



Communiquer plus efficacement

(notamment par écrit)

*Ph Laboureux,
France SWG Talent Center leader*



8-10 JUILLET 2014 IBM BOIS-COLOMBES





2

La balle de parole

3

Contribuer en toute liberté

- ☆ Engagement de confidentialité
- ☆ Apprécier, apprendre de la différence
- ☆ Pas de jugements, des encouragements



Agenda



- Exercice initial
- Vous avez dit communiquer ?
- Vendre, c'est communiquer une vraie valeur
 - Vendre: principes et étapes
 - Proposer la vraie valeur
- Communiquer pour vendre, d'accord mais comment ?
 - Ecrire (mail, courriers, brochures)
 - Parler (pitch, présentation, téléphone)
- En cadeau, deux secrets à conserver:
 - Pour réussir, il faut commencer par.....
 - Le Wiiiifm



Exercice initial: la phrase publicitaire

- Préparer en 3 minutes une phrase pour vous présenter au groupe en éveillant son intérêt





Communiquer, c'est quoi ?



- Communicare = partager en latin
- La **communication** est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un



ECHANGE

(propos, opinions, sentiments, émotions, gestes, ...)

COMPREHENSION MUTUELLE

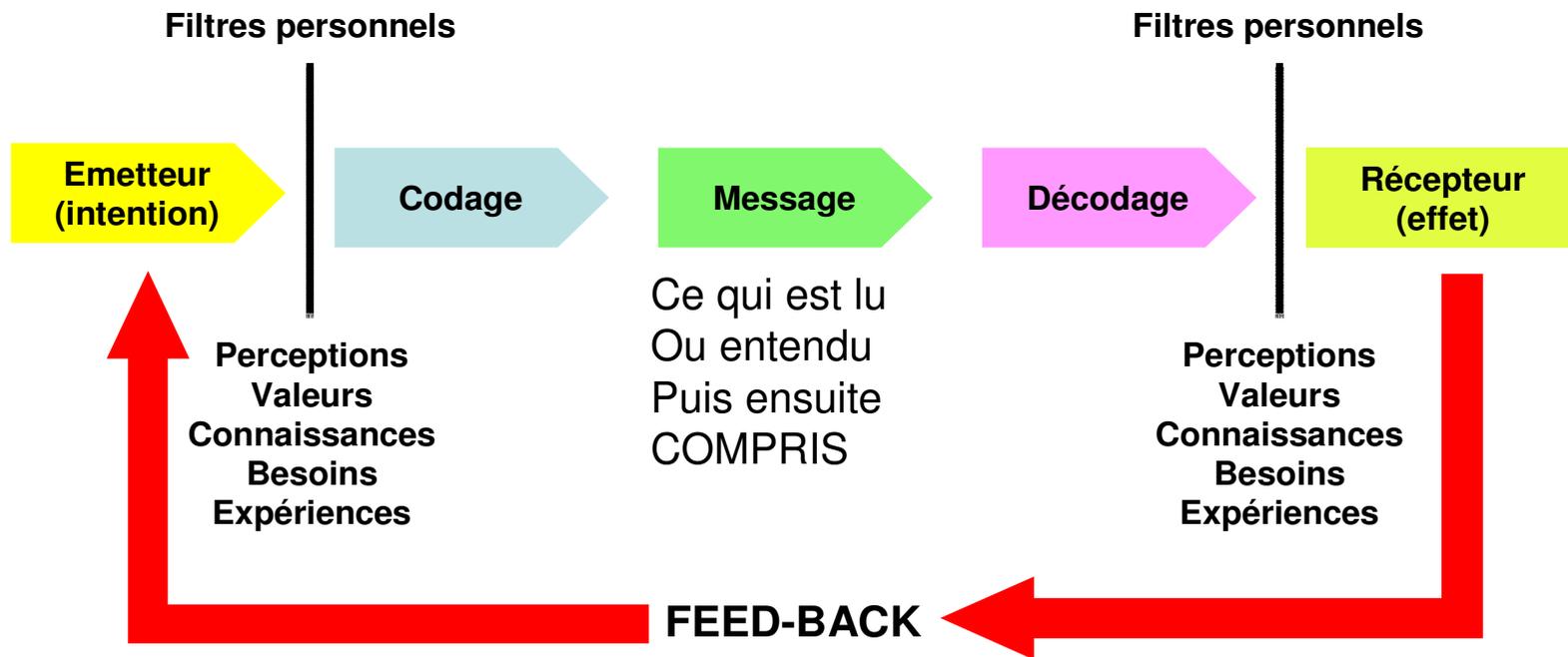
(réciprocité dans la compréhension pour bannir les malentendus)

