

Le guide de la communication orale professionnelle

La communication orale, indispensable, mais parfois tant redoutée. Elle doit et est utilisée avec précision, conviction pour marquer la pertinence de votre projet ou produit sur un marché. Ne vous y fiez pas, on ne parle pas comme Luchini par instinct. En revanche, ce guide El Qantara vous donnera les outils nécessaires pour vous exprimer de façon claire et concise pour convaincre et persuader votre interlocuteur.

Aurélie Bardin Avril 2016

Guide El
Qantara

Table des matières

Les fondamentaux de la communication orale - la méthode de Bono.....	1
Principe	1
Méthode	1
Exemple.....	1
Sujet : Sortie d'une application mobile X.....	1
Définitions	2
Bibliographie	3
Les fondamentaux de la communication verbale – la communication verbale de Jakobson	4
Principe	4
Méthode	4
Exemple.....	5
Schéma 1 de communication verbale de Jakobson – académique	5
Schéma 2 de communication verbale de Jakobson – ludique.....	6
Conseils/Erreurs	6
Conseils.....	6
Erreurs	6
Bibliographie	6
La communication orale en détails - Préparer un appel téléphonique	7
Principe	7
Méthode	7
Exemple.....	8
Exemple de plan d'appel 1 : la relance d'entretien d'embauche	8
Exemple de plan d'appel 2 : la relance d'entretien d'embauche.....	9
Exemple de plan d'appel 3 : la relance de parution d'article	9
Conseils/Erreurs	9
Conseils.....	9
Erreurs	9
La communication orale en détails - Préparer son entretien	9
Principe	10
Méthode	10
Exemple.....	12
Conseils/Erreurs	12

Conseils	12
Erreurs	12
La communication orale en détails - savoir répondre aux objections et argumenter	12
Principe	13
Méthode	13
Réactions à avoir face aux objections.....	13
Les objections les plus courantes	14
Modèles de réponses face aux objections les plus courantes	14
Conseils/Erreurs	14
Conseils	14
Erreurs	14
Bibliographie	14
La communication orale en détails - Présenter son projet – l’elevator pitch	15
Principe	15
Méthode	15
Eléments à considérer	15
Méthode à suivre	16
Exemple	16
- Schéma 1 : Format de communication : individu à groupe.	16
- Schéma 2 : Format de communication : individus à individus.	17
- Schéma 3 : Format de communication : individu à individu, face-to-face.	17
- Schéma 4 : Format de communication : individu à individu, face-to-face avec interface.	
18	
Conseils/Erreurs	18
Conseils	18
Erreurs	18

Les fondamentaux de la communication orale - la méthode de Bono

Principe

Lean Management signifie la gestion de projets en épurant le gâchis.

La méthode de Bono est généralement applicable en réunion de travail et de management personnel. Cette théorie, issue de la maïeutique de Socrate et adaptée par Edward de Bono, consiste à structurer un ensemble de pensées, d'arguments lors d'une réunion de travail ou d'une réflexion personnelle.

Elle permet de comprendre tous les aspects d'un sujet ou d'un projet et d'ainsi en extraire les éléments pertinents tout en étant réaliste et conscient de la faisabilité et les enjeux du dit-projet.



Méthode

- ▶ Choisir 6 chapeaux/éléments de couleurs différentes. Pour l'exemple, on prendra les couleurs suivantes : **le blanc pour la neutralité – le rouge pour la subjectivité – le noir pour la critique négative – le jaune pour la critique positive – le vert pour la créativité et le bleu pour le modérateur.**
- ▶ Chaque personne présente à la réunion s'accorde sur la consigne et le sujet de la réunion.
- ▶ Celles-ci s'expriment à tour de rôle en adaptant leur discours en fonction de la couleur du chapeau/élément du moment.
- ▶ Voir exemple.



NEUTRALITÉ

Faits, chiffres, informations
dénudées d'interprétations



ÉMOTIONS

Intuitions, sentiments,
impressions, pressentiments



CRÉATIVITÉ

Fertilité des idées, aucune censure,
idées farfelues, provocantes



PESSIMISME

Prudence, dangers, risques,
objections, inconvénients



OPTIMISME

Critique positive, rêves, espoir,
commentaires constructifs



ORGANISATION

Canalisation des idées, rigueur,
discipline, solution à retenir

Exemple

Sujet :
d'une

application mobile X.

