

LE GUIDE DE LA COMMUNICATION *au féminin*



LE "MUST HAVE" POUR DEVENIR UNE MEILLEURE LEADER

Business O
FÉMININ

Préface

E-mer-veil-le-ment. La première fois que je suis repartie de Shanghai, énergie, élan et enthousiasme se mêlaient. J'avais soif de raconter et de célébrer l'Empire du Milieu que l'on connaissait finalement si peu depuis la France. En rendant visite à mon ami Philippe Branche installé en Chine, j'ai découvert un territoire et un état d'esprit des plus porteurs. J'y suis retournée régulièrement avec cette même curiosité et cette envie de mettre des mots sur des impressions toujours aussi vives. Aussi, avec Philippe, nous avons rencontré ces dirigeants et ces entrepreneurs qui façonnent cette Chine.

En éveil

Parce que nous avons conscience du rôle premier de la communication, nous avons pu nous rendre audibles, tisser et renforcer ces liens. Loin de nos repères et imaginaires occidentaux, il s'agissait d'être en éveil et particulièrement attentifs aux signaux faibles, aux manières de se comporter et d'entrer en interaction avec nos interlocuteurs. Le concept de Mianzi manifeste, ainsi, l'importance de garder la face. Nous l'avons constaté à maintes reprises et pris en compte dans la manière de communiquer en nous rendant dans les différentes régions de Chine dont les contextes et enjeux différent sensiblement.

Entrer en communication, c'est décider de laisser la part belle à son interlocuteur. Prendre le temps de comprendre qui il est et ce qu'il anime en vérité. Quels sont ses enjeux et ses grilles de lecture lorsque vous prenez attache avec lui ? Soyez attentif aux publics auxquels vous entendez vous adresser. Ils doivent, en permanence, être au centre de votre attention.

Brio

Dans la continuité de son expertise passionnante sur l'empowerment des femmes, Business O Féminin propose avec « Le Guide de la communication », des pistes vraiment intéressantes pour maîtriser davantage les enjeux de la communication. Comme vous le verrez, celle-ci prend place dans nos quotidiens dans la sphère personnelle que professionnelle.

Du discours prononcé avec brio pour le mariage de votre fille dans une citadelle Vauban au mot de remerciement à l'issue de votre marathon ou trail en passant par votre pitch pour votre prochaine levée de fonds en série C, les contextes et occasions sont multiples ; saisissez-les !

Ce guide, j'en suis certaine, vous sera précieux pour, vous aussi, communiquer.

Bonne lecture !



Mathilde Aubinaud,
Communicante, plume et enseignante.

Mathilde Aubinaud est diplômée d'Assas et du Celsa. Après avoir été responsable des relations publiques d'une entreprise dans la market intelligence, responsable éditoriale à Bercy, elle est, aujourd'hui, communicante, plume et enseignante. Elle décrypte régulièrement la communication dans les médias. Elle a publié six livres dont Mieux comprendre la Chine co-écrit avec Philippe Branche (VA Editions).

Sommaire

Intro

L'art de la parole 1

01

Apprendre à parler 5

Ce que l'on ne nous dit pas à l'école sur la parole

8 conseils pour communiquer efficacement

L'art du mot juste...

Convaincre en quelques mots, c'est possible

02

Construire mon identité grâce à la parole 20

Les 10 conseils du Personal Branding

03

Prendre la parole en public 25

Prise de parole en public : comment maîtriser son stress

10 conseils pour une prise de parole réussie

Comment s'affirmer par le travail de sa voix ?

Prise de parole en public : attention à vos gestes !

Prise de parole en public, quelle est la bonne posture ?

Comment pitcher en toutes circonstances ?

Les conseils pour pitcher à l'américaine !

04

Réussir ses prises de parole dans les médias 50

10 conseils pour être visible sur les réseaux sociaux

Pourquoi il ne sert à rien d'être sur tous les réseaux sociaux et comment trouver le sien ?

7 clés pour réussir vos visioconférences

05

Communication et Management 63

Mieux manager grâce à une bonne communication

5 conseils pour conduire efficacement une réunion

Intro

L'art de la parole

Dès notre naissance, la parole s'impose comme le moyen par excellence de se connecter au monde. Le premier cri du nouveau né n'est-il pas d'ailleurs sa manière de dire: « *je suis là* ».

Plus tard, dans notre vie d'enfant, la parole est un des apprentissages que le parent accompagne car savoir parler, c'est rentrer en relation et transmettre des savoirs qui seront essentiels à l'adulte en devenir. L'enfant parle pour demander, dire ses émotions, exprimer son point de vue puis plus les années passent, plus la parole se raffine, l'apprentissage du langage apporte ses nuances qui permettront à l'adolescent d'exprimer ses accords ou désaccords, de développer son esprit critique, de se confronter au monde. La parole devient ainsi un outil d'affirmation de soi. Ne dit-on pas souvent d'une personne qu'il « *parle bien* » pour exprimer le fait qu'il est capable de convaincre son interlocuteur, de susciter son assentiment. La parole devient ainsi au fur et à mesure des années un moyen d'exprimer son leadership.

Dans les pays anglo-saxons, en Grande Bretagne et aux Etats-unis, les « *circles time* » sont des apprentissages très importants de la vie scolaire de l'enfant car il est invité à s'exprimer devant les autres, dans un cadre ludique, il apprend ainsi à rentrer en contact avec ses congénères par le biais de la parole. Cet exercice oratoire pratiqué dès le plus jeune âge lui permettra d'acquérir confiance en lui et d'apprendre à adapter sa parole à son auditoire. En effet, les mots peuvent servir de bouclier mais ils sont le plus souvent fait pour exprimer ses idées et recueillir l'adhésion.

Un bon leader est un bon communicant

Cette maîtrise de l'art oratoire célébrée par les grecs à Athènes est une condition sine qua non de l'exercice du pouvoir politique. Le poète Eupolis parlant de Périclès, qui dirigea la cité à son apogée, note: Périclès « *avait un don pour persuader, son langage était un sortilège.* »

Aujourd'hui, cette maîtrise oratoire fait partie des « *softs skills* »* car au delà de la technicité recherchée chez un individu, c'est sa capacité à comprendre son environnement et à s'y adapter par une communication appropriée qui sera jugée in fine.

Un bon leader se doit ainsi d'être un bon communicant. Parmi les exemples de leaders contemporains, on peut citer quelques hommes politiques comme Winston Churchill, Barack Obama, Charles de Gaulle et quelques femmes telle que l'américaine Oprah Winfrey. Qu'y a t-il de commun entre ces personnages venant d'époques et d'horizons si différents ? Une même capacité à construire un message qui touche le plus grand nombre par un mélange de transcendance et de quotidien, le récit d'une histoire qui nous touche au plus profond. En un mot, une maîtrise parfaite de l'art du storytelling.*

Parler à bon escient ou l'art de se taire quand il le faut

Dans l'une de ses célèbres citations, Winston Churchill note: « *Le courage c'est ce qu'il faut pour se lever et parler. Le courage c'est aussi ce qu'il faut pour s'asseoir et écouter.* » Autrement dit rien ne sert de parler à tort et à travers, l'important est dans la qualité du message, un bon « *speech* » est souvent une alchimie entre un propos clair et concis. L'abbé Dinouart va même plus loin, lui qui publia en 1771 un ouvrage intitulé **L'art de se taire**.

Il note que « *jamais l'homme ne se possède plus que dans le silence* ». Ce propos s'inscrit évidemment dans une époque où les philosophes des lumières sont rois et s'expriment de manière prolifique mais retenons tout de même qu'un bon communicant est aussi une personne qui maîtrise sa parole et sait aussi se taire quand il le faut pour écouter notamment...

« The medium is the message » Marshall Mc Luhan

Enfin, terminons par une évocation du théoricien de la communication canadien, Marshall Mc Luhan et son livre « *The medium is the message* », une contribution importante à l'histoire de la communication à l'ère moderne. En effet, il note que le medium, c'est à dire le moyen de communication façonne en quelque sorte le message. On ne s'exprimera pas, par exemple, de la même façon si nous écrivons un livre ou si nous parlons en public.

De même que la télévision, la radio impose son cadre et format au message qui se doit d'être plus concis, d'aller à l'essentiel et raconter une histoire. Les techniques de storytelling sont à cet égard particulièrement adaptées à ces média et à notre époque plus visuelle qu'écrite et peuvent se résumer en 7 principes empruntés aux Ted Talks.

1. Immergez votre audience dans une histoire
2. Racontez une histoire personnelle
3. Créez du suspense
4. Donnez vie à vos personnages
5. Montrez, ne racontez pas, utiliser les dialogues plutôt que le récit
6. Développez l'intrigue pour arriver à un « *STAR moment* », « *Something They will Always Remember* »
7. Concluez avec une note positive

Communication et Leadership authentique

Comme vous le verrez dans ce guide, la communication est faite de techniques que nous nous devons de maîtriser au mieux afin d'atteindre nos objectifs professionnels et personnels. Pourtant, la communication ne doit pas être artificielle mais garder une authenticité car on ne peut aller contre sa nature, s'inventer un personnage sans risquer d'être mis à jour, surtout à l'ère de la communication de masse qui a pour corollaire un décryptage permanent et le principe de plus en plus répandu du « *fact checking* ».

Il n'est donc pas étonnant que dans ce contexte, les recherches académiques récentes autour du leadership se focalisent sur l'« authentic leadership », un leadership authentique axé sur l'humain et la capacité du leader à révéler les potentiels de chacun. Ce type de leader encourage une communication plus fluide au sein de son organisation par un rapport moins pyramidal avec ses équipes. Cette communication plus authentique est sans aucun doute l'horizon à atteindre de tout leader ou manager du XXI ème siècle pour construire un monde plus inclusif.



Véronique Forge Karibian
Fondatrice de [Businessofeminin.com](https://www.businessofeminin.com)

01

Apprendre à parler

Ce que l'on ne nous dit pas à l'école sur la parole



Lors d'un comex, d'une assemblée de dirigeants, ou d'un apéritif entre amis... Les occasions de prendre la parole sont légion. Autant d'opportunités pour se détacher, faire entendre sa vision et rester dans les mémoires. Dans son livre, *Prendre la parole pour marquer les esprits*, Adrien Rivierre, consultant spécialiste de la prise de parole nous livre ses conseils.

« *I have a dream* » Quatre mots qui ont façonné l'Histoire. Une sentence qui est restée gravée parmi les grands discours. Avec son verbe, Martin Luther King nous emporte dans son discours. **Formuler un discours qui demeurera et qui aura une portée et une influence pour une institution ou une entreprise se prépare bien en amont.**

« Soyez toujours très concret »

Adrien Rivierre insiste ainsi le rôle clé « *des solutions* » à mettre en avant **de manière concrète et tangible**. « *Soyez toujours très concret et choisissez des exemples qui parlent à votre audience* ». On retiendra également le conseil de Clara Gaymard qui note **l'importance de la sincérité**. « *Être sincère, dire non pas ce que l'on sait, mais ce en quoi on croit.* »

3 tips pour maîtriser l'oral

1

Prenez en compte vos interlocuteurs

« *Prendre la parole ce n'est pas un monologue* » explique-t-il. Il faut **prendre en considération les personnes en face de soi**. A qui ai-je affaire ? Le public connaît-il le sujet ? Le maîtrise-t-il ? « *Qui ai-je en face de moi ?* » est une question clé.

2

Votre message doit être fort

Autre élément clé: l'importance de « *l'idée, du message, de la conviction* » à faire passer. Quelle est la seule chose que le public **doit retenir d'après vous** ?

