

# SOMMAIRE

Introduction .....	XV
--------------------	----

## Première partie

### POURQUOI DÉVELOPPER VOTRE CHARISME ?

#### CHAPITRE 1

<b>Qu'est-ce que le charisme ?</b> .....	3
Où « réside » le charisme ?.....	4
L'entreprise : un terrain favorable qui permet au charisme d'opérer.....	5
Une arme à double tranchant.....	5
Charisme et séduction.....	6
Les attributs du <i>leader</i> charismatique .....	7
Le charisme à votre portée.....	8

#### CHAPITRE 2

<b>Un art paradoxal</b> .....	11
Les mots seuls ont peu d'impact .....	11
La forme au service du fond .....	12
Être ou paraître ? .....	12
Alliez le corps et l'esprit .....	13
Retrouvez l'authenticité .....	14
<i>La danse : 56 % du message</i> .....	15
<i>La musique : 37 % du message</i> .....	15
<i>Les paroles : 7 % du message</i> .....	16
Sans la forme il n'y a pas de bon message.....	17
Préparez longuement pour improviser brillamment.....	17

**LE NON VERBAL : PARLER LE LANGAGE DU CORPS**

**CHAPITRE 3**

<b>Établissez votre crédibilité grâce à votre posture</b> .....	23
Votre posture parle de vous.....	23
<i>À éviter</i> .....	24
<i>Rassurez votre auditoire</i> .....	24
<i>Une posture symétrique</i> .....	24
<i>Si vous êtes assis</i> .....	25
<i>Si vous êtes une femme</i> .....	25
Pouvez-vous vraiment donner le change ? .....	26
<i>Comment faire semblant ?</i> .....	26
<i>Déjouez les automatismes qui vous parasitent</i> .....	27

**CHAPITRE 4**

<b>Incarnez votre conviction grâce à vos gestes</b> .....	31
Que faire de vos mains et de vos bras ? .....	31
À éviter.....	32
À rechercher.....	34
Votre perception et celle des autres .....	35
N'oubliez pas de sourire.....	35

**CHAPITRE 5**

<b>Captivez grâce à votre regard</b> .....	37
Un instant de communion.....	37
Soyez subjugué pour subjuguier .....	38
<i>Regardez vos auditeurs comme des êtres magnifiques</i> .....	38
<i>Retrouvez la qualité de vos plus beaux regards</i> .....	39
Votre regard : le lien entre vous et votre public .....	40
À éviter.....	40
<i>L'absence de regard</i> .....	40
<i>Le regard « vide » ou impénétrable</i> .....	41
<i>« Balayer » du regard</i> .....	42
<i>Regarder au-dessus du public</i> .....	42
<i>Les effets de lunettes</i> .....	42
Astuces techniques selon la taille de votre public .....	43
<i>Comment regarder un petit public ?</i> .....	43
<i>Développer votre vision périphérique</i> .....	43

<i>Comment regarder un grand public ?</i> .....	44
<i>Comment regarder un public de taille moyenne ?</i> .....	45
Consultez ou lisez vos notes sans couper le lien avec votre public .....	45
Alliez la qualité et la technique.....	47

**CHAPITRE 6**

<b>Stimulez grâce à votre voix</b> .....	49
Ce que vous faites de votre voix.....	49
Améliorez l'impact de votre voix.....	50
À éviter .....	50
<i>L'excès de vitesse</i> .....	50
<i>Le ton monocorde</i> .....	51
<i>Les tons qui « tuent »</i> .....	51
<i>La peur du silence</i> .....	53
Les petits plus qui font la différence .....	53
<i>Trouvez le bon timbre</i> .....	53
<i>Trouvez le bon volume</i> .....	54
<i>Osez les silences</i> .....	55
<i>Ar-ti-cu-lez</i> .....	57
<i>Variez, variez, variez par la ponctuation orale</i> .....	57