Sortie

- ▶ **Premier tour : chapeau/élément blanc, la neutralité-le factuel.** On expose seulement les faits et l'état des lieux actuels de l'avancée du projet.
ON S'EN TIENT À DU FACTUEL
- ▶ **Deuxième tour : chapeau/élément rouge, la subjectivité.** Chacun s'exprime en fonction de son propre ressenti.
CHACUN EXPRIME SON OPINION TOUT EN L'ARGUMENTANT AVEC DES EXPLICATIONS SENSÉES.
- ▶ **Troisième tour : chapeau/élément noir, la critique négative.** Chacun s'exprime l'un après l'autre sur les aspects négatifs, les risques, les points faibles du projet. Cela revient à établir les parties faiblesses et menaces d'un SWOT.
IL EST IMPORTANT D'AVOIR CONSCIENCE DES RISQUES ET DES FAILLES D'UN PROJET EN GÉNÉRAL ET DES DIFFÉRENTES ÉTAPES QUI LE CONSTITUENT.
- ▶ **Quatrième tour : chapeau/élément jaune, la critique positive.** Après le moral à zéro viennent les bonnes nouvelles. Chacun pourra énumérer les aspects positifs du projet, les raisons pour lesquelles le projet doit exister.
INVERSEMENT, IL FAUT ÊTRE PERSUADÉ QU'UN PROJET PEUT ABOUTIR GRACE A SES POINTS FORTS.
- ▶ **Cinquième tour : chapeau/élément vert : la créativité.** Un projet se distingue d'autres qui peuvent lui être similaires par la créativité. Il n'y a pas de mauvaises idées, mais que des idées. Chacun peut émettre, s'il le souhaite, des idées-actions complémentaires à amener au projet.
FAIRE PREUVE D'INITIATIVE EST UNE VÉRITABLE FORCE DANS UNE ÉQUIPE.
- ▶ **Chapeau/élément bleu : la modération.** A chaque tour, un des participants prend l'élément bleu. Il sera le modérateur et celui qui arbitre le temps de paroles, la prise de parole... A chaque tour son modérateur. En revanche, cet élément est seulement adaptable aux réunions et réflexions orales.

Définitions

- ▶ **Méthode empirique :** S'appuyer sur l'expérience avant d'émettre une théorie
- ▶ **Maïeutique de Socrate :** C'est l'art de faire accoucher les esprits en posant de fausses questions. Ces dernières étaient posées de sorte à faire 'accoucher' un savoir caché de l'émetteur-même. Socrate utilisait notamment l'ironie pour faire comprendre que ce que croyaient ses interlocuteurs n'étaient autre que des croyances et non des réalités.

Bibliographie

Que sais-je? « Socrate » n° 899

Edward de Bono, *Les six chapeaux de la réflexion, la méthode de référence mondiale d'Edward de Bono*, Paris, traduit de l'anglais (*Six Thinking Hats*) par Michèle Sauvalle, Éditions Eyrolles, 2005

Les fondamentaux de la communication verbale – la communication verbale de Jakobson

Principe

Il existe de nombreuses méthodes de communication verbales. Les lister et les expliquer dans leur intégralité est inutile et impossible.

Le modèle de communication verbale qui servira de postulat à ce module est celui de Jakobson.

Pour Jakobson, le langage est un ensemble de fonctions. Chaque phrase émise porte une fonction pour un résultat précis sur le destinataire. Les fonctions sont les suivantes :

- **Fonction Référentielle** : qui ramène à un contexte/marché
- **Fonction Conative** : qui cherche à créer un sentiment émotionnel chez l'interlocuteur
- **Fonction Expressive** : qui exprime de la subjectivité
- **Fonction Phatique** : qui ne montre que des faits, qui explique
- **Fonction Esthétique** : qui utilise davantage la forme/la beauté sur le contenu même du message
- **Fonction Métalinguistique** : qui se rapport uniquement au langage, à la langue.



Méthode

1. **Définissez votre cible – votre destinataire**
 - a. Pourquoi vous écoute-t-il ?
 - b. Quelle est sa position hiérarchique ?
 - c. Qu'est-ce qu'il attend de votre rencontre ?
2. **Délimitez votre référent**
 - a. Dans quel contexte votre démarche s'inscrit-elle ?
 - b. Dans quel marché votre projet s'inscrit-il ?
 - i. Marché du cinéma
 - ii. Secteur musical
 - iii. Domaine du patrimoine et de la conservation des Monuments Historiques en Haute-Loire...
3. **Connaitre son canal de communication**
 - a. Quel est votre rapport avec l'émetteur ?
 - b. Quelle est votre position hiérarchique par rapport à la sienne ?
4. **Établissez un code métalinguistique**
 - a. En fonction de votre rapport avec votre interlocuteur vous adopterez un jargon, un niveau de langue, une gestuelle.

- i. **Exemple** : devant des interlocuteurs en conférence vous aurez une posture dominante pour vous faire entendre – en négociation avec un partenaire que vous connaissez vous pourrez être plus familier tandis qu’avec votre banquier pour un prêt vous vous montrerez très professionnel avec un jargon uniquement adapté à votre contexte.

5. **Cerner votre message**

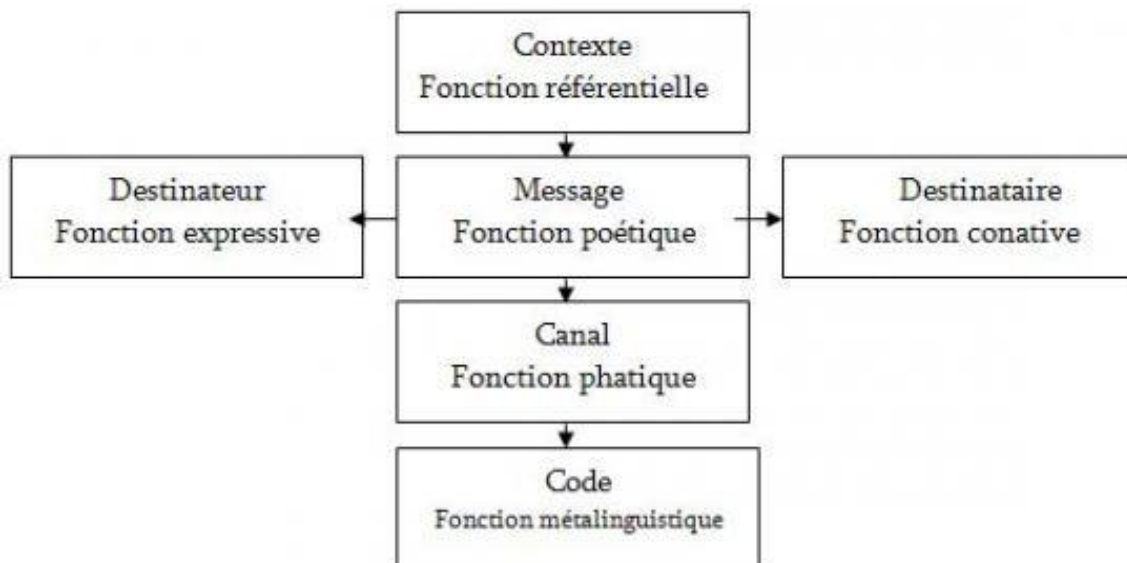
- a. Ici c’est l’art du QQCOQP/5Ws qui s’opère – ce que vous voulez dire sans fioriture