3

Soyez vous-même convaincu

« Il faut que le message vous ressemble » assure-t-il. Aussi, il est crucial d'exprimer « *ce qui vous tient à cœur* ». **Se mettre à nu** loin des faux semblants.

« On est captivé par les histoires.»

« On se raconte des histoires depuis notre enfance ». Ces histoires sont constitutives des liens humains et de notre apprentissage « au monde » explique Adrien Rivierre. « On est captivé par les histoires. » Celle-ci se doit, à la fois, **de plaire et d'instruire**. Pour lui, le placere et le docere demeurent pleinement.

De la portée de l'émotion

Oui, **l'émotion est maitresse**. « On est plus inspiré par l'émotion ». Les leaders « fédèrent et inspirent » parce qu'ils savent partager leurs émotions selon Adrien Rivierre.

La sentence qui le porte ? Il nous répond d'emblée, avec enthousiasme, citant Les Pensées de Pascal « *La vraie éloquence se moque de l'éloquence* ». Ce qui importe avant tout c'est de « *prendre du plaisir et d'être soi-même* ».

La courbe d'attention du public



Les **premières 30 secondes** seront déterminantes pour accrocher votre public

8 conseils pour communiquer efficacement

01 Définir précisément sa cible

Son audience. Il s'agit d'**identifier le public** que vous souhaitez toucher, bien le connaître, comprendre son environnement et l'écouter.

02 Cultiver sa différence

Afin de se **démarquer des autres**. Incontournable pour être visible

03 Élaborer son message

Son slogan en privilégiant une **formulation simple** pour garder le meilleur impact.

04 Travailler sa présentation avec " l'Elevator pitch "

Pour résumer **en une phrase ou une minute** ce que fait votre entreprise et le storytelling pour emporter vos interlocuteurs dans l'univers de votre marque en racontant une histoire. C'est l'**authenticité du discours** que l'on retiendra. C'est par l'émotion que l'on captera l'attention. commun

05 Soigner son style, son image

Avec une **identité visuelle forte**. Votre public doit vous identifier facilement et se reconnaître dans votre environnement, car, c'est bien connu, qui se ressemble s'assemble. Vous devez ainsi porter une grande **attention à tout ce qui est visuel**, de votre charte graphique, aux lieux d'accueil du public en passant par votre personnel branding.

06 Choisir les bons outils de communication

Afin de toucher au mieux son public sans déformer son message. Il faut savoir les **hiérarchiser** en fonction de ses objectifs à moyen et long terme.

07 S'engager

C'est interpeller, s'exposer, entrer dans la discussion pour affirmer sa visibilité, notamment via les réseaux sociaux. Vous pourrez ainsi interagir et créer un lien avec votre public afin de **répondre au mieux à ses attentes**. La question de la réputation doit alors être intégrée dans la réflexion. Par ailleurs, aujourd'hui, on attend des marques, des personnes morales ou physiques qu'elles s'engagent.

08 Une communication adaptée

La communication c'est l'affaire de professionnels qui vous guideront pour mettre en place une **communication adaptée à vos enjeux**. Mais vous devez y consacrer du temps en y prenant du plaisir.

Ayez confiance ! Souvent les femmes entrepreneurs sont elles-mêmes leur propre challenge.

Tory Burch

L'art du mot juste...



Parlons peu mais parlons bien. Discipline séculaire, la rhétorique se veut art d'éloquence et ou de persuasion. Parce qu'elle s'invite de plus en plus dans l'univers du business nous avons voulu en savoir plus. Décryptage...

La rhétorique, sa définition et son histoire

La rhétorique est à la fois la science et l'art de l'action du discours sur les esprits. Elle s'apparente à une technique, un art oratoire. Ceci étant dit, sa définition n'a eu de cesse au cours des siècles de faire polémique faisant face à des conceptions antagonistes :

- La définition d'origine sophistique, selon laquelle la rhétorique est l'art de la persuasion. Bien que propagée par les sophistes comme Gorgias, il s'agit de la conception héritée d'Aristote qui se poursuit avec Quintilien et Cicéron et qui la définit comme « la faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader ».

- La définition d'origine stoïcienne suppose qu'elle est l'art de bien discourir et bien écrire « bene dicendi scientia », l'art d'éloquence. Elle requiert une bonne moralité et se rapproche en cela d'une représentation de la sagesse.

Socrate et Platon quant à eux s'opposent par éthique à la rhétorique qu'ils jugent manipulateur, supposant que si la discipline vise à persuader, elle s'oppose par essence à la notion fondamentale de vérité.

De la fin de l'Antiquité jusqu'au milieu du XX^{ème} siècle, la rhétorique se restreint à l'étude des figures stylistiques.

L'art de la persuasion et son tryptique

Aristote a érigé les rouages de l'argumentation autour de trois notions centrales :

- **L'Ethos (crédibilité)** : faisant référence au caractère, à la prestance, l'éthique et à la force de conviction de l'orateur, destinés à séduire et produire une impression favorable sur son public en soutenant sa réputation, donc sa légitimité et sa crédibilité. Le ton et le style du message en seront la clé. C'est en somme le travail sur l'image de soi.
- **Le Pathos (émotion)** : centré sur l'auditoire vise à émouvoir, agir sur l'imaginaire et le désir du public pour les attirer dans le sujet.
- **Le Logos (logique)** : définit le discours apte à persuader en utilisant la logique, le raisonnement, la preuve et les faits pour soutenir un argument et fait appel au côté le plus rationnel de l'esprit du public.

Les canons de la rhétorique

Selon une méthodologie mise en place par les philosophes grecs et romains, cinq canons composent la mise en œuvre de la rhétorique :

- **L'invention (« Inventio »)** : vise à trouver des arguments, des idées et des procédés pour convaincre.
- **La disposition (« Dispositio »)** : désigne la mise en ordre efficace des arguments dans l'intervention et le discours respectant une progression logique pour une persuasion maximale. On pourrait résumer cela à introduction, développement, conclusion.
- **L'élocution (« Elocutio »)** : c'est l'art de trouver des mots qui mettent en valeur un discours ou des écrits à travers des figures de style, la syntaxe et l'utilisation des images (métaphores, comparaisons). C'est ce que nous appelons aujourd'hui « le style ».
- **L'action (« actio »)** : s'attache à la mise en scène à travers la gestuelle, la diction, et la prononciation afin d'incarner sa parole de manière éloquente. Elle est essentielle pour rendre le discours vivant, susciter et maintenir l'attention de l'auditoire.

De moins en moins utilisée, la mémoire (« Memoria ») : brigue les procédés pour mémoriser son discours en s'aidant de moyens mnémotechniques.

Et en entreprise ?

Il peut être intéressant, dans le cadre de l'entreprise et du management, de savoir comment un leader arrive à ses fins par la parole seule. Contrairement à l'éloquence, qui est chose instinctive et naturelle, la rhétorique est une technique qui s'acquiert. C'est là que **Magic Rhetoric** entre en scène. Une nouvelle start-up, née du besoin de formation, coachings et conseils en communication persuasive.

Destinée aux professionnels de la persuasion ou non, à ceux qui ont du bagout ou pas, qui souhaitent s'initier ou se perfectionner dans l'art de persuader par les mots. On y aborde bien sûr l'art et les techniques de la persuasion, la rhétorique sous toutes ses formes, le pouvoir de la parole, l'art du storytelling, l'éloquence et la prise de parole en public

"Entrepreneur, salarié, indépendant, vendeur, procureur ou avocat, communicant ou chef d'entreprise... chacun joue une partie de sa réussite professionnelle sur sa capacité à faire passer ses idées et à se vendre lui-même", assène Maître Guillaume Teboul, avocat pénaliste et initiateur de Magic Rhétoric.

La prise de parole est un exercice tétanisant et peut conduire à l'échec de l'idée la plus ingénue par manque de connaissance pour certains n'ayant ni l'expérience, ni les codes de techniques persuasives. Pour pallier à ce scénario, **il est fondamental d'acquérir une bonne préparation à la méthodologie persuasive.**

Quelques tips pour mieux convaincre et orienter son discours

Un pitch, une présentation, une keynote, une vente, un discours, un entretien d'embauche, tous sont des exercices identiques la plaidoirie. À l'instar d'un avocat, ne dépassez jamais les 18 minutes : temps imparti pour capter l'attention. **On comprend, dès lors, que la pérennité et le succès d'un projet peuvent se jouer sur un moment crucial.**

Pour tout pitch, c'est la réflexion sur l'auditoire qui s'avère être la notion capitale. Cela détermine le cadrage du message et son contexte. Pour exemples Maître Teboul fait le distinguo.

Un pitch destiné aux clients (du BtoB au BtoC) :

Visé à transporter les gens à travers l'imaginaire, l'émotion (ressorts du pathos) pour conduire à un cadrage en termes d'expérience. Ici le mot transporter n'est pas anodin. Il fait sens étymologiquement (movere en latin) au sens premier du terme mais peut aussi signifier émouvoir.

Dans un pitch destiné aux investisseurs :

C'est l'ethos qui est prépondérant. Le but étant de transporter les investisseurs dans l'avenir à travers un potentiel pour leur faire gagner de l'argent. C'est insister sur l'état du marché : en invoquant le pourquoi moi et pourquoi c'est le moment ?

La persuasion se concentre sur plusieurs types de discours :

- **Attaquer, défendre (judiciaire)** qu'est ce qui est juste et injuste
- **Dissuader, exhorter (délibératif ou politique)** qu'est ce qui est utile et inutile
- **Louer, blâmer (discours épideictique ou démonstratif)** qu'est ce qui est beau et laid

L'art de s'imprégner des fondements :

« Aujourd'hui la persuasion est partout, dans le monde des affaires comme dans celui des prétoires, dans l'entreprise et dans les médias. Discours, lobbying, marketing, publicité, levée de fonds : tous ces exercices désormais si communs sont totalement irrigués par la Rhétorique », martèle Maître Teboul.

Pourtant force est de constater, que la discipline séculaire est totalement absente, ou presque, de notre cursus scolaire et universitaire français, y compris dans la formation de ceux qui, avocats, commerciaux, élus, journalistes, lobbyistes, seront amenés à dédier leur vie à persuader les autres.

Il est vrai que nombreux best-sellers traitant de psychologie de la persuasion et de prise de parole en public, souvent venus d'outre-Atlantique, sont disponibles en librairie et sur Internet. Si certains se révèlent particulièrement intéressants en théorie, ils s'avèrent pourtant le plus souvent impossibles à mettre en pratique. Et leur approche très anglo-saxonne fait systématiquement passer le travail sur les mots et la production d'arguments au second plan ; il s'agit pourtant **du cœur de la communication persuasive**.

Par ailleurs, on constate que l'art oratoire fait son retour en force sous la forme de concours d'éloquence, qui ne sont plus l'apanage des jeunes avocats étant, désormais, organisés dans la plupart des grandes écoles et des universités.

L'éloquence, à titre de spectacle, peut être enchantresse, certes, mais il ne s'agit pas encore de Rhétorique. L'art oratoire est absolument nécessaire mais insuffisant pour persuader et se voit difficilement applicable au monde des affaires et au discours commercial.

Quelques ouvrages restent des incontournables comme :

- Introduction à la rhétorique d'Olivier Reboul
- Traité de l'argumentation de Chaïm Perelman ou l'Empire Rhétorique du même auteur

Ouvrages académiques :

- Rhétorique d'Aristote
- Institution oratoire de Quintilien
- De l'orateur et de L'art Oratoire de Cicéron
- Principia Rhetorica de Michel Meyer
- La fonction persuasive de Frédérique Danblon
- Argumentation dans le discours de Ruth Amossy
- Le traité du sublime de Pseudo-Longin

Une curiosité :

- L'Art d'avoir toujours raison de Schopenhauer, utile aux businessmen et figures politiques.
- Briller à l'oral pour les nuls de Charles Haroche
- La rhétorique aujourd'hui, d'Alexandre Motulsky-Falardeau retrace les principes de l'argumentation dans notre société régie par la communication, la publicité et les médias.