ACTION

(joindre le geste à la parole pour une concrétisation mutuellement satisfaisante)

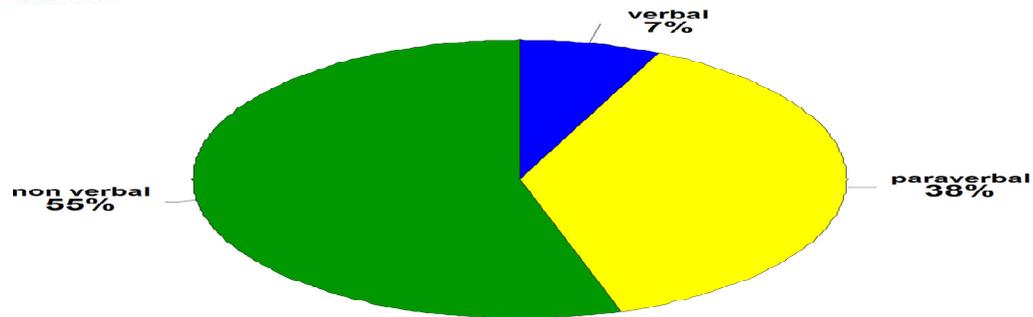


Quelques principes de base



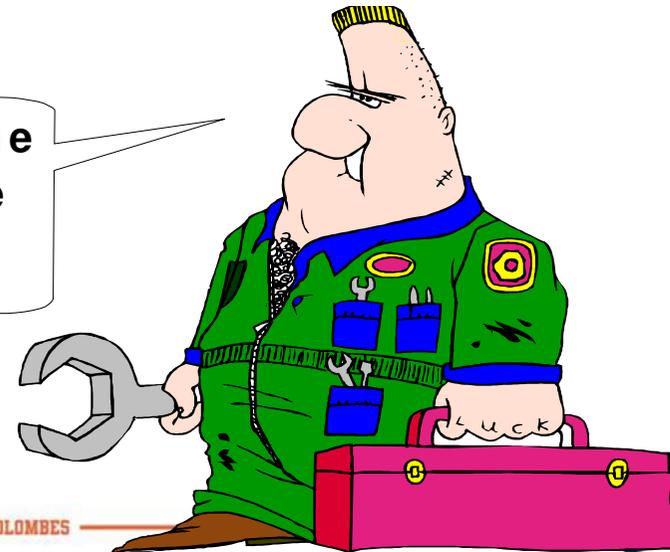


Les 3 canaux de communication



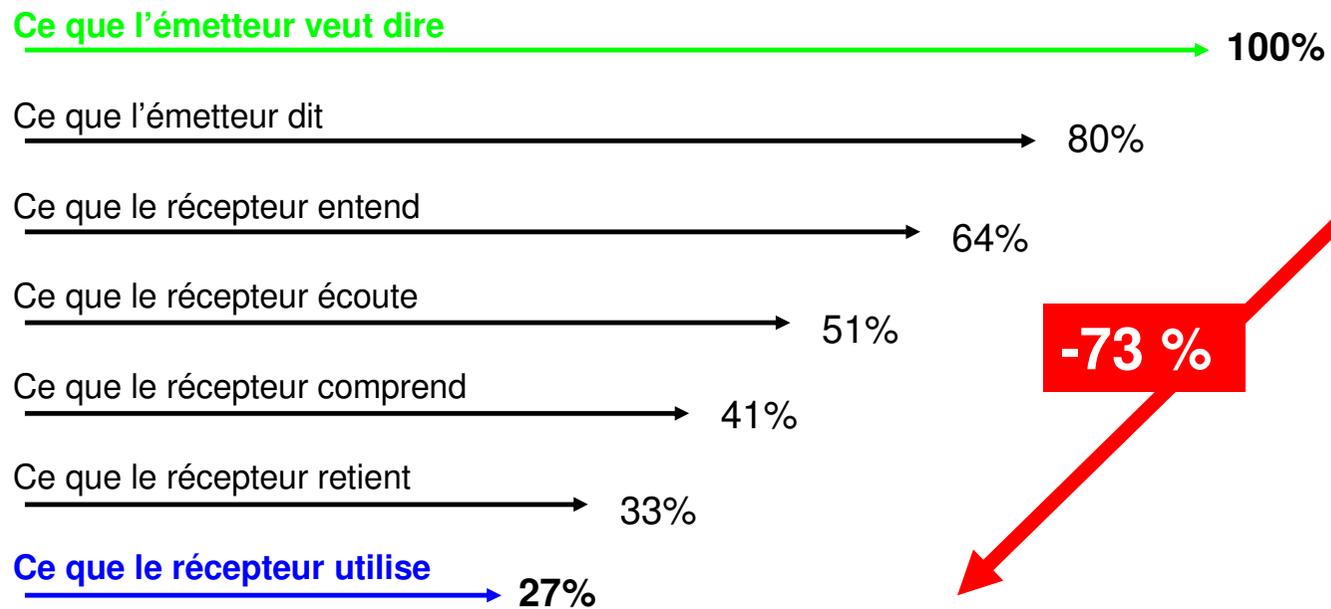
I've got a message
from the Service
Division