6. « **Connais-toi toi-même** », *Socrate*

- a. Il est essentiel de se connaître, d’être conscient de ses limites, du vocabulaire que vous maîtrisez ou non, de votre position dans la communication avec votre interlocuteur, de votre timidité ou au contraire de votre charisme qui peut jouer contre vous...

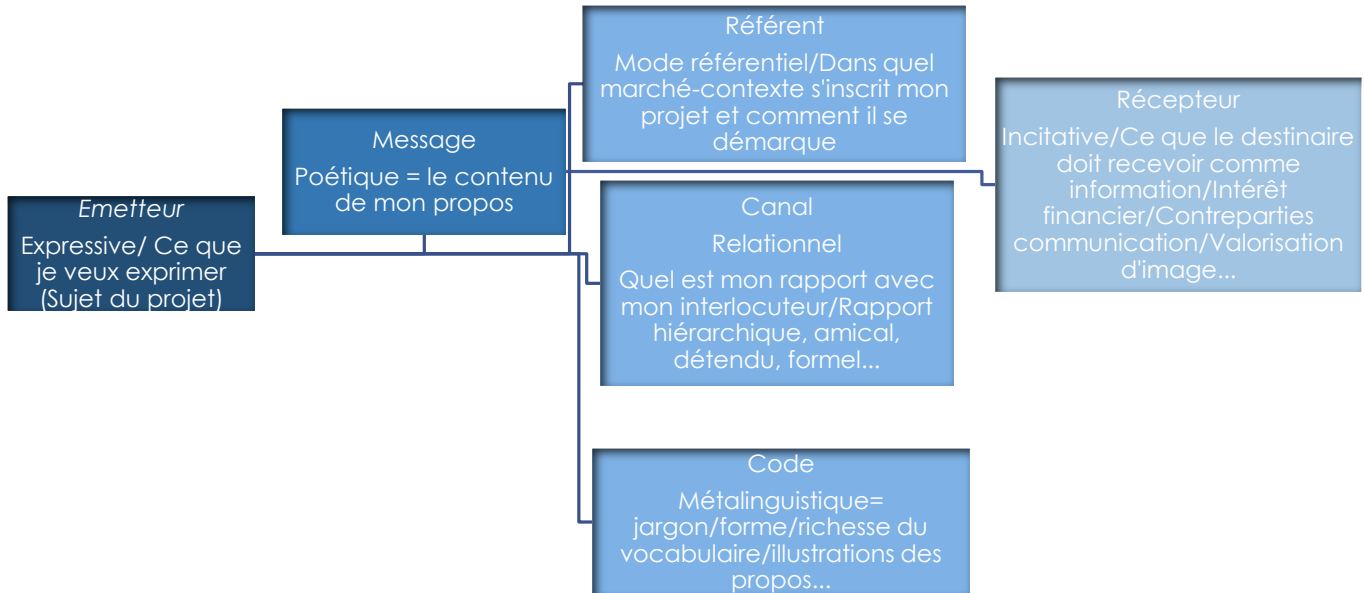
 **Exemple**

Schéma 1 de communication verbale de Jakobson – académique



Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Sch%C3%A9ma_de_Jakobson#/media/File:Schema_communication_generale_jakobson.png

Schéma 2 de communication verbale de Jakobson – ludique



Source : Aurélie Bardin



Conseils/Erreurs

Conseils

- ▶ Vous pouvez vous entraîner avec vos amis et proches en jouant des jeux de rôles. Vous apprendrez ainsi à moduler vos propos et messages en fonction de plusieurs interlocuteurs.

Erreurs

- ▶ Ne jamais omettre un des éléments du schéma de communication verbale de Jakobson.

Bibliographie

Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale : Tome 1 Les fondations du langage*, Ed. Poche, 2003.

La communication orale en détails - Préparer un appel téléphonique

Principe

Beaucoup de personnes – c'est souvent le cas chez les stagiaires – sont terrorisés par l'appel téléphonique. Elles ne connaissent pas leur interlocuteur, et cela peut être angoissant. Ne pas voir physiquement son interlocuteur est un paramètre à tenir compte car la réception du message est différente par rapport à une discussion en visuel.