Côte business :

- Parler en public (Talks like teds) de Chris Anderson
- L'art du pitch d'Oren Klaff
- Convainquez qui vous voudrez de Daniel Pink
- Influence et manipulation et Pré-suasion de Robert Cialdini
- Devenez un as de la persuasion de Noah Goldstein, Steve Martin et Robert Cialdini

Storytelling :

- The elements of persuasion de Richard Maxwell et Robert Dickman
- Save the Cat de Blake Snyder

Lorsque j'ose être puissante – utiliser ma force au service de ma vision, il devient de moins en moins important de savoir si j'ai peur.

Audre Jorde



Les conseils de nos coachs

Convaincre en quelques mots, c'est possible

PAR MURIEL DE SAINT-SAUVEUR, COACH EN PERSONNAL BRANDING

Comment convaincre ses interlocuteurs: une qualité essentielle pour celles et ceux qui veulent mener leurs projets le plus loin possible. Muriel de Saint-Sauveur nous en explique les rouages. A méditer et appliquer !

Nous n'avons plus de temps, ni pour écouter ni pour parler aux autres. Et dans ce magma de mots qui circulent sur tous les réseaux et dans tous les cercles, il nous faut pourtant convaincre de plus en plus souvent et de plus en plus vite. Convaincre dans de multiples situations avec des objectifs variés n'est facile pour personne mais cela s'apprend. **Nous sommes devenus nos propres imprésarios et c'est en nous que nous devons trouver les ressources.**

Nous ne pouvons ici décrire toutes les situations qui peuvent vous arriver, je vais donc m'en tenir à une liste de principaux conseils que vous pourrez décliner à l'envie.

Le physique : Maîtrisez votre physique – dos, regard et voix

Convaincre est avant tout une affaire corporelle. **Tout d'abord vous le savez mais vous l'avez oublié, ce que vous allez dire ne compte que pour 7% de votre impact.** Les 93% proviennent de votre attitude et de votre corps, parole, regard, voix, ... Toutes les études vous le diront mais pour celles qui sont allées à l'école en France, a priori on ne vous l'a jamais dit: et oui vous n'êtes pas un pur esprit ! il faut vous y faire et commencer par travailler votre regard, et votre posture.

Tenez vous droite, où que vous alliez, et regardez les autres, droit dans les yeux, en souriant. En conservant un dos droit, droit comme si vous posiez un panier sur votre tête, vous allez respirer normalement et simplement. Mais si vous vous voutez, ou déséquilibrez votre corps qui doit être posé sur vos deux pieds, votre respiration deviendra immédiatement plus difficile et votre concentration diminuera.

L'émotion : Utilisez vos sentiments et partagez-les avec votre auditoire

Utilisez toutes les émotions du sourire, du rire, en passant par une gestuelle qui va vous rendre sympathique. **Et surtout écarter de votre esprit la phrase qui tue : je dois être professionnelle et n'avoir aucune émotion.**

Ce fût ce que les hommes avaient édicté comme règle de conduite à une époque où ils étaient malheureusement enfermés dans ce stéréotype du « mal » insensible. Aujourd'hui que ce soit grâce aux femmes et aux nouveaux hommes ou aux récentes écoles de management, on nous pousse à utiliser nos émotions.

Mais les utiliser ne signifie pas les accepter à tout instant. **Pour convaincre, il est nécessaire d'utiliser son enthousiasme, son empathie pour son auditoire- que ce soit une ou 1000 personnes, cela ne change rien- et la passion qui vous anime.**

L'intellect : Pensez aux mots et choisissez-les avec soin

Occupons-nous quand même de ces 7% que sont les mots que vous allez prononcer pour convaincre. Certes vous ne pouvez imaginer toutes les situations qui vont vous arriver mais certaines d'entre elles sont prévisibles. Convaincre votre boss demain matin de vous augmenter ou votre collègue de choisir votre projet sont des situations qui se préparent. **Commencez par rédiger les mots importants que vous allez prononcer, prononcez ces mots tout haut en vous mettant en situation**, cela permet d'entendre la musique des mots, et de vous imaginer dans le contexte.

En faisant cet exercice, la plupart du temps vous allez très vite repérer les mauvais arguments, rien qu'en vous écoutant. Ensuite recommencez devant votre glace en ajustant la gestuel et le regard. Vous allez raconter une histoire à cette personne. Il y a un début, un milieu et une fin, la fin c'est d'avoir convaincu la personne.

Le temps : choisissez le bon mot, ne vous précipitez pas pour répondre.

On a tous tendance à sur-réagir ou à vouloir immédiatement avoir le dernier mot. Quelle que soit la situation, choisissez le bon moment. Si votre boss est pressé, ce n'est pas le soir que vous allez lui demander une chose importante même si vous voulez absolument lui en parler ce soir là. Retenez vous. Si vous êtes agressée par un collègue, ou par un mail désagréable, attendez, laissez passer la nuit, votre réponse sera plus précise le lendemain matin et aura un meilleur impact. Mais ne laissez pas tomber pour autant.

Enfin, sachez que ce qui vous paraît important ne l'est pas forcément pour l'autre, d'où une notion de temps très élastique.

L'art de convaincre est un art que l'on acquiert peu à peu, au fil du temps, ses ennemis se nomment impatience, énervement, émotivité à ne pas confondre avec émotion, et enthousiasme.

Gardez en tête la citation de Cicéron, toujours d'actualité : « **Pour convaincre, il faut prouver la vérité de ce qu'on affirme, se concilier la bienveillance des auditeurs, éveiller en eux toutes les émotions qui sont utiles à la cause** ».

02

Construire mon identité grâce à la parole

Les 10 conseils du Personal Branding



Véritable travail de réflexion à mener sur soi et ses objectifs, le Personal Branding a longtemps été boudé en France. Pourtant, nulle honte à vouloir se vendre, au contraire ! Décryptage avec la spécialiste Pascale Baumeister, coach et consultante.

Conseil n°1 Anticiper

Identifier sa valeur ajoutée pour pouvoir mieux se vendre sur le marché du travail, tel est en substance l'objectif du Personal Branding. Dans un monde frappé par la crise économique, **savoir se différencier sur le marché de l'emploi, ou le marché tout court, est devenu essentiel.** En France, envisager notre personnalité et nos compétences comme un produit a longtemps été mal perçu.

Mais les mentalités changent. « Aux Etats-Unis, les personnes peuvent se faire renvoyer du jour au lendemain. Du coup, les salariés travaillent en permanence leur communication », explique Pascale Baumeister. En somme, il est plus difficile de faire le bilan sur nos compétences lors d'une période de chômage. **Mieux vaut s'y intéresser lorsque l'on est porté par une énergie positive**, en demandant par exemple à nos collègues quels sont, selon eux, nos atouts.

Le Personal Branding doit donc se travailler tout au long de la carrière. **Anticiper, c'est aussi choisir ce que l'on veut faire ressortir de nous** sur internet. Lors d'un recrutement, nous serons forcément googlés. Même dans un métier moins créatif comme la comptabilité, mieux vaut prendre en main ces résultats. Car maintenant, la toile regorge d'informations sur à peu près tout le monde.

Conseil n°2

Etablir une cohérence entre son projet, sa personnalité et sa cible

« On peut avoir le plus beau bateau du monde, si on ne lui donne pas de cap, cela ne va pas marcher », illustre la coach. En clair, avant de vouloir commencer à communiquer, encore faut-il savoir où l'on va. On peut par exemple avoir un projet clair, comme c'est le cas pour un artiste, mais ne pas identifier sa cible. « Je conseille notamment de ne pas envoyer son CV qu'aux DRH qui sont parfois traités par des machines, mais d'identifier le bon interlocuteur dans l'entreprise », conseille la consultante.

On peut aussi avoir une idée et une cible bien arrêtées... et ne pas savoir qui nous sommes. Le Personal Branding, c'est donc **établir une cohérence entre notre projet, notre personnalité, et notre cible**. Pour pouvoir définir notre objectif, on peut tenter de déterminer notre vision idéale du monde.

« On peut changer de métier, donc de mission, mais il est important de garder la même vision. C'est ici que l'on peut se permettre d'être créatifs », nous explique Pascale Baumeister. Il est ensuite important de voir si notre vision est en accord avec celle de l'entreprise.

Conseil n°3

Respecter ses valeurs

Après avoir établi notre objectif, on va aborder la phase de définition de notre personnalité. **Cela commence déjà par l'établissement de nos valeurs.** C'est une étape importante dans le Personal Branding pour savoir qui l'on est. « *Quand on ne vit pas selon ses valeurs on n'est pas heureux. Bien sûr, on peut prendre un job alimentaire, mais ce qui tue quelqu'un, c'est de rester dans un boulot qui ne lui plaît pas toute sa vie* », affirme la coach. En clair, ne pas être dans une entreprise qui épouse nos valeurs peut fonctionner un temps, mais il faut ensuite se mettre en mouvement pour trouver quelque chose qui nous corresponde mieux.

Conseil n°4

Se singulariser avec ses passions et talents

Se positionner de manière différente est la clef du Personal Branding. Pour ce faire, identifier nos passions et nos talents s'avère utile. Parfois, on peine à mettre nos talents à jour, mais peut-être suffit-il **d'écouter notre entourage qui salue depuis notre enfance l'une de nos qualités.** « *Un talent, ça se développe, mais c'est inné* », martèle la coach. Les passions sont elles aussi très importantes: ce sont elles qui nous motivent dans notre travail.

Conseil n°5

Ne pas oublier que la toile, c'est public !

Si les jeunes manient bien les réseaux sociaux, pas sûr qu'ils en optimisent l'utilisation. « *En règle générale, ils n'ont pas de vision de l'objectif et de la cible. Ils n'ont pas de stratégie de communication* », explique la coach.

Problème ? Ils envisagent par exemple Twitter comme un chat, oubliant que toutes leurs conversations sont publiques. Or, le jour où ils entreront sur le marché du travail, le recruteur ira forcément consulter leur profil sur les réseaux sociaux. **Il faut donc comprendre que tout ce que l'on y dévoile devient public.**

Conseil n°6

Ne pas délaissier les supports de communication traditionnels

Oui, les réseaux sociaux sont essentiels comme on vient de le voir, mais n'oublions pas non plus **le CV papier ou la bonne vieille lettre manuscrite**. Ces supports de communication font partie intégrante du Personal Branding. « *Les recruteurs reçoivent aujourd'hui si peu de CV papier qu'ils peuvent être plus attentifs à votre candidature* », avance la coach. On pense que les lettres de motivation ne se lisent plus, mais elles en disent beaucoup sur le candidat.

Il ne faut pas non plus croire que le CV doit être formaté : « *ce n'est pas un document officiel* », s'amuse Pascale Baumeister. Bien entendu, **il ne faut pas chercher l'originalité pour l'originalité**, tout cela doit être en accord avec notre personnalité.

Conseil n°7

Avoir une belle photo de soi

La tendance voudrait aujourd'hui que l'on aille vers les CV anonymes, sans photo ni indication du genre sexuel. Mais la réalité est toute autre ! On peut mettre une photo de soi, mais attention, **uniquement si elle est de bonne qualité**. « *On évite la photo de vacances trafiquée* », et on opte pour un beau cliché professionnel.