Un message =
10 % de contenu
30% sur la manière dont nous l'entendons
60% vient du « reste » de l'orateur





L'horrible réalité des faits...





Quelques exemples ...



- Etre trahi par sa vue: témoignages différents suite à une bagarre, un accident.....ou un match de football !
- Ne pas avoir la mémoire des mots employés: interprétation, transformation, ajouts, remplacements, décontextualisation
- Ne pas voir la réalité de quelque chose:
 - la vidéo de l'illusion: http://www.youtube.com/watch?v=IGQmdoK_ZfY
 - **le texte de Cambridge:**
Selon une étude de l'Université de Cambridge, l'ordre des lettres dans un mot n'a pas d'importance, la seule chose importante est que la première et la dernière lettres soient à la bonne place. Le reste peut être dans un désordre total et vous pouvez toujours lire sans problème. C'est parce que le cerveau humain ne lit pas chaque lettre elle-même, mais le mot comme un tout.



Mais encore.....



- Percevoir ne veut pas dire voir: exemple de la voiture
 - "VU" : design, aérodynamique, équipements, ...
 - "ENTENDU" : bruit moteur, bruit échappement, sono, ...
 - "SENTI" : gaz échappement, essence, odeur du neuf, ...
 - "RESSENTI" : confort, pollution, bouchon, ...
- La culture joue un rôle majeur: la publicité Coca-Cola
- Etc...



Vendre, c'est communiquer une vraie valeur



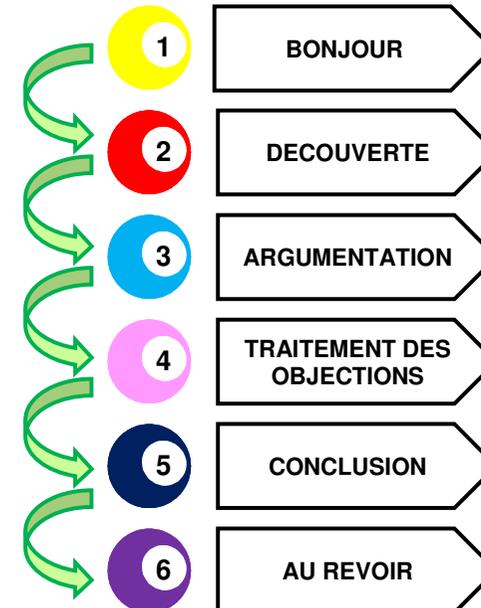
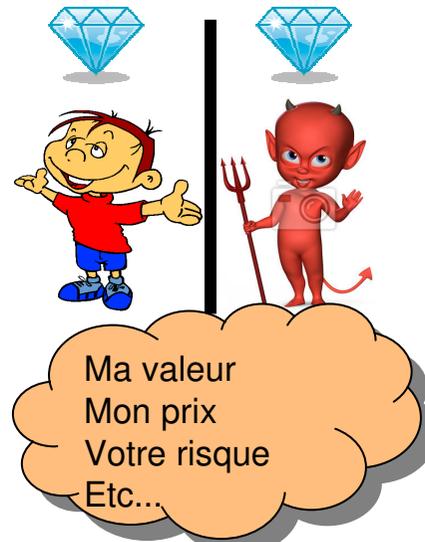
Vendre c'est.....



influencer vers vous....