Il est important de prendre en considération le média que vous utilisez, à savoir le téléphone. Au travers de celui, vous devez avoir les qualités suivantes :

- ▶ **Leadership** : c'est vous qui passez l'appel
- ▶ **Empathie** : c'est la capacité à se mettre à la place d'autrui
- ▶ **Clarté** : vous devez vous énoncer clairement pour ne pas avoir besoin de répéter
- ▶ **Écoute** : vous devez tout-de-même tenir compte

Dans le cadre de ce module, on distingue plusieurs formes d'appels téléphoniques :

- ▶ **La demande de renseignements**
- ▶ **Le démarchage**
- ▶ **La négociation**
- ▶ **L'entretien téléphonique**



Méthode

Peu importe la raison de votre appel, il existe une méthode générale à appliquer :

1. **Connaître parfaitement son sujet et la raison de son appel.**
 - a. Votre interlocuteur vous posera des questions
2. **Connaître le nom de la personne à qui s'adresser**
 - a. Dans le cas où vous ne connaissez pas son nom, demandez le département qui peut traiter votre demande (service clientèle – département marketing...)
3. **Choisir le bon horaire pour appeler**
 - a. On n'appelle pas entre 12h et 14h, c'est la pause déjeuner. Choisissez le matin pour les standards car ils ne sont pas encore débordés et en début d'après-midi (15h) pour les lignes directes.
4. **Saluer selon les règles d'usage**
 - a. Exemple : « Bonjour, donnez votre nom+prénom, je travaille pour X. Pourrais-je parler à Y »
5. **Énoncer la raison de votre appel**
 - a. Exemple : « Je me permets de vous appeler de la part de X (si c'est le cas) pour vous présenter le projet... »

- b. Exemple : « Je me permets de vous appeler de la part de X (*si c'est le cas*) concernant le film... »
 - c. Exemple : « Je me permets de vous appeler de la part de X (*si c'est le cas*) pour savoir si vous seriez intéressé(e) par... »
- 6. Prenez des notes !!**
- a. Toujours avoir papier et crayon pour noter les noms, contacts, éléments importants que votre interlocuteur peut vous donner
- 7. Remerciez votre interlocuteur de son temps et de ses conseils.**
- 8. N'hésitez pas à lui redonner vos coordonnées et vous montrer disponible si celle-ci souhaite vous recontacter.**
- 9. Envoyez un email de remerciement ou de complément d'information quelques heures après votre discussion pour que votre interlocuteur se rappelle le plus longtemps de vous.**
- 10. Adopter la règle des 5C :**
- a. **Communiquer** (vérifier POLIMENT l'identité de votre interlocuteur- une erreur est vite arrivée)
 - b. **Contact** (vous vous présentez et l'objectif de votre appel)
 - c. **Confirmer** (vérifier que vous et votre interlocuteur avez convenu de la même conclusion, qu'elle soit positive ou négative)
 - d. **Convaincre** (vous devez intéresser votre interlocuteur en lui présentant les arguments adéquates)
 - e. **Coopérer** (mettez-vous d'accord sur un éventuel rdv en vous adaptant à ses disponibilités).



Exemple

Exemple de plan d'appel 1 : la relance d'entretien d'embauche : Vous avez candidaté à un poste d'attaché de presse en CDI auprès d'une grande agence de presse. Vous désirez savoir ce qu'il advient de votre candidature. **Votre recruteur n'est disponible.**

***Vous :** Bonjour. Je suis (prénom + nom), je souhaiterais parler à X.*

***Standard :** C'est à quel sujet ?*

***Vous :** C'est au sujet de l'offre d'emploi X, Monsieur/Madame X m'avait demandé de le rappeler aujourd'hui.*

***Standard :** Il n'est pas disponible pour le moment. Je peux prendre un message ou vous pouvez le rappeler plus tard.*

***Vous :** A-t-il des disponibilités particulières ?*

***Standard :** Un instant s'il vous plaît. Entre 15 h et 16 h*

***Vous :** Je vous remercie beaucoup. Une belle journée. Au revoir.*

Source : Aurélie Bardin

Exemple de plan d'appel 2 : la relance d'entretien d'embauche : Vous avez candidaté à un poste d'attaché de presse en CDI auprès d'une grande agence de presse. Vous désirez savoir ce qu'il advient de votre candidature. **Votre recruteur est disponible.**

Vous : *Bonjour. (Présentez-vous), je me permets de vous contacter concernant ma candidature qui faisait suite à l'annonce du X.*

Recruteur : Rappelez-moi de quelle annonce il s'agit.

Vous : *Je fais référence au poste d'attaché de presse en CDI qui prend effet le mois prochain.*

Recruteur : Vous m'aviez envoyé votre C.V. ?

Vous : *Oui, tout-à-fait accompagné d'une lettre de motivation le jj / mm. L'objet s'intitule Candidature Nom + Prénom poste attaché de presse*

Recruteur : Je vois. Je le lis dès que possible et on vous tiendra au courant.

Vous : *Je vous remercie. Je dois tenir compte d'un délai de combien de jours environ ?*

Recruteur : A peu près 5 jours.

Vous : *Je vous remercie beaucoup Monsieur/Madame X. Une belle journée. Au revoir.*

Source : Aurélie Bardin

Exemple de plan d'appel 3 : la relance de parution d'article : Vous êtes un attaché(e) de presse et vous recontacter les journalistes pour savoir s'ils vont/ont écrire/écrit sur le projet que vous leur avez communiqué en CP.