Conseil n°8

Mettre en application le plan de communication

Après avoir mis en place la stratégie de communication, place à l'action ! Cette phase du Personal Branding n'est pas la plus facile. « *On peut avoir le plus beau CV du monde, c'est le moment de se vendre* », insiste Pascale Baumeister. Il faut donc rendre toute cette stratégie vivante et passer à la partie plus commerciale en développant un certain discours. Bref, **il faut aller démarcher et se mettre en action**.

Conseil n°9

Apprendre à prendre sa place

Tout ce travail autour du Personal Branding est très important, pas seulement pour notre carrière, mais aussi pour nous. **Il est important de réfléchir à ce que l'on veut faire de notre propre vie.** « *Cela peut prendre du temps et demande du courage car il faut se poser des questions existentielles* », soutient la coach.

Pour Pascale Baumeister, il est important que nous apprenions à prendre notre place, surtout en tant que femmes, car personne ne nous l'apportera sur un plateau d'argent.

Conseil n°10

S'entourer pour réfléchir

Tout le monde ne peut pas s'offrir les services d'un coach, même si une séance au cours de notre carrière peut nous permettre d'aller plus loin dans notre réflexion et d'aborder des points que nous pourrions nous cacher à nous-mêmes. Pour faciliter l'accès à ce travail autour du Personal Branding, Pascale Baumeister a réalisé son ouvrage sous la forme d'un work-book afin que chacun puisse conduire ce cheminement.

« *Ce n'est pas facile de le faire seul, mais c'est possible. Une bonne solution peut aussi être de mener cette réflexion à plusieurs afin de pouvoir se nourrir de la vision de l'autre* », affirme la coach. **Bref, travailler notre Personal Branding, ce n'est pas « marketer » notre personne, mais c'est avant tout redonner un sens à notre vie au travail.**

03

Prendre la parole en public

Prise de parole en public : comment maîtriser son stress



Bouche sèche, nœud au ventre, tremblements, respiration accélérée, sentiment d'oppression... Le stress se manifeste de différente façon et concerne 75 % des personnes. C'est généralement la crainte d'être jugé, la peur de ne pas être à la hauteur qui le déclenche. Notre coach Business O Féminin, Olivia Penichou, Présidente de O2P Conseil vous livre ses conseils.

Il prend sa source dans notre éducation à la française basée sur l'écrit et l'exigence de la bonne réponse. Mal géré, le stress représente un handicap important. **Mais bien géré, le stress devient de l'énergie et disparaît en 1 minute.**

Voici 5 astuces pour le maîtriser

01 Soyez bien préparé

- Connaissez votre sujet parfaitement
- Déterminez votre objectif et le message principal
- Préparez et apprenez votre phrase d'introduction
- Entraînez-vous à présenter à l'oral en articulant, chronomètre branché
- Analysez votre auditoire et adaptez votre discours
- Anticipez les questions et préparez les réponses
- Repérez les lieux et vérifiez le matériel
- Le simple fait de savoir que vous êtes bien préparé diminuera votre nervosité.

02 Respirez

L'angoisse comprime les muscles de la poitrine et de la gorge. L'apnée contribue à accentuer le stress. Le **fait de respirer profondément avant le début d'une présentation facilitera la circulation de l'oxygène** dans les poumons et le cerveau et calmera votre anxiété. Prenez le temps d'inspirer et d'expirer longuement avant le début de votre intervention.

03 Développez une attitude positive

Imaginez-vous le jour J en situation de réussite face à un public bienveillant et reconnaissant. Créez un « polaroid mental anti-stress » **une image personnelle, positive et rassurante**. Souvenez-vous de cette image au pic du stress, juste avant votre intervention par exemple.

04 Connectez-vous à votre public

Rencontrez et accueillez le public avant votre discours. Serrez la main et parlez à l'avance avec le plus de personnes possible. **Maintenez un contact visuel avec votre public pendant votre intervention.**

05 Mettez-vous en condition « prise de parole »

Libérez votre corps du trop-plein d'énergie en faisant quelques exercices. Créez un geste « starter » : un geste symbolique qui appartient à chacun et marque le lancement de la prise de parole. **Buvez de l'eau pour atténuer la sécheresse de la bouche et éclaircir la voix** et gardez un verre ou une bouteille à portée de main pendant votre intervention

Playlist Anti-stress

La musique adoucit les moeurs, **mais saviez-vous qu'elle a aussi le pouvoir de réduire le stress ?** Suite à une étude menée sur le sujet, une équipe de scientifiques a mis au point une playlist spéciale anti-anxiété, dont la première chanson qui permettrait même de faire diminuer le stress de 65%.



Weightless
Marconi Union



Electra - Religion Cut
Airstream



Mellomaniac - Chillout Mix
DJ Shah



Indigo
LEFT.



Les conseils de nos coachs

10 conseils pour une prise de parole réussie

PAR OLIVIA PENICHOU PRÉSIDENTE FONDATRICE
DE L'AGENCE DE COMMUNICATION O2P

Des mains moites, des battements de cœur qui s'accélèrent, quelques difficultés à déglutir, des sueurs froides pour les plus angoissées d'entre nous... Ces symptômes ne vous sont pas inconnus ? C'est sans doute que vous avez déjà fait l'expérience du stress qui accompagne trop souvent la perspective d'une prise de parole en public. Heureusement, il existe quelques astuces qui permettent de faire disparaître ces freins et de libérer l'oratrice qui sommeille en vous. En voici dix !

Conseil n°1

La préparation, la clé de la réussite

Aussi étonnant que cela puisse paraître, le succès d'une prise de parole se dessine bien en amont du jour J ! Et oui, trop souvent négligé, pas assez répété, le pouvoir de la préparation représente à lui seul plus de la moitié de la recette magique.

Un discours maîtrisé, c'est un discours qui répond à deux questions fondamentales : **quel est mon public et qu'attend-il de moi ? Quel est mon objectif ?** Les réponses doivent vous servir à élaborer une architecture structurée, adaptée à votre audience et à l'enseignement que cette dernière souhaite tirer de votre allocution.

Apportez un soin particulier à l'introduction et à la conclusion de votre discours. La première donne le ton et sert à piquer l'intérêt de votre public, tandis que la deuxième clôture votre prestation et se doit de laisser une empreinte positive dans la mémoire de vos interlocuteurs. Privilégiez des phrases courtes, plus efficaces que des « *phrases escargots* », dans les méandres desquels risque de se perdre votre audience...

Enfin, ne négligez pas la préparation orale ! Tel un acteur de théâtre travaillant son jeu devant le miroir, n'hésitez pas à répéter votre texte encore et encore, seule ou devant une personne bienveillante qui saura vous orienter et vous faire progresser.

Conseil n°2

Un support visuel reste un support

N'oubliez jamais, la star du show c'est vous ou plutôt le discours bien préparé qui sort de votre bouche. Si vous faites le choix d'utiliser des slides ou tout autre type de support visuel, assurez-vous qu'il soient courts, simples, synthétiques et aérés. Ils mettent en avant une idée forte, un argument de poids, mais ne doivent jamais servir de prompteur !

Encore moins d'excuse pour dissimuler votre stress sous une multitude d'effets ou de chiffres superflus.

Conseil n°3

Diminuer le stress en se familiarisant avec les lieux

Pour beaucoup d'entre nous, **l'augmentation du stress est liée à une variable constante : celle de l'inconnu.**

Ne pas savoir comment son audience va réagir, ne pas être maître de son environnement... sont autant d'interrogations qui viennent s'agréger les unes aux autres et finissent par nous faire perdre pied. Pour votre tranquillité d'esprit, éliminez un maximum d'inconnus pour pouvoir vous concentrer sur l'essentiel : la qualité de votre intervention.

Ainsi, repérez si possible la salle afin d'adapter votre tenue au lieu. On évitera par exemple de porter du vert si le fond de la scène est de cette couleur ou de sortir votre jupe courte alors que vous serez assise sur un tabouret haut. Profitez-en également pour vérifier le type de micro utilisé et les ajustements éventuels à faire. Ce repérage est essentiel puisqu'il permet d'éviter les mauvaises surprises et de vous projeter en situation.

Conseil n°4

Un support visuel reste un support

Il n'est jamais très agréable d'être prise de court par une question que l'on n'attendait pas et à laquelle nous ne trouvons pas spontanément de réponse.

Ainsi, profitez de la phase de préparation pour prévoir les questions éventuelles, en particulier les plus dérangeantes...

Pendant la phase de questions/ réponses, prenez soin d'écouter attentivement les questions qui vous seront posées et montrez votre intérêt en affichant une attitude d'ouverture. Si la question vous dérange, gardez votre calme et ne répondez pas immédiatement. Vous pouvez prendre autant de temps que nécessaire pour réfléchir et structurer votre réponse.

Au besoin, reformulez la question mais surtout ne soyez jamais sur la défensive !

Accepter les questions, même les plus inattendues, c'est montrer sa maîtrise du sujet et de la situation.

Conseil n°5

Soignez votre communication non-verbale

Votre langage corporel parle pour vous... Vos gestes, votre posture, vos mains... influent sur la manière dont les autres vous voient.

Ainsi, cette conscience de soi, cette maîtrise de sa gestuelle, sont primordiales.

Lors de votre prise de parole, privilégiez les gestes ouverts. Ils témoignent de votre bienveillance, de l'envie d'aller vers l'autre etc.. Et évitez les gestes fermés, qui maintiennent le public à distance. Bannissez les gestes « parasites » qui témoignent de votre nervosité et agacent. Abstenez-vous de gesticuler, surtout si vous êtes filmée et adaptez l'amplitude de vos gestes à la taille de la salle, de l'auditoire. Enfin, maintenez le contact visuel avec votre public. Il ne doit jamais se rompre !

Conseil n°6

Occupez l'espace temporel

Pendant les quelques minutes que dure votre présentation, **vous êtes maître du contenu** mais aussi du temps qui s'écoule et de la manière de le gérer.

Le stress a un effet contre-productif sur la parole et en accélère le débit. Ne tombez pas dans le piège !

Régulez votre débit, faites des pauses et ne vous laissez pas effrayer par les silences! Ces derniers rythment votre discours, lui donnent de l'importance et sont un outil efficace pour maintenir l'intérêt de votre audience.

Conseil n°7

Mettez-vous en condition « prise de parole »

Si votre langage corporel parle aux autres il vous parle aussi à vous ! Une posture qui marque la confiance, même feinte, aura des effets positifs sur votre état d'esprit.

Ainsi, **libérez votre corps du trop-plein d'énergie** en faisant quelques exercices et créez un geste « starter » : un geste symbolique qui appartient à chacun et marque le lancement de la prise de parole.

Conseil n°8

Respirez

L'angoisse comprime les muscles de la poitrine et de la gorge et l'apnée contribue à accentuer le stress. Avant toute prise de parole, **livrez-vous à quelques exercices de respiration**. Ils feront redescendre votre rythme cardiaque et enverrons un signal bienveillant à votre cerveau.

Conseil n°9

Créez un lien avec votre public

C'est le Jour J, l'heure T même... vous êtes sur scène et des dizaines, des centaines, (des milliers ?) de paires d'yeux vous fixent. Plutôt que de céder à l'angoisse, **rappez-vous que votre discours est bien rodé**, votre argumentation préparée et qu'il ne vous reste plus qu'à créer un lien avec votre audience anonyme. Briser la glace en quelque sorte. Une anecdote, une citation ou même une question sont des valeurs sûres en la matière. Veillez également à entretenir le contact visuel. Il doit porter sur l'ensemble de votre auditoire afin que chacun se sente concerné par votre discours.

