans censure, couchez vos idées sur le papier. Ensuite, à tête froide - deux jours plus tard par exemple - sélectionnez deux ou trois idées forces. "Peu sont ceux qui prennent temps aujourd'hui de le faire, alors qu'il suffit parfois de dix à quinze minutes. Et c'est au moment d'argumenter que les gens se précipitent et livrent le plus souvent un véritable brouillon ! Contrairement à ce que l'on pourrait croire, une personne peu préparée parle sans interruption ni blanc, et le propos part dans tous les sens." Il ne faut pas improviser. Ceux qui ne savent pas où ils vont cherchent souvent l'esthétique. Posez-vous la question : Quels sont les deux arguments à utiliser ?

A un moment donné, lors de votre discours, un argument va faire mouche, comme c'est souvent le cas lors d'une vente. C'est un argument évident qui fait oublier à l'interlocuteur tout ce qui a été dit auparavant et lui fait prendre sa décision. "Le processus de déclic nécessite un fort travail de préparation et de production en amont".

7 Optez pour la logique déductive

La déduction est le raisonnement par excellence pour convaincre. Il consiste à suivre l'enchaînement suivant :

1. - Exposé des faits...
2. - "Or..."

SPORT & FORMATION
Chemin des Ormes
04800 Gréoux-les-Bains
Tél: 06 11 81 77 55/06 50 97 70 87
817 576 275 RCS Manosque

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93.04.00834.04 du préfet de région de Provence-Alpes-Côte d'Azur



3. - "Donc..."

4. - "C'est logique, non ?"

Les gens ont perdu l'habitude de faire des syllogismes à trois étages - voire quatre - or c'est un raisonnement construit, d'une logique implacable. Par exemple : "Les accidents de la route ont diminué l'année dernière or on a réduit les limites de vitesse, donc on va maintenir ces limitations."

L'interlocuteur donne la clé avec laquelle il peut se laisser convaincre

Par contre les syllogismes ne s'inventent pas à la dernière minute, spontanément sur place, car certains peuvent s'avérer faux. D'ailleurs, il peut être utile de préparer plusieurs scénarios. Suivant la sensibilité des gens on pourra jouer sur les faits ou les éléments logiques. "C'est l'interlocuteur lui-même qui donne la clé avec laquelle il peut se laisser convaincre, notamment lorsqu'il dit Donnez-moi un exemple..."

8 Evitez de séduire ou d'intimider

Influencer l'interlocuteur par l'intimidation ou la menace, voire la séduction, provoque l'adhésion par contagion et crainte, on joue sur la vulnérabilité de l'interlocuteur pour l'amener à réagir comme on le souhaite. Il n'y a pas de véritable engagement. Si la menace ou la séduction se lève, l'engagement disparaît. De plus, c'est dommageable sur le moment : l'interlocuteur peut aller vérifier les faits et arguments, et vous assisterez à un revirement ou un évitement. "C'est un peu l'équivalent du doping sportif où il faut maintenir un certain niveau de dopage sinon l'engagement s'estompe. Cela crée une situation de dépendance et d'altération de la personne. Finalement, ça marche mais c'est temporaire."

Cela n'empêche pas de mixer les processus en ajoutant une touche de séduction, un peu de charisme et des arguments fiables. La séduction est cependant contre productive face aux personnes fortement indépendantes, autonomes, avec un moindre niveau d'anxiété. La séduction est une sorte de résonance que l'on a avec une autre personne.

9 Ajustez-vous à la situation

Si vous n'avez pas beaucoup de temps devant vous pour convaincre quelqu'un, allez droit au but pour faire réagir votre interlocuteur, ou tout du moins le sensibiliser. Il s'agit d'une sorte de préambule où vous n'allez pas encore négocier. C'est par exemple lorsque vous vous trouvez nez à nez avec le PDG de votre entreprise dans un ascenseur : il n'a rien d'autre à faire que de vous y écouter. A la fin, preuve de l'efficacité de votre démarche, on vous propose un rendez-vous ou un appel téléphonique le lendemain matin...

Il faut savoir lâcher prise si votre interlocuteur garde une position obstinée. Dans ce cas là, c'est un vrai travail de patience où il faut d'abord faire douter et réfléchir son interlocuteur par un travail de questionnement.

SPORT & FORMATION

Chemin des Ormes

04800 Gréoux-les-Bains

Tél: 06 11 81 77 55/06 50 97 70 87

817 576 275 RCS Manosque

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93.04.00834.04 du préfet de région de Provence-Alpes-Côte d'Azur



Terminez votre discours par "Voilà la question qu'il faut que vous vous posiez..." ou bien "Est-ce que tu es sûr ?"
C'est l'art de l'intrigue, de l'accroche, qui donne envie d'aller plus loin. Une phrase suffit pour semer une idée.

10 Choisir le bon moment

La précipitation est une grossière erreur pour qui veut convaincre. Alors n'improvisez pas si l'occasion se présente. "Si une opportunité se présente mais que vous n'êtes pas préparé, mieux vaut ne pas partir à l'attaque, vous risqueriez de perdre vos atouts, de mettre dans l'inconfort votre interlocuteur." En l'alertant sur ce que vous vouliez, vous l'auriez peut-être mis en position de force. En tout cas, vous feriez mauvaise impression. Pour convaincre, il faut avoir le bon argument au bon moment. Et le bon moment n'est pas celui qui vous arrange le plus mais bien le contexte le plus propice pour argumenter.

SPORT & FORMATION
Chemin des Ormes
04800 Gréoux-les-Bains
Tél: 06 11 81 77 55/06 50 97 70 87
817 576 275 RCS Manosque

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93.04.00834.04 du préfet de région de Provence-Alpes-Côte d'Azur