Conseils/Erreurs

Conseils

- ▶ En tapant dans votre moteur de recherche internet les mots clefs : responsable + département X + entreprise/structure X, vous trouverez le nom de la personne que vous devez appeler. Vérifier toutefois son identité et sa fonction dans une deuxième recherche. Dans une troisième recherche, tapez les mots clefs : personne X + contact + entreprise/structure X. Vous devriez trouver ses coordonnées, sa ligne directe.
- ▶ Travaillez votre voix. Votre voix indique votre âge et votre position hiérarchique. Tenez-vous droit(e), respirez et soyez autant chaleureux que possible.

Erreurs

- ▶ On ne coupe pas la parole à son interlocuteur, même si celui-ci vous donne des informations qui ne vous intéressent pas ou s'il n'a pas compris

► **La communication orale en détails - Préparer son entretien**

Principe

Un entretien, s'il n'y en pas plusieurs, déterminera votre professionnalisme devant votre recruteur.

Ici, il s'agit de vous donner quelques conseils quant à votre communication verbale. Ce qu'il faut dire, comment le dire et ce qu'il ne faut pas dire.

Il existe deux types d'entretien en visuel : l'entretien d'embauche et l'entretien de présentation de projet.



Méthode

Un entretien se prépare ! De l'apparence physique à la connaissance de son sujet et de son interlocuteur jusqu'à la gestuelle, rien ne doit être écarté.

Avant l'entretien :

- 1. Connaître son interlocuteur-recruteur.**
 - a. Recherchez le maximum d'informations à son sujet, son parcours, sa position dans l'entreprise... FAITES DES FICHES
- 2. Connaître le secteur et la place de l'entreprise/structure dans ce secteur**
 - a. Par exemple, le Casino de Paris et les dernières politiques culturelles en matière de théâtre, les théâtres à avoir récemment eu des subventions, la presse concernant les dernières représentations au Casino de Paris...
- 3. Préparez-vous aux questions qui suivent en deuxième partie de ce texte.**
- 4. Arriver à l'heure.**
 - a. Prévenez de votre arrivée 10 minutes avant l'entretien.
 - i. Après c'est un manque de professionnalisme, vous montrez que vous pouvez potentiellement être en retard, donc peu attentionné.
 - ii. Avant, vous révélez que vous êtes un débutant désespéré qui veut à tout prix ce poste.

Pendant l'entretien – les questions incontournables :

- 1. Parlez-moi de vous.**
 - a. *Ce que le recruteur veut dire :* le recruteur veut que vous parliez de votre parcours professionnel et surtout savoir comment celui-ci vous a amené à candidater pour ce poste.
 - b. *Ce que vous devez répondre :* De façon concise en utilisant des formules de conséquences (par conséquent, suite à, de facto, après réflexion...) expliquer quels éléments de votre parcours qui vous ont conduits à la candidature de ce poste.

- c. *Ce que vous ne devez pas dire* : parler de vous sur le plan personnel ou/et de parler d'éléments de votre parcours professionnels non-pertinents.
- 2. Quels sont vos points forts ?**
- a. *Ce que le recruteur veut dire* : « Connais-toi toi-même », Socrate. Le recruteur veut juger si vous êtes conscient de vos qualités, donc de vos compétences.
 - b. *Ce que vous devez répondre* : Soyez honnête, sinon cela se voit et vous serez piéger. Demandez à vos proches de vous dire vos qualités et de les expliquer. Donnez systématiquement un exemple pour illustrer et surtout prouver vos qualités.
 - i. Exemples de qualités appréciées par les recruteurs : l'optimisme – l'adaptabilité – la curiosité – le relationnel – la rigueur – la conviction d'aimer ce que vous faites.
 - c. *Ce que vous ne devez pas dire* : Se sous-estimer ou se surestimer.
- 3. Quels sont vos points faibles ?**
- a. *Ce que le recruteur veut dire* : le recruteur cherche à connaître vos limites et à tester votre honnêteté.
 - b. *Ce que vous devez répondre* : Soyez honnête et rendez vos défauts présentables. Comme dans un SWOT, tournez vos défauts en petits défauts.
 - i. Exemples de défauts : pessimiste = vous êtes prudent – désordonné= vous savez vous adapter – contrôlant=vous êtes investi...
 - c. *Ce que vous ne devez pas dire* : Dire vos défauts personnels. Vous êtes toujours dans un cadre professionnel.
- 4. Que savez-vous de notre activité ?**
- a. *Ce que le recruteur veut dire* : le recruteur veut vérifier que vous ne venez pas en touriste et que vous connaissez le contexte dans laquelle la structure se positionne
 - b. *Ce que vous devez répondre* : ayez recours au pitch. QQCOQP/5Ws oblige, définissez la structure et quelques phrases.
 - c. *Ce que vous ne devez pas dire* : un listing de toutes les activités de la structure
- 5. Pourquoi devrions-nous vous embaucher ?**
- a. *Ce que le recruteur veut dire* : Le recruteur veut savoir ce que vous pouvez apporter comme valeur ajoutée à la structure.
 - b. *Ce que vous devez répondre* : expliquer vos références et ce que vous avez retenu de vos précédentes expériences ou diplômes ou vous intégrer et développer ce poste.
 - c. *Ce que vous ne devez pas dire* : Répéter vos points forts et répondre la même chose qu'à la question 'Parlez-moi de vous'.
- 6. Comment vous-voyez dans 5 ans ?**
- a. *Ce que le recruteur veut dire* : le recruteur cherche à savoir si vous avez de l'ambition ou non. En ayant des perspectives de carrière, vous démontrez que vous avez envie de progresser, de vous améliorer, ce qui est profitable pour la structure.
 - b. *Ce que vous devez répondre* : Ayez un plan professionnel sur le long terme et expliquer le. Si vous n'en avez pas encore, pensez-y sérieusement !
 - c. *Ce que vous ne devez pas dire* : Parler de vos objectifs personnels.
- 7. Avez-vous des questions ?**