Conseil n°10

Restez vous-même

Vous êtes presque prête à devenir une oratrice hors-pair ! Mais un dernier détail à son importance... Restez-vous-même ! Faites-vous confiance, osez, et surtout, faites-vous plaisir ! **N'envisagez jamais une prise de parole comme une épreuve mais toujours comme une opportunité**. Une opportunité de grandir, de progresser, de prendre confiance en soit, de s'enrichir...

Et voilà ! Vous êtes fin prête ! Ou plutôt en théorie... Car ce qui compte dans ce type d'exercice, c'est surtout la pratique... **Alors, à vos miroirs, à vos PowerPoint, à vos exercices de respiration !** La motivation et la force nécessaire pour captiver une audience sommeillent en vous et n'ont besoin que de la mise en pratique de ces quelques astuces pour faire briller votre talent ! À vos micros !

Le Saviez-vous ?

30% des entrepreneures françaises pensent qu'elles auraient dû être plus confiantes avant leur passage pour pitcher.

1 femme sur 5 (21%) conseilleraient d'ailleurs à de futures entrepreneures de toujours garder confiance.

Lors de l'exécution du pitch, **la personnalité du porteur de projet compte pour 80%**, son discours seulement pour 20%

Comment s'affirmer par le travail de sa voix ?



Difficile de prendre les commandes d'une importante réunion avec une voix toute fluette ou à peine audible. Souvent mise au second plan, elle peut être un formidable outil d'affirmation de soi, à condition d'en connaître les codes. Christine Moussot, formatrice, coach vocale et auteure de « Femmes, faites-vous entendre » (éd. Odile Jacob), nous guide... sur la bonne voie !

L'apparence physique donne une certaine image de soi et participe à s'affirmer. **Malgré son importance, la voix, elle, est souvent délaissée.** Pourtant, elle fait partie intégrante de notre personne et dit beaucoup sur nous. « *La voix a un pouvoir immense. Elle véhicule nos pensées, notre vision du monde. On peut percevoir beaucoup de choses à travers elle sur le vécu de la personne, sa confiance en elle...* », explique Christine Moussot*, formatrice, coach vocale et auteure de « Femmes, faites-vous entendre » aux éditions Odile Jacob.

Dans une prise de parole, il y a un contrat implicite « orateur-public » qui suppose de respecter quelques codes comme un volume sonore adéquat pour être entendu, un propos bien articulé pour être intelligible... Mais ce contrat n'est pas toujours bien rempli et peut nuire à notre présentation.

3 tendances à corriger

La voix effacée

1 « *La personne ne prend pas sa place. Sa voix est quasi inaudible. Le timbre est souvent trop aigu et renvoie à une image de petite fille. Cela peut poser problème notamment lorsque l'on ambitionne de monter hiérarchiquement dans l'entreprise : on ne peut pas être au-dessus si symboliquement on se place en-dessous avec un statut d'enfant* », remarque l'experte.

Le ton agressif

2 Il peut traduire un manque de confiance en soi mais se manifeste par l'excès. On a l'impression de devoir forcer sa voix pour être écoutée, on risque alors de braquer son auditoire. « *Les femmes sont d'autant plus attendues au tournant. On se souvient, par exemple, de Ségolène Royal dont la colère sur le plateau télé lors des présidentielles a été pointée du doigt (en 2007, lors du débat télévisé du second tour contre Nicolas Sarkozy, ndlr).* Quand Emmanuel Macron s'est égosillé en campagne, cela a aussi été commenté. Mais c'est passé car on a mis en avant son enthousiasme. Si une femme est véhémence, elle peut avoir tendance à passer pour une hystérique. D'ailleurs étymologiquement, le mot renvoie à l' « utérus » », précise Christine Mousset.

Une voix monotone

3 Au contraire, ici, on gomme les émotions dans sa voix, de peur d'être perçue comme trop excessive et pour adhérer à un milieu professionnel jugé souvent peu propice aux émotions.

Diagnostiquer sa tendance

La première chose à faire, c'est **de diagnostiquer sa tendance**. On peut être attentive aux remarques de son entourage « *tu peux répéter, s'il te plaît ?* »,

« Je ne t'ai pas entendue »... pour repérer ses points faibles, ou bien encore s'enregistrer. Mais on est souvent plus critique envers soi et on manque de recul.

Christine Moussot a réalisé avec nos confrères de Psychologies un test en ligne qui permet de savoir ce que révèle notre voix. Ce peut être un bon début pour faire un bilan. L'idéal reste bien sûr de se faire accompagner par un coach professionnel. Très rapidement, celui-ci se fait une idée sur l'éducation de la personne, ses problèmes personnels, les freins dans sa carrière... et peut accompagner vers un travail sur soi. Il faut en effet passer par là avant même d'envisager des exercices techniques.

Prendre conscience des rôles dans lesquels on se place, ces tendances qui nous desservent, est un premier pas. Ce n'est pas grave si l'on ne gomme pas ses travers tout de suite mais on peut se refaire le film après, pour se corriger à l'avenir.

Prendre de nouvelles habitudes

Pour s'affirmer grâce à sa voix, on évite de la travestir en la masculinisant.

« *En allant trop dans les graves, on déguise sa voix alors qu'il faut être soi pour s'affirmer. C'est vrai qu'il y a davantage de modèles de leaderships masculins mais avoir une voix féminine c'est transmettre des valeurs importantes et de plus en plus valorisées dans l'entreprise et la société comme l'écoute, la bienveillance...* », constate la coach vocale.

On se repositionne donc dans le bon rôle, dans le bon état d'esprit : celui d'une personne qui a un message clair à transmettre, sans agressivité et suffisamment fort et bien articulé pour être entendu.

La visualisation est l'un des outils des coachs. On s'imagine en train de prendre la parole et d'exprimer ses besoins sur le modèle de la communication non violente : « *j'ai un besoin de reconnaissance. J'aimerais un point hebdomadaire sur ce que l'on attend de moi* ».

Travailler sa respiration

Le stress nous amène parfois à oublier comment bien respirer. Or **la respiration est un outil très important dans le travail de la voix** qui règle divers paramètres comme le volume, le timbre, l'articulation, l'occupation de la voix dans l'espace...

Le conseil de Christine Moussot ? Relâcher sa mâchoire, sans pour autant ouvrir sa bouche. « *La mâchoire est en lien avec le diaphragme. En se focalisant dessus, le diaphragme descend. On revient naturellement à une respiration abdominale.* »

On peut également travailler sur le volume sonore de sa voix pour adapter sa portée en fonction du contexte, si l'on veut motiver une foule ou parler de manière plus confidentielle. Le rythme permet de structurer son discours et de gagner en impact. On pense donc à ponctuer ses propos de pauses respiratoires et donc de silences. L'interlocuteur comprend et intègre mieux chaque information. On veille également à son intonation. Une phrase qui se termine sur une voix qui monte exprime l'interrogation et sabote son autorité.

Enfin, on se souvient que le charisme vient quand on est pleinement soi-même.

Il n'y a rien de magique dans la réussite. Il faut simplement travailler dur, faire des choix et persévérer.

Michelle Obama

Prises de parole en public : le regard est primordial !



Ne le quittez pas des yeux !

Le regard est primordial. Il vous permet de capter l'attention de votre public. En regardant votre auditoire, vous pourrez percevoir ses réactions et échanger avec lui. A l'inverse, si vous ne le regardez pas, vous passerez pour quelqu'un de condescendant, distant voire fuyant alors que vous êtes juste intimidée.

Un regard vaut de nombreux mots.

5 conseils pour bien utiliser votre regard

01 Prenez quelques secondes pour regarder votre audience avant d'entamer votre intervention. Même si la salle peut être intimidante, vous devez établir le contact afin de « sentir » votre public

02

Regardez bien tout le monde sans vous limiter à balayer la salle du regard. Si le public est nombreux, vous devez déterminer divers repères dans l'espace en posant votre regard sur le point le plus haut (ou le plus éloigné) puis sur celui le plus bas (ou le plus proche). Appliquez cette règle même si votre public se trouve dans l'obscurité et que vous ne le voyez pas car votre public, lui, vous voit. Ainsi, chacun se sentira concerné par ce que vous dites et vous éviterez de « *perdre* » une partie de l'assistance en cours d'intervention

03

Identifiez des visages « amis » rassurants. Si vous êtes intimidée par le regard des autres et que vous avez des difficultés à l'affronter, face à un auditoire restreint, posez votre regard entre les deux yeux. Face à un public plus large, fixez-le au-dessus des têtes

04

Gardez toujours le contact visuel même si vous présentez des slides ou un objet.

05

Offrez un regard empathique, qui permettra de renforcer le sentiment que vous vous intéressez à votre public. Selon Aristote, le contenu, l'orateur et l'auditeur ne font qu'un et l'état des individus en présence compte plus que le discours.

Prise de parole en public : attention à vos gestes !



Toutes les clés pour réussir sa prise de parole en adoptant la bonne gestuelle.

Lors d'une prise de parole en public, on a tendance à concentrer toute son attention sur le contenu du discours. Or le langage que l'on qualifie de non verbal représente une part importante de notre communication : plus de 50 % selon les experts. Ce langage corporel est la forme de communication la plus spontanée, et doit le rester. Il est révélateur de ce que nous sommes. On ne peut pas maîtriser tous ses gestes, mais certains sont utiles à connaître pour mieux les utiliser ou les éviter s'ils sont disqualifiants.

10 conseils pour améliorer votre gestuelle :

01 Privilégiez les gestes ouverts

Ils témoignent de votre bienveillance, de l'envie d'aller vers l'autre. Vous devez toutefois garder les paumes vers le haut ou ouvertes vers votre auditoire.

02 Évitez les gestes fermés

Ceux qui maintiennent le public à distance. Par exemple si vous croisez les bras trop longtemps, vous risquez de rompre la communication.

03 Ne cachez pas vos mains

C'est signe d'un manque de sincérité.

04 Bannissez les gestes « parasites »

Ils témoignent de votre nervosité, agacent et affaiblissent la communication en attirant le regard du public. C'est le cas par exemple du cliquetis du stylo.

05 Restez bien ancré

Abstenez-vous de gesticuler, surtout si vous êtes filmé.

06 Utilisez les gestes qui vous ressemblent.

Ne copiez pas les gestes des autres.

07 Accordez vos gestes à vos paroles

Vos gestes peuvent appuyer vos propos mais peuvent aussi les contredire et laisser ainsi votre auditoire dans un flou total.

08 Gardez le contact avec votre public

Gardez le contact avec votre public en le regardant.

09 Adaptez l'amplitude

De vos gestes à la taille de la salle, de l'auditoire.

10 Exercez-vous

En vous filmant ou en vous faisant filmer.

Prise de parole en public, quelle est la bonne posture ?



Adoptez la bonne gestuelle pour une communication réussie

Votre prise de parole a beau être préparée, rodée, votre attitude est déterminante car lorsque vous faites face à votre auditoire, votre corps en dit long...

8 règles à suivre pour adopter une bonne posture

01 Restez debout

Choisissez de rester debout. Vous serez plus libre de vos mouvements, plus présent face à votre public. La position assise au contraire réduit votre pouvoir de conviction.

02 Soyez bien ancré au sol

Les jambes parallèles tout en restant souple et stable. Cette stabilité renvoie une image de crédibilité.

03 Respirez

Ventre relâché et épaules décontractées. Expirez pour décompresser.

04 Redressez-vous

Une position avachie fait apparaître un manque d'engagement, voire de respect. Et ouvrez les bras en signe d'accueil du public. Si vous parlez avec un micro fixe, assurez-vous qu'il soit ajusté à votre taille afin d'éviter d'avoir à vous courber.