Par une démarche





Mais c'est aussi



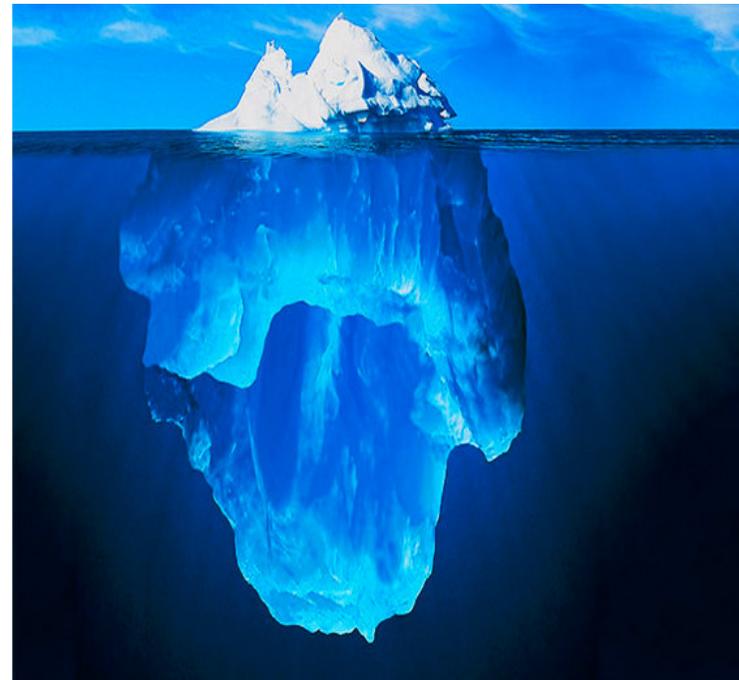
- Une « envie » ou un besoin, la « CRAN »
- Un décideur et son « SONCAS »
- Des influenceurs ?
- Un processus de décision
- ET un contenu de valeur mais d'abord pour le client = pas pour vous !!!



Votre interlocuteur est un iceberg !



SONCAS





La méthode **SONCAS** (1):



... La partie « immergée » de votre interlocuteur

- **S** écurité
- **O** rgueil
- **N** ouveauté
- **C** onfort
- **A** rgent
- **S** ympathie



Our value Proposal for YOU, DEAR CUSTOMER



SWITCH the LIGHTS ON



• INTRO

Introduction = Exec summary

• YOU

Your Challenge: Goal + €€€ + WIIFM

• US

My Sol = Your USAGE

• WHY TOGETHER

Unique, Security, References, Analysts

• HOW

Next Steps

• CONCLUSION

Exec Summary

Un contenu de valeur



The exec summary = the storyboard

SWITCH the SAME LIGHTS OFF





Communiquer pour vendre: D'accord mais comment ?



Ecrire pour mieux vendre.....



- Vous écrivez bien sûr ces formats:
 - Mail
 - Courriers
 - Publicités/invitations etc.....
 - Réseaux sociaux
- Et aussi ceux-ci !
 - Une présentation « PPT »
 - La phrase magique
 - Préparation de phrases d'introduction et de conclusion de réunion
 - Scripts de téléphone lus par les téléacteurs (exemple de puresystem)



Que voulez vous dire ? Dites le vite !

- Keep it simply stupid, you will be more likely to be thought of as intelligent (1)
- Un seul concept, une seule idée dans une phrase
- Utilisez des mots clefs adaptés à votre auditoire ou lecteur (attention au vocabulaire employé.....)
- Les verbes font bouger !
- Le titre d'un document le résume, donc il est en accord avec le texte...



Ecrire mieux: trucs et astuces 2/2



- Faisons simple et court: sujet + verbe + complément car...

“ La brièveté est sœur du talent.”

Anton Tchekhov

- Evitez les virgules, utilisez les points
- Pas plus de 15 mots dans une phrase, et 15% maximum de mots de plus de 3 syllabes
- Utilisez la forme active et pas la forme passive
- **Lisez à haute voix** votre écrit devant une glace et corrigez tout ce qui est difficile à prononcer
- Personnalisez le contenu pour votre client

<http://www.jeanpierrelauzier.com>

<http://www.blogpersonalbranding.com/2011/10/des-conseils-pour-bien-ecire-vos-billetsmessages-lettres-emails/>



Plus simplement soyons >0



Pourquoi les fraises Tagada peuvent vous aider à vendre plus

- Utiliser des stimulateurs de positivité
 - Accordez-vous votre friandise préférée
 - Passez un coup de fil à un ami
 - Visualisez l'issue positive du RDV à venir
 - Accordez-vous 5 minutes de méditation pour diminuer le stress
 - Pensez à un plaisir à venir : la meilleure partie est l'anticipation bien souvent !
 - Adoptez une posture physique positive : redressez-vous, souriez...
 - Changez votre ligne de vue : regardez vers le haut et non vers le bas!
 - Faites comme si !
 - Accomplissez des actes de bonté consciemment ! L'altruisme diminue le stress ☺
 - Ecoutez un morceau de musique qui donne la pêche

