

SE10A

Communiquer avec Impact

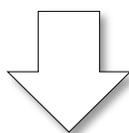
1. Pour communiquer avec impact, nous devons déterminer ce que les gens trouvent **INTERESSANT** et le leur donner.
2. Ce que les gens trouvent intéressant, ce sont les **HISTOIRES** qui sont:
A. En lien avec le sujet. B. Intéressantes; C. Captivantes; D. Pertinentes; E. Aident les gens à voir les choses de votre point de vue
3. Les gens apprécient l' **INTERACTIVITE**
4. Les gens apprécient les communications **COURTES**
5. Les gens apprécient les messages **PERTINENTS**.
6. Assurez-vous que les histoires que vous racontez sont **A PROPOS**
Elles doivent être pertinentes. Quelques sources pour les histoires: Internet, citations et échanges précédents avec le public.
7. **La mémoire fonctionne selon quatre effets différents.**
 1. **L'effet de PRIMAUTE** : la personne mémorise mieux les choses qu'elle a reçues en premier (par ex. les premières diapositives ou le début d'un paragraphe).
 2. **L'effet de RECENCE** : la personne retient mieux les choses vues ou entendues en dernier. Andy Bounds a constaté que l'effet de primauté était plus courant que l'effet de récence.
 3. **L'effet de REPETITION** : la répétition du message aide à sa mémorisation.
 4. **L'effet REMARQUABLE** : le message est mieux retenu quand il est présenté de façon différente.
8. Ainsi, **pour communiquer avec impact**, un leader doit: A. Mentionner les messages clés au début; B. Les mentionner de nouveau à la fin; C. Les répéter; D. Les présenter sous un angle différent.

EXERCICES EFFECTUES

- *exercice ouverture* : repensez à des mots qui vous ont marqué profondément et durablement : message écrit, discours, conversation, film, etc. Expliquez l'impact de ce message
- *Exercice n°1 de la vidéo* : les notes que vos Collègues Clients actionnaires, Fournisseurs et CODIR donneraient à vos compétences en Communication. Et quelle note vous donneriez-vous vous-même ?
- *exercice n°2 de la Vidéo*: Histoires, Interactions, Brièveté, Pertinence, et l'identification de 6 autres choses que tout auditoire veut trouver dans un message.
- *exercice n°3 de la Vidéo*: ou les moyens concrets pour intégrer les réponses de l'exercice 2 de la vidéo sur votre lieu de travail : Histoires, Interactions, Brièveté, Pertinence, et les 6 autres choses que tout auditoire veut trouver dans un message.
- *exercice n°4 de la Vidéo*: au moyen de la lecture de la liste des 27 mots, découvrir et s'approprier les effets de Primauté, de Récence, de Répétition et Remarquable.
- *Exercice 1* : ou la mise en œuvre dans mes présentations des effets de Primauté, de Récence, de Répétition et Remarquable.
- *Exercice 2* : ou la sélection d'un exemple pour chacun des 6 types d'histoires : Expérience personnelle, Réussite ou Echec, Humour, Parole/Fable/mythe, Actualité, et Vision

Suggestions pour votre Plan d'Action Personnel

1. Quelle est la date de votre prochaine intervention en public ? Qu'avez-vous prévu de présenter ?
2. Pour cette intervention, quel type d'histoire parmi les 6, serait approprié ? Quelle catégorie de vos collègues, collaborateurs, pourraient être impactés par cette histoire et pourquoi ?
3. Parmi les catégories suivantes : Collègues, Actionnaires, Clients, Fournisseurs, et Équipe managériale, avec laquelle avez-vous le plus à progresser en matière de communication ? Pourquoi ?
4. Une personne de vos Equipes va bientôt prendre des responsabilités. Il sera bientôt primordial pour elle de communiquer avec impact. Préparez-lui un parcours avec les exercices et réflexions de ce Module.



Aide à la décision pour votre idée de Plan d'Action personnel

1. Je vais utiliser cette idée dans mon équipe / département / entreprise :

A. (commencer) _____

B. (arrêter) _____

C. (continuer) _____

2. Je vais commencer le : _____ (précisez la date)

3. Les bénéfices attendus de cette action seront pour mon équipe / département / entreprise :

A. Bénéfice non-financier : _____

B. Bénéfice en réduction de coûts : _____

C. Bénéfice en augmentation de Chiffre