05 Regardez votre public

Et non pas vos fiches, afin de créer un lien et de prendre appui sur lui. Repérez rapidement les personnes qui sourient pour concentrer votre regard sur elles plutôt que sur des visages qui paraissent hostiles.

06 Évitez de vous cacher derrière le pupitre.

À tort, il offre un sentiment de sécurité, de confort. Or le pupitre vous empêche d'être libre de vos mouvements et de développer votre communication avec le public à l'aide de votre meilleur outil : votre corps.

07 Déplacez-vous vers votre public.

Vous augmenterez votre impact et dynamiserez votre discours. Mais évitez de vous promener sur scène. Vos déplacements doivent être motivés, intentionnels : pour poser une question, interpeller une personne qui a fait une réflexion, marquer la transition entre deux idées...

08 Souriez !

Cela vous permettra de vous détendre et d'offrir un signal sympathique.

Enfin, à la fin de votre intervention, après la conclusion, vous devez changer de posture en adoptant l'écoute attentive. D'émetteur vous devenez récepteur. Lors de cette phase, vous devez être bienveillant, empathique et manifester votre intérêt.

Comment pitcher en toutes circonstances ?



Pitcher, c'est réussir à exprimer brièvement une idée pour susciter l'intérêt de son interlocuteur. En entretien d'embauche, pour vendre un produit, défendre un projet, cette compétence permet d'ouvrir bien des portes.

Savez-vous pitcher ? Pour celles qui se demanderaient même de quoi il s'agit, petite séance de rattrapage !

Le pitch est un terme anglo-saxon qui signifie « lancer ». Il désigne ici le fait de synthétiser son message dans le but de se présenter, parler d'un projet, convaincre rapidement, comme si on lançait son argumentaire pour atteindre sa cible. *« L'art du Pitch vient initialement de l'elevator pitch, discipline olympique parmi les startups. L'objectif était de convaincre un client, un investisseur... juste le temps de monter quelques étages en ascenseur (« elevator » en anglais, Ndlr) au cas où vous rencontriez le client ou l'investisseur du siècle. Le pitch est passé d'une mode Californienne à une norme. En entreprise, lorsque l'on vous demande de présenter un projet, un produit... c'est fini les dizaines de slides, les longs discours, il faut que cela soit simple, impactant et clair. Le but est d'attiser la curiosité pour donner envie d'aller plus loin avec un appel à l'action irrésistible ! »*, explique Frédéric Canevet, expert en marketing produits et digital, auteur et fondateur du blog www.conseilsmarketing.com.

Un véritable enjeu

En France, dans une société où tout va toujours plus vite, où l'on passe facilement d'une chose à une autre, notamment avec les outils numériques, **gagner du temps et savoir attirer l'attention est devenu un véritable enjeu.**

« À l'heure actuelle, les gens disposent de peu de temps et la durée de leur attention a diminué. Une étude de Microsoft révélait dernièrement qu'elle était descendue à 8 secondes ! Quand on sait pitcher, l'interlocuteur voit qu'il a face à lui à une personne qui sait ce qu'elle veut », explique Yaël Hanouna-Gabison, coach et fondatrice de Smartside, cabinet de conseil en leadership et auteure de « Devenez le roi du pitch », aux éditions Eyrolles.

On peut ainsi pitcher à l'oral comme à l'écrit, sur son CV, lors d'un rendez-vous client, pour son entretien annuel... Si pour certains, cela coule de source, pour d'autres il faut acquérir la technique et s'entraîner.

Des méthodes à connaître

Pour bien préparer son pitch, Yaël Hanouna-Gabison a créé la méthode BIM.

- B** **pour Bénéfice.** « La personne n'écoute que si on a quelque chose à lui apporter. On doit lui démontrer à quoi ça va lui servir », précise l'auteure.
- I** **pour Idée.** « On parle du job qu'on recherche, par exemple, de notre valeur ajoutée ».
- M** **pour Moyens.** « On explique comme on va s'y prendre, en quoi nos expériences nous permettent de revendiquer tel poste ».

Frédéric Canevet ajoute que les nouvelles structures de pitch sont très « américaines » et mettent en avant les émotions.

Si vous cherchez à vendre un produit, par exemple, penchez-vous sur :

- La cible en la valorisant, évoquez de manière quantitative son problème principal
- La promesse qui lui est faite sur une durée
- Les bénéfices et les changements obtenus avec le produit de manière qualitative
- La réduction des freins à l'achat
- La ré-assurance
- La résolution des problèmes actuels par rapport à tous les autres produits
- Et concluez avec un appel à l'action.

Dans tous les cas, **mettez d'abord vos idées au clair**, dans un tableau pour vous focaliser sur l'essentiel. Demandez-vous ce que vous pouvez apporter à l'autre, quels sont ses besoins. Quels atouts, quelles expériences peuvent lui servir ?

Prévoyez une bonne accroche : une question que l'autre se pose souvent, par exemple. Terminez sur ce qui va se passer, sur l'impact concret qu'aura votre proposition dans un futur proche, sur des missions réussies.

Misez sur l'émotion

Entraînez-vous ensuite à formuler votre propos brièvement, en ayant un ton naturel.

Et mettez-y de l'émotion : « pour « fixer » une idée dans la mémoire d'une personne, il est essentiel d'y ajouter de l'émotion ou une image car cela renforce la capacité de mémorisation. C'est pour cela que les présentations Powerpoint ont généralement peu de textes, mais des images, des métaphores et une personne qui raconte une histoire ou fait passer une émotion. 80% de la communication est non verbale, c'est donc votre attitude, vos gestes, votre intonation qui font la différence ».

Des erreurs à éviter

Ne cherchez pas à être exhaustive, ni à parler à toute vitesse pour gagner du temps. Oubliez les détails qui dispersent l'attention. **Veillez à ne pas réciter votre pitch !**

« Il faut éviter l'humour ou les jeux de mots qui ne sont pas compris des autres. Testez votre pitch sur vos proches, et vérifiez qu'ils ont bien compris ce que vous faites ».

Restez vous-même, concentrez-vous sur l'instant présent, votre envie d'échanger pour ne pas paraître autocentrée. *« Un bon pitch doit susciter l'intérêt et donc des questions. L'autre doit pouvoir parler à son tour »*, précise Yaël Hanouna-Gabison.

Ainsi, ne soyez pas frustrée à l'idée de ne pas pouvoir tout dire. En aiguisant la curiosité de votre interlocuteur, il vous amènera à davantage vous livrer.

Multipliez les occasions et vous pitcherez comme vous parlez !

Comment pitcher comme une pro ?

À faire

- Maitriser la forme
- Rythmer la présentation
- Gérer son stress
- Etre clair et synthétique
- Montrer enthousiasme et attitude positive
- Etre percutant et pertinent
- Aller à l'essentiel
- S'entraîner régulièrement
- Donner envie d'aller plus loin
- S'adapter aux interlocuteurs

À ne pas faire

- Employer du jargon technique
- Ne parler que de soi
- Donner des informations inutiles
- Avoir un ton monocorde
- Lire le support
- Manquer d'illustrations
- Blinder sa présentation de tableaux et chiffres illisibles
- Noyer l'audience par du blabla...

© 2021 Epifrance Création



Les conseils de nos coachs

Les conseils pour pitcher à l'américaine !

PAR MARIE PERRUCHET JOURNALISTE
ET COACH EN PITCH

J'ai vécu dans la Silicon Valley pendant dix ans, c'est un monde à part. Sous le soleil californien, des dizaines d'entrepreneurs lancent la même idée à la même heure. **Pour être visible des investisseurs ou de vos clients, vous devez perfectionner cette présentation.**

Débutant dans la Silicon Valley comme juge à des compétitions de pitch, j'ai compris que raconter des histoires était essentiel pour réussir son pitch. En tant qu'ancienne journaliste pour Radio France Internationale, je sais comment raconter une histoire, mais après avoir coaché dans de nombreux incubateurs de startups, je vous assure que ce n'est pas toujours le cas des entrepreneurs, et encore moins des femmes entrepreneures.

Mon premier conseil est **de raconter une histoire.**

Pourquoi voulez-vous raconter une histoire ? Pour entrer en contact avec votre public. Votre histoire doit montrer la perte, la lutte et la transformation - un peu comme tous ces contes de fées que vous avez lu en grandissant. Lorsque vous pensez à votre business, demandez-vous quel est le problème que vous espérez résoudre ou la lacune du marché que vous espérez combler.

Expliquez ensuite **comment votre produit ou service peut résoudre le problème** et indiquez pourquoi votre cible a besoin de ce produit. Afin d'attirer l'attention de votre public dès les premières secondes, dites-lui comment votre entreprise a triomphé de l'adversité et comment vous allez transformer la vie des gens. Vous voulez montrer que vous êtes innovante et que votre idée va transformer le monde.

Pour simplifier votre histoire en un pitch de cinq minutes.

il faut énormément de

TRAVAIL DE PRATIQUE ET DE CONFIANCE EN SOI

Il est essentiel de garder à l'esprit ces règles universelles et de les appliquer systématiquement:

Soyez brève.

N'attendez pas cinq minutes pour rentrer dans le vif du sujet. Vous avez dix secondes pour attirer l'attention de votre public.

Soyez claire et précise.

Faites en sorte que chaque mot compte.

Soyez authentique.

Les gens sont curieux et veulent voir la vraie personne derrière l'entreprise, établir un lien et s'identifier à vous.

Utilisez les données dès que vous pouvez.

Cela ne fera que renforcer votre crédibilité.

Pitchez pour une femme

C'est toujours plus de travail et de préparation. Peaufinez les détails, pratiquez avec des partenaires bienveillants.es ou enregistrez-vous en vidéo. Pour terminer, les gens veulent simplement se connecter et s'engager avec les autres. Vous pouvez y parvenir en racontant une belle histoire.

Cela a été l'un de mes mantras : concentration et simplicité. Le simple peut être plus difficile à appliquer que le complexe ; vous devez travailler dur pour clarifier votre pensée afin de la simplifier.

04

Réussir ses prises de parole dans les médias

10 conseils pour être visible sur les réseaux sociaux



Les meilleurs experts de Hearsay social, experts en marketing social en Grande Bretagne nous livrent leurs règles d'or pour asseoir son influence sur les principaux réseaux sociaux

Le Social CEO Report 2014 révélait que 68 % des dirigeants d'entreprise n'ont aucune activité sur les cinq réseaux sociaux les plus puissants – Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ et Instagram. Pourtant, **être influent sur les réseaux sociaux est aujourd'hui un enjeu fondamental dans le business**. Soigner son image en ligne est devenu une nécessité pour l'entreprise, mais aussi pour ses dirigeants.

Expert en marketing des réseaux sociaux dans le domaine de la banque et de l'assurance, le groupe Hearsay Social aide plus de 100 000 professionnels de la finance à valoriser leur présence en ligne.

Voici leurs 10 règles d'or pour vous faire connaître sur la Toile et ainsi booster votre business et votre image.

Conseil n°1

Soyez visible

À quand remonte la dernière fois que vous avez feuilleté les pages jaunes pour trouver un produit ou un service ? Le fait est que nous sommes tous passés au digital, donc **ne pas être présent en ligne revient aujourd'hui à être inexistant**. Aucune entreprise actuelle ne peut se passer de marquer son empreinte sur le Web pour refléter qui elle est, ce qu'elle propose et où on peut la trouver.

Conseil n°2

Soyez vrai

Les gens choisissent de travailler avec vous pour ce que vous êtes – avec vos particularités bien à vous. Votre activité sur les réseaux sociaux doit donc être à l'image de votre façon d'être dans la vie réelle : **votre profil et vos contenus doivent refléter votre vraie personnalité et votre style**. Si vous tenez à vos fans et vos followers, soyez tout simplement vous-même sur les réseaux sociaux.