- a. *Ce que le recruteur veut dire* : le recruteur veut vérifier votre intérêt à travailler dans la structure et votre capacité à vous faire entendre dans une hiérarchie.
- b. *Ce que vous devez répondre* : vous avez préparé une liste de question quant à la structure et au poste. C'est le moment de les poser.
- c. *Ce que vous ne devez pas dire* : Dire non.



Exemple

- *Entretien d'embauche réussi* (la qualité et la vidéo date mais le contenu est très pertinent et naturel) : <https://www.youtube.com/watch?v=FnYj22-dLZA>
- *Entretien d'embauche raté* : <https://www.youtube.com/watch?v=Ac8ghFWR3dl>
- *Les perles des candidats en entretien d'embauche* : <http://www.cadremploi.fr/editorial/conseils/conseils-candidature/entretien-emploi/detail/article/les-perles-des-candidats-en-entretien-d'embauche.html>



Conseils/Erreurs

Conseils

- ▶ Laissez place à suffisamment d'improvisation. Un entretien d'embauche se prépare mais ce n'est pas un exercice de récitation. Le recruteur veut tester votre professionnalisme et donc votre capacité à réagir et à s'adapter face à différentes situations. Improvisation en entretien signifie souplesse et inclut les capacités d'empathie et d'écoute.
- ▶ Placez vos mains sur le bureau et ne les gardez pas croisées.
- ▶ N'hésitez pas à amener des documents à présenter.
- ▶ Adapter votre tenue avec le type d'entretien et de structure. Un style neutre demandé.
- ▶ Attendre que le recruteur vous dise de vous asseoir.
- ▶ Toujours avec un bloc-notes, stylo et CV.
- ▶ Vérifiez les prestations salariales de postes similaires pour ne pas vous tromper et avoir l'air ridicule.
- ▶ Saluer avec une poignée de main ferme et TOUJOURS regarder le recruteur dans les yeux.
- ▶ Le recruteur n'est pas votre ami. Adoptez toujours un langage formel et riche.

Erreurs

- ▶ Arriver en retard. L'excuse des transports, des métros ou des chèvres qui créent l'embouteillage ne fonctionne pas. Arrivez une heure en avance, posez-vous dans un café et revoyez vos notes.
- ▶ Mentir sur son CV
- ▶ Ne pas être honnête. On ne vous demande pas d'être superman.
- ▶ Attention ne pas sentir la cigarette, le café ou le parfum trop prenant.
- ▶ Ne jamais lister
- ▶ *La communication orale en détails - savoir répondre aux objections et argumenter*
- ▶ *La communication orale en détails - Préparer son entretien*

- ▶ **La communication orale en détails - savoir répondre aux objections et argumenter**

Principe

Dans quel contexte surviennent des objections ?

Les objections sont systématiques lorsque vous présentez un projet à un financeur, lors d'une conférence de presse, pour obtenir un prêt ou un crédit d'impôt pour un projet... Les objections ne veulent pas forcément dire que votre interlocuteur n'est pas d'accord avec vous ou avec votre projet. Dans la plupart des cas, celui-ci veut vous tester afin de vérifier que vous avez les épaules pour porter votre projet. C'est un exercice d'équilibre entre flexibilité et écoute face à son interlocuteur et conviction et ténacité de votre projet.

Savoir pitcher un projet/-un produit est une chose. Mais il faut être préparé à savoir répondre aux objections grâce à des arguments fondés.



Méthode

Réactions à avoir face aux objections

- 1. Ne pas se bloquer**
 - a. Même si une objection peut remettre en cause votre confiance, celle-ci peut simplement signifier une demande de clarté.
 - b. Posez des questions à votre interlocuteur pour comprendre ses objections.
 - c. Identifiez les raisons de ses objections
- 2. Ne pas marquer son désaccord**
 - a. Vous devez convaincre votre interlocuteur et non vous-même.
 - b. Première partie de votre argumentation : allez dans son sens.
 - c. Deuxième partie de votre argumentation : expliquez/rassurez sur la pertinence de votre projet
 - i. Exemple : 'Vous avez tout-à-fait raison de dire que cette offre ne touche pas un large public, seulement il s'inscrit dans l'actualité et aura sa résonance dans quelques temps, où vous serez identifié comme sponsor.'
- 3. Répondez toujours à une objection**
 - a. Prenez le temps de trouver votre argument. Cela n'est pas mal perçu.
 - b. Ne pas répondre supposerait que vous ne maîtrisez pas assez votre projet/sujet.
 - c. Attention, les arguments doivent être pertinents. Répondre pour répondre ne sert à rien.
 - d. Si vous ne trouvez pas d'arguments convaincants, rassurez votre interlocuteur en lui précisant que vous allez envisager le projet sous cet angle pour voir ce que vous pouvez en tirer.