**CHAPITRE 7**

<b>Déclenchez la connivence grâce à vos ancrages</b> .....	61
Les ancrages : des signes qui déclenchent une entente secrète.....	61
La connivence grâce aux ancrages gestuels.....	61
Pourquoi utiliser les ancrages ? .....	63
Comment ancrer ? .....	63
<i>Établissez un sentiment de complicité</i> .....	63
<i>Facilitez la compréhension et favorisez l'adhésion de votre public</i> .....	64
Programmez vos ancrages selon votre public et la configuration du lieu .....	70
<i>Appropriiez-vous l'espace</i> .....	70
<i>Tout ce que vous faites est important</i> .....	71

Troisième partie

**LE VERBAL : METTRE EN FORME LE CONTENU  
ET MANIER LA PUISSANCE DES MOTS**

**CHAPITRE 8**

<b>Pourquoi parler ?</b> .....	75
Parler : pourquoi ? pour quoi faire ? .....	76
Ne confondez pas objectifs et moyens .....	77
Formulez vos objectifs de manière adéquate .....	78
Soyez concret .....	79
<i>Le résultat visé</i> .....	79
<i>Votre objectif est-il celui de l'entreprise ?</i> .....	80
<i>Votre image : que voulez-vous projeter ?</i> .....	80
Que veut votre public ? .....	83

**CHAPITRE 9**

<b>À qui parlez-vous ?</b> .....	85
Connaître les critères du public :	
connaître ses cordes sensibles .....	85
Le ressenti qui « décide » .....	86
Analysez votre public pour identifier ses critères .....	87
Les critères les plus puissants : valeurs et croyances .....	87
<i>Nous sommes nos valeurs</i> .....	87
<i>Nous avons une hiérarchie de valeurs</i> .....	88
<i>Ne bafouez pas une valeur fondamentale</i> .....	88
<i>Nos croyances déterminent nos comportements</i> .....	89
<i>Mettez-vous dans la peau de votre public</i> .....	90
<i>Le public : à la recherche de modèles</i> .....	90
Les trois grandes tendances de votre public .....	91
<i>Vos alliés</i> .....	91
<i>Les indécis</i> .....	91
<i>Vos opposants</i> .....	92
Recueillez des informations sur votre public .....	92
<i>Quels sont les antécédents de votre public ?</i> .....	93
<i>Quels sont les besoins de votre public ?</i> .....	94
<i>Quels sont vos obstacles ?</i> .....	95
<i>Qui ou quoi vous soutient ?</i> .....	96
<i>Les facteurs-clefs de conviction</i> .....	97
Des efforts vains ? .....	98

**CHAPITRE 10**

<b>Amplifiez l'impact de votre contenu</b> .....	101
À éviter .....	101
<i>Ne donnez pas trop d'arguments</i> .....	101
<i>Ne montrez pas que vous êtes intelligent</i> .....	102
Rendez votre public intelligent : les trois règles d'or .....	102
<i>Simplifiez</i> .....	102
<i>Illustrez</i> .....	103
<i>Répétez</i> .....	103
Identifiez l'angle d'intérêt .....	104
Comment faire face à un public hétérogène .....	105
Convainquez votre public par un contenu « choc » .....	106
Sachez démarrer .....	107
<i>Le rituel d'ouverture</i> .....	107
<i>Une accroche percutante</i> .....	107
<i>Différents types d'accroches</i> .....	108
<i>Évitez les habitudes</i> .....	112
<i>Si vous ne parvenez pas à trouver une accroche qui vous plaît</i> .....	113
Le corps de votre intervention .....	113
<i>Triez et classez vos informations</i> .....	113
<i>Présentez vos idées pour un maximum d'impact</i> .....	116
<i>Une formule pour convaincre qui a fait ses preuves</i> .....	117
Sachez clôturer .....	117
<i>Laissez une forte impression par vos derniers mots</i> .....	117
<i>Si vous devez improviser</i> .....	118
<i>Allez plus loin</i> .....	119