Conseil n°3

Écoutez d'abord

Ce n'est pas pour rien que l'on a deux oreilles et une bouche : sur les réseaux sociaux comme dans la vie réelle, il faut être à l'écoute avant tout. Les réseaux sociaux nous dévoilent des parcelles de la vie et des valeurs des personnes qui y partagent des contenus et des bribes d'information sur les sujets qui leur tiennent à cœur. **Écoutez-les, répondez-leur quand vous le pouvez et apportez votre point de vue de temps à autre**. Parlez moins, écoutez plus – vous serez étonné de voir à quel point cela vous rendra plus intéressant aux yeux des autres.

Conseil n°4

Soyez amical

Posez des questions et faites que les gens se sentent bien. Les réseaux sociaux reposent sur la conversation : quand les gens publient un contenu c'est très souvent dans l'attente d'une réponse, alors donnez-la-leur. Au lieu de vous contenter de « *liker* » un post, écrivez un commentaire. Cet effort tout simple aura un effet énorme sur l'engagement des personnes qui vous suivent.

Conseil n°5

Soyez constant

Que ce soit le matin dans les transports ou lors de votre pause café de l'après-midi, **trouvez du temps pour entretenir vos relations sur les réseaux sociaux**. Toute relation nécessite une attention et des efforts dans la durée, et les réseaux sociaux sont le moyen idéal de prendre des nouvelles de vos contacts de façon simple et flexible.

Conseil n°6

Respectez votre audience

Que vous utilisiez les réseaux sociaux à titre professionnel ou privé, assurez-vous que vos contenus apportent toujours une valeur ajoutée à la conversation. Une bonne règle empirique consiste à **ne partager que des contenus informatifs, enrichissants, engageants ou divertissants**.

Conseil n°7

Soyez créatif

Changez votre photo de profil, postez des paroles de chansons, lancez des débats ; bref, variez les plaisirs. Les réseaux sociaux sont un lieu d'échange original qui vous permet de participer à une conversation sociale au sens large, alors profitez-en. Le fameux « *ice bucket challenge* » aurait-il eu le succès que l'on connaît sans les réseaux sociaux ?

Conseil n°8

Prenez des risques

Le petit monde des réseaux sociaux est une cour de récré où l'on peut plus facilement entrer en lien avec les autres et partager ses points de vue. **Testez différents types de contenus à partager, à différents moments de la journée** – vous serez surpris de voir que ces petits changements auront une vraie incidence sur la façon dont réagit votre audience.

Conseil n°9

Soutenez les autres

La règle d'or des réseaux sociaux est simple : **aidez les autres à se faire connaître, faites leur promotion comme s'il s'agissait de vous**. Si vous aimez un contenu posté par quelqu'un d'autre, partagez-le (et faites-en l'éloge). Si vous tombez sur un tweet qui vous marque, ajoutez-le comme favori et retweetez-le. Partager un contenu ne coûte rien et l'auteur du message vous en sera reconnaissant, alors n'hésitez pas.

Conseil n°10

Mesurez tout

Dans la vraie vie comme sur les réseaux sociaux, il faut mesurer pour maîtriser. **Il existe une corrélation directe entre l'activité et les résultats**, que l'on peut mesurer par le degré d'engagement de votre audience. Mesurer cela vous permet d'adapter vos contenus, de mieux choisir les moments où vous postez et de tirer le meilleur parti de chaque réseau social. Parmi les paramètres à mesurer : le taux de conversion, l'engagement et la portée.

Les 10 chiffres à retenir sur les réseaux sociaux en 2021

01 Nous comptabilisons **3,5 milliards d'utilisateurs actifs** sur réseaux sociaux.

02 **Facebook** en France rassemble deux tiers des Français sur sa plateforme, à savoir **65 % d'utilisateurs**.

03 **90,4 % des utilisateurs** dans le monde sont des **Millenials**

04 Nous passons en moyenne **3 heures par jour** sur les réseaux sociaux

05 **73 %** des responsables marketing approuvent **l'efficacité des stratégies social media**

06 **54 % des consommateurs s'informent sur les réseaux sociaux** avant d'acheter un produit

07 **71 % des clients recommandent les marques après un impact positif sur les réseaux**

08 **49 % des consommateurs s'appuient sur les avis des influenceurs**

09 **Les stories Instagram représentent 500 millions d'utilisateurs actifs**

10 **99 % des utilisateurs sont des mobinautes**

Pourquoi il ne sert à rien d'être sur tous les réseaux sociaux et comment trouver le sien ?



Etre sur Internet et les réseaux sociaux est un passage quasi incontournable quand on a une entreprise. La crise sanitaire liée au covid-19 l'a encore démontré. Pour autant, cela ne signifie pas qu'il faille être sur tous les réseaux sociaux pour améliorer sa notoriété ou avoir plus de clients . L'omniprésence peut alors être contre-productive, comme nous l'explique Samuel Bielka, chargé de communication numérique spécialiste des réseaux sociaux, community manager et auteur de « *Le grand livre des réseaux sociaux* » et de « *Stratégie digitale et psychologie des Internautes* » (Ed. Gereso)

Une démarche chronophage

Communiquer sur ses services, son offre, ses produits, sa marque via les réseaux sociaux est **une démarche qui demande du temps.**

Si l'on est seule ou en équipe réduite dans son entreprise, être sur tous les réseaux sociaux peut vite réclamer un temps précieux. *« Le temps est une ressource. Or, quand on débute une activité l'argent peut manquer et on s'occupe alors soi-même de ses réseaux sociaux. Mais c'est du temps en moins pour prospecter, pour mettre à jour son site... Les réseaux sociaux semblent gratuits et amènent des avantages certains mais il faut bien calculer le rapport temps/avantage pour s'assurer que le résultat est valable »*, recommande Samuel Bielka, chargé de communication et community manager en free-lance.

Le temps à consacrer à ses réseaux sociaux dépend de son secteur d'activité et de sa situation mais selon l'expert cela peut vite demander 30 mn à 1 heure par jour. **La régularité et la fréquence de publication sont des critères importants pour obtenir des résultats**, créer une communauté et avoir des retours.

« C'est un marathon où il faut avancer chaque jour à un bon rythme. Cela peut être un piège car les réseaux sociaux sont créés pour générer une dépendance. On peut vite y passer du temps et c'est plus gratifiant d'avoir des likes et des commentaires que de faire de la prospection téléphonique », rappelle l'expert. Être sur peu de réseaux sociaux permet déjà de limiter le temps sur ceux-ci pour davantage concentrer ses efforts.

La mauvaise cible

Chaque réseau social s'adresse à un public particulier qui ne sera peut-être pas le vôtre.



Facebook reste généralement un bon choix d'après le community manager car il s'adresse à une large audience même si les jeunes y sont un peu moins représentés. En France, c'est le réseau social le plus utilisé avec 65% d'utilisateurs (Hootsuite, 2019).



Instagram possède également un public assez large, plus jeune que Facebook.



LinkedIn est le premier réseau professionnel et le plus pertinent pour faire du B to B.



Twitter a une audience plus confidentielle mais peut être un bon canal pour interagir avec les influenceurs, journalistes, hommes politiques...



TikTok et Snapchat sont les réseaux sociaux à privilégier pour atteindre un public très jeune.

Avant de se lancer tête baissée, il faut donc se demander sur lequel de ses réseaux sociaux se trouve son cœur de cible. « *Si l'on vend des croisières pour des retraités, il est peu pertinent de communiquer sur Tiktok, mais Facebook sera sans doute plus profitable* », lance ainsi l'expert.

Un contenu inadapté

Autre élément important, le contenu diffusé. **On ne communiquera pas de la même manière sur TikTok ou sur LinkedIn !** Mais dans chaque cas, il importe de veiller à la cohérence entre le social media et la communication globale de sa société. « *L'erreur que je vois souvent c'est le manque d'analyse de la situation, de stratégie globale. Il est important de réfléchir en amont à son message, à ses éléments de langage, à son pitch, sa charte graphique...On doit les réutiliser et les retrouver sur les réseaux car ils constituent son image de marque. Il faut donc y réfléchir à deux fois avant de publier un contenu et se demander ce qu'il va apporter aux internautes pour éviter un éventuel préjudice* », prévient Samuel Bielka.

La ligne éditoriale gagne donc à être définie au préalable en fonction de son ADN et de celui-ci du réseau social pour assurer un mariage judicieux.

Trop éparpillé

Par ailleurs, en voulant **être sur tous les réseaux sociaux, on disperse ses forces, surtout au sein d'une équipe réduite.** « *Il faut publier du contenu mais aussi surveiller les messages privés, répondre à chacun... On augmente sa charge mentale. Mais si on ne le fait pas rapidement, les clients risquent de penser que l'on n'est pas réactif et ça peut desservir l'activité* », met en garde le chargé de communication. L'idée est donc de **concentrer ses efforts sur un petit nombre de réseaux sociaux pour optimiser son impact.**

Comment trouver un réseau social adapté ?

Pour commencer, on prend donc le temps de se poser les bonnes questions : quelle est ma cible ? Où se trouve-t-elle ? Quel est mon objectif en communiquant sur les réseaux sociaux ? « *Souhaite-t-on travailler son image de marque, sa notoriété ou créer un tunnel de vente pour diriger vers sa e-boutique ? Globalement Instagram, par exemple, ne permet pas d'ajouter des liens dans chaque post. Mieux vaut privilégier Pinterest, Facebook ou Twitter. Mais si l'on veut travailler son image de marque Instagram est très bien* », remarque Samuel Bielka. **Les fonctionnalités de chaque réseau doivent donc être prises en considération.**

Ensuite, les messages doivent être pensés de manière à créer de l'interaction, en posant une question à la fin du post par exemple. Cela permet de les faire remonter dans l'algorithme des réseaux. Autre élément capital : l'émotion. « *Mieux vaut éviter les messages au ton neutre car ils ne donnent pas envie de s'engager. Avant de publier, il faut se demander quelle émotion on veut susciter : de la nostalgie, de la colère, de la passion ? Quand on lance un nouveau produit, on peut alors parler des moments difficiles traversés, du long travail mené pour arriver à ce résultat. La sincérité est importante* », note le spécialiste.

Enfin, mieux vaut se sentir soi-même à l'aise et aimer le réseau social sur lequel on va communiquer.

7 clés pour réussir vos visioconférences



C'est le nouveau must: les visioconférences sont partout. Voici quelques conseils pour bien maîtriser ces nouvelles prises de parole. Par Christine Cornu-Mariani et Olivia Penichou, coachs prise de parole en public - PPEPP's .

Réunion d'équipe, entretien d'embauche, interview média, réunion client ou web-conférence, la crise sanitaire que nous traversons joue le rôle d'un accélérateur des usages : la visioconférence est devenue la "norme" en quelques semaines... et fait ses preuves en matière d'efficacité et de simplicité. Après cette période particulière, ce système continuera sans doute à faire partie du quotidien professionnel de beaucoup d'entres nous... alors, prenons tout de suite quelques bons réflexes.

Conseil n°1 **The place to be**

Certes, vous êtes chez vous. Mais que voulez-vous montrer de vous, derrière vous ? ...photos de vacances, déco perso, mobilier, vaisselle, lit...?

Dans une posture professionnelle, la neutralité est de rigueur. Choisissez un lieu bien éclairé, calme et épuré. Si vous choisissez l'option "habillage" qui permet d'insérer une image derrière votre silhouette pendant la visio conférence, la règle est la même : les palmiers, photos de vacances ou vidéos d'aurores boréales ... sont à proscrire (vous les utiliserez pour votre prochain Coronapéro J). Enfin, prévenez votre entourage... et pensez à verrouiller votre porte (surtout si vos enfants ont moins de 6 ans) !