Les objections les plus courantes

1. **Pour raisons financières**
2. **L'interlocuteur travaille déjà avec vos concurrents ou sur un projet similaire**
3. **L'interlocuteur ne voit son intérêt dans ce projet**

Dans ces trois catégories d'objection, il s'agit de le rassurer avec des arguments illustrés (accompagnés d'exemples).

Modèles de réponses face aux objections les plus courantes

1. Il faut que je réfléchisse.
 - a. Demandez si votre interlocuteur a besoin d'être éclairé sur certains points.
2. Je dois en parler à X.
 - a. Demandez à votre interlocuteur si ne tenait qu'à lui de donner un avis ou une réponse, quel serait-il.
3. J'envisagerai ce projet pour plus tard.
 - a. Sans vous résigner totalement, essayez de comprendre pourquoi plus tard serait mieux.
4. Je travaille déjà avec vos concurrents, je ne peux pas leur faire ça.
 - a. Appréciez sa loyauté. Ensuite expliquer en quoi vous vous démarquez de ces concurrents pour prouver que, finalement, vous n'êtes pas si concurrent qu'il n'y paraît.



Conseils/Erreurs

Conseils

- ▶ Rassurez-vous, votre interlocuteur n'utilise pas plus de 2 objections en général.
- ▶ Envisagez une négociation comme un jeu d'échec. Les objections sont les coups portés par votre adversaire et vos arguments sont vos ripostes. Mais comme tout jeu, les deux adversaires ont envie de jouer ensemble avant tout. Votre interlocuteur vous a montré de l'intérêt en vous écoutant. Il veut simplement s'assurer que vous êtes assez fort.

Erreurs

- ▶ Ne jamais laisser une objection ouverte. Si vous allez dans ce sens, vous perdez la bataille.

Bibliographie

- Objections courantes chez un client : http://lentreprise.lexpress.fr/marketing-vente/prospection-commerciale/les-reponses-aux-dix-objections-les-plus-courantes-d-un-client-qui-hesite_1517662.html

La communication orale en détails - Présenter son projet – l'elevator pitch

Principe

L'elevator pitch est un exercice indispensable et déterminant lors de la présentation d'un projet. Un bon pitch attirera l'attention de vos auditeurs et vous aurez gagné, de prime abord, leur sympathie. Dans le cas contraire, un mauvais pitch, trop lourd, saturé d'informations annexes ou manquant d'arguments jouera en votre défaveur bien que le projet puisse être de qualité.

L'elevator pitch s'utilise dans les situations suivantes :

- Une présentation, une conférence... toutes prises de parole dans le format individu face au groupe où la parole va dans une direction : de l'émetteur-pitch au destinataire-cible de pitch.

Cf voir illustration

- Lors de réunion, petits déjeuners/déjeunes/dîners professionnels... toutes prises de parole dans le format échanges de propos entre plusieurs individus

Cf voir illustration

- Lors de la recherche d'investissements... toutes prises de parole dans un format 'face-to-face'. Cf voir illustration

- Lors de prospection téléphonique/email dans un format 'face-to-face' avec interface. Cf voir illustration



Méthode

Éléments à considérer

1. **Temps de parole : entre 40 secondes et 1 minute.**
2. **Ecrivez votre scripte**
 - a. Nombre de mots du scripte : 220 MAXIMUM.
3. **Donnez un exemple ou une illustration si vous disposez d'un support visuel.**
4. **RESPECTEZ LA RÈGLE DU QQOCQP/5Ws**
5. **APPLIQUEZ ET GARDEZ EN MÉMOIRE LE SCHÉMA DE JAKOBSON ET CELUI DE CONTEXTE DE COMMUNICATION.**
6. **Mettez le ton et soyez dynamique et souriant, l'énergie que vous dégagez impacte les investisseurs.**
7. **Rythmer votre débit. Vous n'écrivez pas, vous parlez ! Faites preuve de naturel et ne garder pas la même intonation.**
8. **Utilisez vos mains ! Elles sont là et doivent vous servir pour rythmer vos propos.**

9. Parlez debout !
10. N'hésitez pas à vous déplacer. Une présentation n'est pas statique.
11. Conservez l'attention de vos auditeurs : posez des questions ! Lorsqu'on pose une question, l'auditeur tend naturellement à vouloir répondre et concentre ainsi son attention sur votre propos.