<http://www.legrandblogdelavente.com/pourquoi-les-fraises-tagada-peuvent-vous-aider-a-vendre-plus>



Pensons, donc écrivons >0



par contre	→	de plus, et
ou	→	et
mais	→	et
on	→	Nous(nous-mêmes, nous ensemble), je, il, vous (personne, entreprise)
conditionnel	→	présent, futur
lieux communs, usé	→	approprié, spécifique
supposé, interprété	→	factuel, confirmé
général	→	spécifique
non	→	oui si, non car
...	→	...



Ou encore....



A la place de ...	Dites ou écrivez plutôt ...
Modèle bas de gamme	Modèle de base
Gratuit	Offert
Hésitation	Réflexion
Concurrent	Confrère
Crédit	Financement
Coût, coûter	Budget, valoir
Prix, argent	Investissement
Prochainement	Le... dans une semaine
Vous n'avez plus de questions ?	Avez-vous d'autres questions ?
On va vous rappeler	Je me propose de vous rappeler le... à...

Mais encore....



A éviter	Préférer plutôt	Commentaires
<ul style="list-style-type: none"> • Ne pensez-vous pas ? • Vous faites erreur... • On... • Mais... • Je venais vous voir pour... • Vous pourriez ainsi... • Les formules complexes et les phrases longues • Les mots "négatifs" (échec, problème, difficulté, coût, dépense, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensez-vous ? • Je comprend, néanmoins... • Je ... ou nous ... • Et justement... • Je viens vous voir pour... • Vous pourrez ainsi... • Les formules simples et les phrases courtes • Les mots "positifs" (gain, succès, solution, expérience, investissement, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Simple, positif, direct • Ménage la susceptibilité • Valorisation • Pour rebondir • Le présent c'est l'action • Le futur met en situation • Pour faciliter la compréhension • Pour une communication positive et optimiste



Elevator Pitch: la phrase « magique »



- 1 minute pour convaincre = 0 improvisation = préparation écrite obligatoire
- Avez-vous par hasard un point commun de « réseau » entre le client et vous ? Œnologie, marathon, golf, bridge, tennis etc.....
- Que pouvez vous lui apporter:
 - un gain de productivité comme chez votre client X ou Y
 - un + de son SONCAS
 - Un succès que vous avez eu chez son concurrent



Un petit moment de détente.....

- **[Vidéo démo on line:](#)**

**Toute ressemblance avec cette présentation
sera évidemment pointée du doigt
par cet auditoire :+))**





Ecrire pour parler: la présentation PPT



“ Certains hommes parlent pendant leur sommeil. Il n'y a guère que les conférenciers pour parler pendant le sommeil des autres.”

Alfred Capus

- Vous = Préparation + Compétence + Convivialité + Conviction
- Vos slides = clarté + concision = 1 titre + 6 lignes de 7 mots maximum
 - Pas 25 polices de caractères différentes
 - **Le caractère en gras** = exprimer la puissance du mot
 - *Le caractère en italique* = dynamisme, mouvement, souligne sans lourdeur
 - Attention au soulignement qui rend la lecture plus difficile
- **Les minuscules en plus gros caractères** sont plus lisibles que **LES MAJUSCULES**
 - Casse jamais inférieure à 18
- Gérez le temps: 30/10/5



Ecrire en utilisant les couleurs



- Les couleurs chaudes stimulent, les froides calment
- Le bleu, le rouge et le marron sont des couleurs masculines
- Le noir a une image « sophistiquée »
- Le vert signifie santé, vacances, repos
- Attention aux couleurs « culturelles »: le blanc en Europe signifie la joie et au contraire la tristesse, le deuil pour d'autres continents ou religions



<http://copywritingsecrets.blogspot.com/2005/09/comment-utiliser-la-symbolique-des.html>



Téléphoner, c'est simple mais....



- 87% Non-verbal + 13% verbal
- Parlez de façon tonique !
- Votre posture influe directement sur votre façon de vous exprimer.
 - Souriez, le sourire s'entend au téléphone
 - Tenez-vous droit si vous ne voulez pas que votre voix « tombe » : tête haute, jambes décroisées
- Concentrez-vous, écoutez attentivement ce que dit votre interlocuteur, il vous entendra le faire
- Attention aux bruits parasites : froissements de papier... jetez votre chewing-gum !
- Dites souvent: vous ou nous = dites rarement: je, moi
- Et pour conclure... pensez à respirer !