**CHAPITRE 11**

<b>Les recettes « antiseptiques »</b> .....	123
Ce qui rend votre public sceptique .....	123
<i>Les formules qui déclenchent la résistance</i> .....	123
<i>L'excès d'enthousiasme</i> .....	124
<i>L'incompréhension d'arguments pourtant valables</i> .....	125
Astuces « antiseptiques » .....	125
<i>Le langage qui exacerbe l'esprit critique</i> .....	126
<i>Quand le pire se déclenche</i> .....	127
<i>Désamorcez les « mines » potentielles avec le « test Macho »</i> .....	128
<i>Déclenchez l'ouverture d'esprit et la curiosité grâce au langage de suggestion</i> .....	128
<i>Rassurez ceux qui ont besoin de l'avis des autres pour décider...</i>	129

## Cultivez votre charisme

<i>Quand il n'est pas recommandé d'utiliser le langage de suggestion</i> .....	130
<i>Restez toujours vigilant</i> .....	130
Le cadrage « antisceptiques ».....	132
<i>Identifiez d'abord les objections</i> .....	132
<i>« Précédez » ensuite</i> .....	133
<i>Si vous oubliez de « précadrer »</i> .....	135

## CHAPITRE 12

<b>Rendez votre discours irrésistible</b> .....	141
Déclenchez l'intérêt et la motivation grâce aux schémas de langage.....	142
<i>Ouvrez les esprits et touchez les cordes sensibles</i> .....	142
<i>Déclenchez la motivation en fonction du contexte et du public</i> .....	143
Schémas de langage et langage déclencheur.....	143
<i>La carotte ou le bâton ?</i> .....	144
<i>Explorer les possibilités ou suivre un chemin déjà tracé ?</i> .....	146
<i>Du pareil au même, mieux, ou différent ?</i> .....	148
<i>Fonceur ou analyste ?</i> .....	150
<i>Touchez tous vos auditeurs grâce à l'astuce du « double langage »</i> .....	152
Quelles sont vos préférences personnelles ?.....	153
Identifiez des schémas selon un public donné.....	153
Testez si votre public a une préférence marquée.....	154
Le langage déclencheur : la marche à suivre.....	154
De la manipulation ?.....	155

## CHAPITRE 13

<b>Menez l'interaction</b> .....	159
Faites participer le public le plus vite possible.....	160
Gardez toujours le contrôle.....	160
Maintenez un rapport de forces : une main de fer dans un gant de velours.....	161
Préparez la participation de votre public.....	162
<i>Appréhendez les intentions de votre public</i> .....	162
<i>Anticipez les questions pour préparer les réponses</i> .....	163
<i>Repérez les attentes derrière la formulation d'une question</i> .....	164
Menez la discussion.....	164
<i>Une règle d'or : manifestez toujours le respect</i> .....	164
<i>Restez vigilant</i> .....	165

<i>Quand donner la parole ?</i> .....	165
<i>Si vous faites participer une personne en particulier</i> .....	168
<i>Comment répondre aux questions ?</i> .....	168
<i>Si vous répondez aux questions au fur et à mesure de votre intervention</i> .....	173

## CHAPITRE 14

<b>Renvoyez les « peaux de banane »</b> .....	179
Recadrez les objections .....	180
Explorez pour identifier les besoins .....	181
Comment répondre aux questions difficiles ou hostiles ? .....	183
Comment panacher les approches ? .....	184
Si l'autre va trop loin .....	184
Comment faire face à la hiérarchie ou à quelqu'un d'important ? .....	185

## Et pour finir... .. 189

Assumer et partager : deux atouts majeurs du <i>leader</i> charismatique .....	189
<i>Accueillez ce qui se passe</i> .....	190
<i>Soyez bienveillant avec vous-mêmes</i> .....	190
<i>Renforcez le lien avec le public</i> .....	190
<i>Transformez votre vulnérabilité en force</i> .....	190
Quelques exemples vécus .....	191
<i>La boisson gazeuse</i> .....	191
<i>Les papiers dans la poche</i> .....	191
<i>La tache</i> .....	192
<i>Le trou de mémoire</i> .....	192
Mettez votre public à l'aise .....	193
<i>Le don de soi : un effet miroir</i> .....	193
<i>Un dernier conseil</i> .....	194

## ANNEXES

Exercices de diction et d'articulation .....	197
Grille de préparation .....	198
Les supports visuels : slides et diaporamas .....	204
Le trac .....	206

<b>Bibliographie</b> .....	209
----------------------------	-----