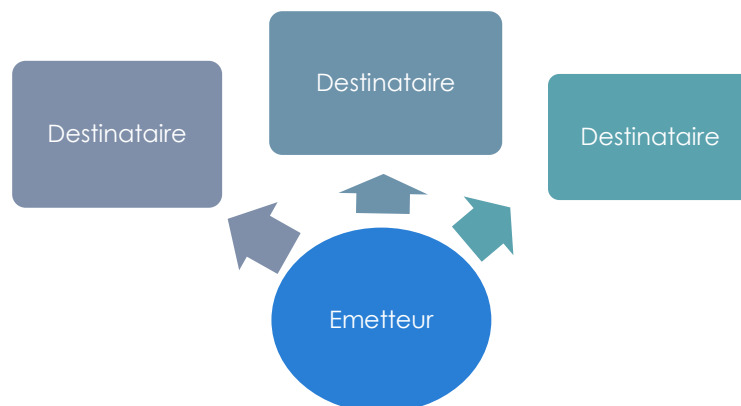
Méthode à suivre

1. Accrochez votre audience par une phrase d'introduction brève et originale
 - a. C'est l'étape la plus compliquée. N'hésitez pas à la travailler autant que nécessaire.
2. Utilisez des expressions et mots de liaisons pour lier vos arguments. Cela rendra votre pitch fluide et orientera vos propos vers votre conclusion de façon naturelle.
3. Donnez le sujet de votre pitch le plus tôt possible. Ne laissez pas vos auditeurs dans le flou.
4. Donnez le contexte du projet en quelques éléments.
5. Expliquez pourquoi votre projet correspond et répond aux problématiques du contexte.
6. Présentez votre projet en respectant la règle du QQOCQP/5Ws.
7. Exposez ce que vous attendez de votre interlocuteur.
8. Remerciez vos auditeurs pour leur attention et invitez-les à vous poser des questions.
9. Utilisez des mots clefs



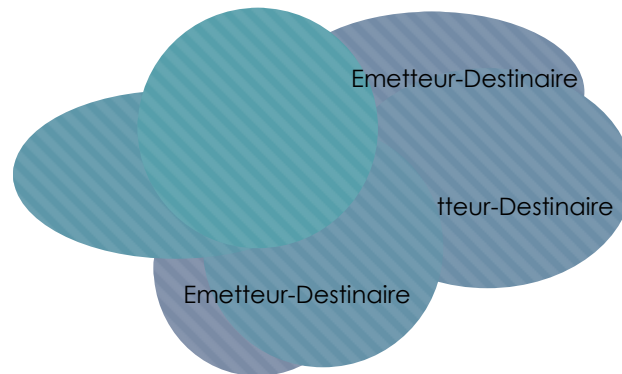
Exemple

- Exemple de conseils pour faire un pitch. Ce modèle constitue également un pitch en soi.
<https://www.youtube.com/watch?v=K-B4jGwEVPw>
- **Schéma 1 : Format de communication : individu à groupe.**



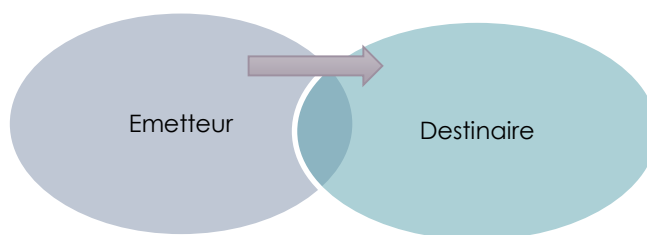
Source : Aurélie Bardin

- **Schéma 2 : Format de communication : individu à individu.**



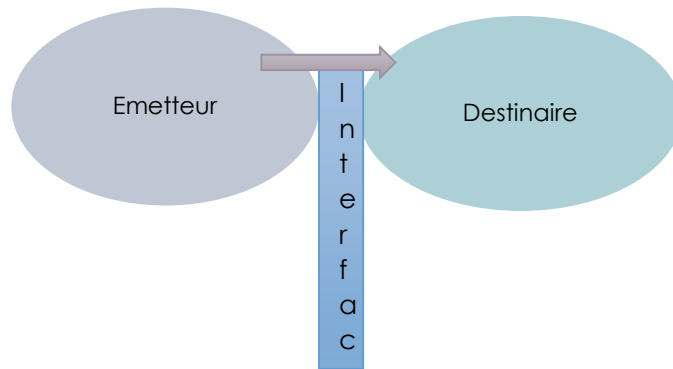
Source : Aurélie Bardin

- **Schéma 3 : Format de communication : individu à individu, face-to-face.**



Source : Aurélie Bardin

- **Schéma 4 : Format de communication : individu à individu, face-to-face avec interface.**



Sitographie : <https://prezi.com/> - il y a un accès gratuit pour les étudiants

🔍 Conseils/Erreurs

Conseils

- ▶ Accompagnez toujours votre présentation d'une présentation visuelle. Vous pouvez utiliser un PowerPoint ou un Prezi.
- ▶ Pour être sûr d'avoir retransmis tous les arguments nécessaires tant sur la forme que le contenu, il est conseillé de s'appuyer sur le **schéma de communication de Jakobson**.
- ▶ Il est impératif de connaître le mode référentiel dans lequel l'elevator pitch est prononcé afin d'adapter son discours. La prise de parole en conférence est différente de celle où les échanges de paroles se croisent en réunion par exemple.
- ▶ Si vous perdez le fil de vos pensées, n'hésitez pas à vous arrêter. Respirez et excusez-vous puis reprenez là où vous en étiez. Ne surtout pas recommencer du début.
- ▶ Rappelez-vous un professeur/mentor que vous appréciez et sa gestuelle, son rythme de parole et sa façon de se déplacer. Celui-ci pourra vous servir de modèle.

Erreurs

- ▶ Attention aux blagues, elle doit être adaptée à votre projet sans faire faute de mauvais goût. A utiliser avec parcimonie.
- ▶ Vous n'êtes pas au théâtre. Attention à l'utilisation de la gestuelle. Trop de gestuelle déconcentrera vos auditeurs.