Conseil n°2

La technique, c'est fantastique !

Surtout quand ça marche bien. Donc avant de démarrer, vérifiez la qualité de votre connexion internet, testez la caméra de votre ordinateur ou de votre téléphone... et nettoyez- la.

Chaque application de visio-conférence possède ses propres fonctionnalités, prenez le temps de les tester en amont.

Les bruits parasites sont gênants pour vous comme pour les autres participants : **n'hésitez pas à utiliser un casque et n'oubliez pas de désactiver votre micro** lorsque vous ne parlez pas mais ... soyez prêt à l'activez lorsque vous intervenez.

Conseil n°3

Que la lumière soit...

...Mais sur vous. C'est votre visage qui doit être éclairé, donc évitez le contre-jour, en privilégiant un éclairage de face ou de côté (idéalement les deux).

Pour éviter "l'effet Photomaton" (cadrage menton, oreilles, front... rarement flatteur), choisissez le cadrage idéal : **le plan américain**. Positionnez-vous au centre de l'écran et ni trop près ni trop loin de la webcam : on doit voir tout votre visage (oui, oui), le haut de votre buste, et vos épaules en entier.

Conseil n°4

Fashion week

N'oubliez pas que vous êtes en mode (télé)travail et **choisissez les vêtements que vous portez habituellement pour travailler**. Oubliez donc T-shirts casual, pyjama ou jogging. Attention : certaines textures ou couleurs font “mal aux yeux” à l'écran, comme les chemises rayées ou les motifs chargés.

Conseil n°5

Regardez-moi dans les yeux

Posez votre caméra, votre téléphone, votre tablette ou votre ordinateur sur un support plat et stable : bureau ou table du salon (évittez la table basse ou les coussins) et mettez la à hauteur de vos yeux afin d'éviter de baisser ou lever les yeux. **Posez votre ordinateur sur des livres afin d'éviter d'être filmé en contre plongée** (ce qui assure une vue directe sur vos narines et le plafond de votre domicile). Gardez un contact visuel en regardant la camera surtout lorsque vous prenez la parole (Inutile de vous regarder dans la petite fenêtre là... c'est tentant mais cela se voit). Si vous regardez ailleurs sur l'écran, les autres participants penseront que vous n'êtes pas vraiment avec eux.

Conseil n°6

Ici et maintenant

La visioconférence est un exercice exigeant : **consulter ses e-mails, répondre au téléphone, faire “autre chose” pendant la réunion, s'agiter un peu trop... se voit à l'écran**. Tout dépend de la nature de votre réunion mais un manque de concentration ou une trop grande distraction sont facilement visibles.

L'image que vous donnez est d'autant plus importante en visioconférence que vous apparaissez généralement bien à l'écran : tout le monde voit tout le monde de face... bien mieux que dans une réunion conventionnelle.

Conseil n°7

Vous avez la parole

Si vous animez la réunion, organisez un tour de table afin que chacun puisse se présenter et prévoyez un échange informel avant de rentrer dans le vif du sujet. Dans cette période particulière et parce que chacun travaille depuis son domicile, l'empathie est la règle. Proposez les règles du jeu : timing de la réunion, écoute mutuelle, petit signe de la main à l'organisateur pour prendre la parole, micro sur "off" quand on ne s'exprime pas... C'est la garantie de réunions bien conduites, où tout le monde peut s'exprimer et s'entendre.

Vous pouvez également proposer le recours à la messagerie instantanée, un fil d'envoi de messages écrits, visible par l'administrateur ou les participants, une solution très appréciée des timides.

À vous de jouer, sans viser un César, mais pour montrer le meilleur de vous-même et continuer à travailler, presque comme au bureau !

Le plus difficile, c'est de décider d'agir. Le reste ne tient qu'à la persévérance. .

Amelia Earhart

05

Communication et Management

Mieux manager grâce à une bonne communication



Bon nombre de personnes aiment dans la conversation le fait de parler, non celui d'écouter. La communication est un art qui ne s'improvise pas et dont je vais vous livrer quelques clés de succès. Voici 8 conseils, faciles à mettre en pratique, utiles et pragmatiques pour booster votre dimension managériale

“Parler est un besoin. Écouter est un art”, Goethe avait déjà perçu la révolution qu'il nous est nécessaire d'opérer pour communiquer avec efficacité.

01 **Soyez présente à l'autre.**

Vous êtes en réunion et vous avez une urgence à régler : il y en a toujours ! Un coup d'œil discret sur votre portable, deux trois gestes du doigt et le tour est joué. Vous avez répondu.



Coaching corner :

Pour être là pour l'autre et disponible à ce qu'il dit, coupez votre téléphone portable, fermez votre ordinateur, ne regardez pas vos textos, vos mails, votre Facebook, votre LinkedIn, bannissez les « *juste une seconde s'il te plaît* »...

Prenez votre interlocuteur pour centre d'intérêt. C'est un signal de respect et d'attention que l'on adresse à son interlocuteur. Vous verrez qu'il appréciera votre disponibilité et qu'au final vous gagnerez du temps.

02

Soyez accueillante.

Face à un interlocuteur avec lequel vous n'avez pas le fit, différentes attitudes que je laisse à votre sagacité, sont possibles.



Coaching corner :

Adoptez celle qui est peut-être la moins spontanée pour vous : l'accueil, l'ouverture et la disponibilité à autrui. Gardez présent à l'esprit que chacun a un domaine d'excellence et que votre collaborateur vous apportera nécessairement une ouverture.

03

Posez de vraies questions.

Des questions vous en posez à longueur de journée. Tu me donnes ce rapport demain ? C'est toi qui animes la réunion la semaine prochaine ?



Coaching corner :

Je vous incite à poser des questions « *ouvertes* » qui attendent comme réponse une information, non celles qui enferment dans une réponse par oui ou non.

Au lieu de : « Ton CoDir s'est bien passé ? », pensez à dire : « Comment s'est passé ton CoDir ? ». Là, vous êtes dans le dialogue et non dans une sorte de monologue. Vous créez les conditions pour que chacun s'exprime librement et vous suscitez l'échange.

04 Évitez les pensées parasites.

Évidemment, au cours d'une discussion ou lors d'une réunion, notre esprit vagabonde et a tendance à s'égayer. Cela nous arrive à tous, rassurez-vous !



Coaching corner :

Je vous invite, non pas à réfréner cette pensée, mais plutôt à la laisser entrer et à la laisser sortir, ainsi qu'elle est venue. Plus vous chercherez à l'éliminer, plus elle s'incrusterait : pensez à lâchez prise !

05 Soyez humble

On vous questionne sur un sujet et vous ne savez pas. Vous éludez, répondez à coté, tentez une pirouette ? Oui, cela doit être jouable une ou deux fois.



Coaching corner :

Acceptez de reconnaître que vous ne savez pas quand...vous ne savez pas et remettez votre réponse à une date ultérieure que vous précisez. Cela renforcera votre crédibilité.

06 Mettez-vous à la place de l'autre.

On parle beaucoup d'empathie, cette faculté de se mettre dans les chaussures de l'autre et de percevoir la situation à travers son prisme, les émotions telles qu'il les ressent.

C'est une belle faculté qu'il ne s'agit pas de confondre avec le fait de prendre sa place. Si votre collègue sort « *anéanti* » d'une réunion qui s'est mal passée et que vous lui répondez : « *Je sais ce que c'est. Il m'est arrivé la même chose la semaine dernière !* » puis que vous enchaînez sur vos déboires, vous lui faites probablement plus de mal que de bien !



Coaching corner :

Chacun a son histoire, ses maux, ses mots, ses émotions. Soyez à l'écoute du problème ou de la difficulté dont vous êtes la confidente sans vous substituer à l'autre.

07

Évitez les détails qui tuent

Pour faire une présentation devant un auditoire impatient et exigeant, vous arrivez hyper préparée. Vous connaissez tout du sujet et avez concocté plein de slides.



Coaching corner :

Soyez vigilante et songez à aller à l'essentiel. Evitez d'entrer dans les détails sauf si vous y êtes invitée – évidemment vous les avez préparés et ils sont facilement disponibles.

En optant pour les détails, vous prenez le risque de perdre vos interlocuteurs en chemin.

On vous sera souvent reconnaissante d'aller à l'essentiel et de focaliser votre exposé sur trois points clés. Trop détaillée ou mal structurée, une présentation perd de sa puissance et de son impact... et vous aussi !

08

« Beaucoup d'entre nous sont à ce point à l'écoute de ce qu'ils ont à dire qu'ils n'écoutent pas ce que les autres ont à dire. "Oscar Wilde

Écouter, je ne fais que cela, me direz-vous! Oui, et comment écoutez-vous ? Ecouter est à la fois contraignant et difficile. Lorsque vous écoutez, vous êtes presque héroïques. De récentes études montrent que nous avons un débit maximum de 225 mots à la minute lorsque nous parlons intensivement. Or nous sommes à même d'écouter 500 mots à la minute. Notre cerveau peut donc manquer de stimulation et être vite distrait en posture d'écoute.



Coaching corner :

Écouter requiert une attention soutenue. Pour vous connecter à l'autre, il est essentiel d'écouter avec l'intention de comprendre ce que dit votre interlocuteur et non avec celle de répondre ! Avec ces 8 outils, vous êtes armée pour entrer dans l'ère de la communication, la vraie, celle qui vous permettra de monter en puissance, de développer vos qualités relationnelle et managériale.

5 conseils pour conduire efficacement une réunion



Haro sur les réunions qui traînent en longueur...Nos astuces pour être efficace.

Conseil n°1

Ne pas gaspiller les trois premières minutes

Le manager doit bien préparer ses mots de bienvenue afin de se positionner d'entrée de jeu comme un bon leader. **Ses gestes ne sont en rien improvisés** : ils donnent le ton et ont été soigneusement préparés.

Conseil n°2

Jouer sur le contraste de votre voix

Afin de vous rapprocher de votre audience, **calquez votre image sonore (et visuelle) sur celle des participants**. En fonction des personnes que vous dirigez, vous adaptez votre voix, votre gestuelle et votre vocabulaire.

Conseil n°3

Éliminer vos tics de langage

Les tics révèlent l'absence de maîtrise des silences. Or, ils sont essentiels car ils donnent **aux interlocuteurs le temps d'assimiler les arguments**. Les « *je crois que* » et « *je veux dire* » sont à bannir. Ils contribuent à réduire la force du message. Des mots parasites comme « *effectivement* », « *absolument* », traduisent un manque d'assurance dans l'argumentation.

Conseil n°4

Anticiper la lassitude de l'auditoire

Le manager qui conduit la réunion doit anticiper l'essoufflement des participants. Sans rythme, certains vont décrocher, d'autres vont manifester leur lassitude et leur frustration. **La mise en scène de la réunion doit donc être travaillée** et une ou plusieurs relances de l'attention doivent être prévues.

Conseil n°5

Ne pas jouer les petits chefs

En toutes circonstances, **c'est l'écoute active qui doit dominer**. Car pour faire passer un message ou prendre une décision, il faut utiliser les arguments des autres.

Peu importe le défi que vous avez à surmonter, vous devez vous rappeler que même si la toile de votre vie se peint au fil de vos expériences, de vos comportements, de vos réactions et de vos émotions, c'est vous qui avez le pinceau en main.

Oprah Winfrey



businessofeminin.com



[Bizzofeminin](#)



[Business O Féminin](#)