Que ce soit par écrit ou en « écrit oral »...



Surveillez votre vocabulaire 😊

- Si vous utilisez des mots appartenant au champ militaire... Vous ferez passer des idées non nuancées ! Force, violence etc.
- Adaptez votre langage à vos collaborateurs : le champ lexical de la guerre ne conviendra pas à un empathique par exemple
- Nuancez vos propos et utilisez le champ lexical sportif ! Gagnez une course haut la main au lieu d'être « une machine de guerre » !

<http://www.kolibricoaching.com/management-durable/managers-vocabulaire-sens/>

Même si votre budget com' a fondu,

nous pouvons redonner la patate

à votre business !



Contactez nous...

Vous avez un budget com' à la noix !

Alors appuyez sur le champignon...



Contactez nous...

blue up

AGENCE DE CRÉATION • www.blueup.fr • Nadia 01 41 11 80 80



SYSTRAN: découvrez notre nouveau site web

Philippe Laboureux

Please respond to SYSTRAN

Security:

To ensure privacy, images from remote sites were prevented from downloading. [View Images](#)



Bonjour Philippe,

Il est un plaisir de vous annoncer que SYSTRAN a lancé son tout nouveau site internet : **lire le communiqué [ici](#)**.

Ce site a été traduit en 7 langues grâce à notre service en ligne SYSTRANLinks. Venez découvrir la solution SYSTRAN qui répond à vos enjeux métier et n'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires et remarques.

Bonne navigation.

Un magnifique exemple de comm ratée !!!



En cadeau, deux secrets à conserver:

1/ Pour réussir il faut commencer par **préparer !**
« Failing to prepare is preparing to fail »

2/ « Le Wiiiifm »



Préparer efficacement: la société...



- Site internet de la société
- Site financier du type sociétés.com, score3, score et décision Brandstreet, et / ou Bluemine (sales IBM only)
- Actualités de la société : lesechos.fr, latribune.fr ...
- Fastpass (installé IBM, via mon grossiste)
- Quelle matrice réelle IBM ? IA du compte/ STG / GBS / IGF
- <http://www.theofficialboard.fr/> : trouver les organigrammes de direction
- Corporama.com





Préparer efficacement: les personnes...



- <https://pipl.com/> : concentre sur une page toutes les infos sur 1 personne: ses réseaux sociaux, articles de presse, publications, vidéos youtube, n° de téléphone, etc.



- Googliser son client !
- LinkedIn, Viadeo, Yatedo et Twitter vous permettront de trouver les bons contacts et les fils d'info, de trouver la terminaison e-mail et de tenter l'approche directe par construction intuitive d'e-mail
- Vérifiez la validité des adresses sur des liens comme celui-ci !
→ <http://verify-email.org/>





Préparer le contenu



- <https://www.gosavo.com/ibm>



Proposal and Presentation Accelerator (PPX)

Your session has expired or you clicked a link that requires a login.

To delay session expirations for 24 hours, after you login, go to the "My Content" icon on the left navigation bar and click "Remember Me".

For Japan: IBMユーザーは、右のボタンをクリックしてログインに進んでください。不具合などの問い合わせは、AP CRM Help Desk/Malaysia/Contr/IBMまでお願いします。

IBM Employees

Login

Need Help? Contact your local IBM Help Desk

IBM Business Partners

Login

Need Help? Contact your local PartnerWorld Help Desk



Wiiifm...: What is in it for me ?



- C'est la **seule vraie** question que se pose votre lecteur ou auditeur: Qu'y a-t-il dans ce message écrit/oral pour moi
- Mettez vous en mode **EVA**(1): mon **E**xpertise pour lui, quelle **V**aleur pour lui, **A**ide(z le vous aiderez)
- Oubliez votre offre ou votre société, pas le temps de
- Parlez lui de lui
- N'essayez pas de tout dire



**Merci de votre attention
Et maintenant à vous de jouer !**





Les exercices



- **30 min : La phrase magique**
 - 5 min de préparation
 - Vos retours / Analyse de la performance

- **1h30 : la prise de RDV**
 - 10 min de préparation pour le mail et le call
 - OBJECTIF : Obtenir un RDV planifié
 - Vos retours / Analyse de la performance

