

L'art et la science de la persuasion : comment mieux convaincre, influencer et rallier les autres à nos idées

Un balado de Jean-François Bertholet & Alexandre Rousseau, exclusif aux membres du RDÉE

Quotidiennement, nous cherchons à convaincre et influencer les individus et les organisations que l'on rencontre. Parfois, les enjeux sont anodins, tandis que dans d'autres cas, ils sont immenses. Mais comment peut-on réellement atteindre nos objectifs lorsque l'on semble n'avoir aucun pouvoir de coercition sur notre interlocuteur? Rassurez-vous, il existe de multiples pistes de solutions pour celui ou celle qui prend un moment pour les comprendre et les appliquer.

L'approche Socratique pour convaincre



Ethos - Crédibilité

- Persuader le public ou l'interlocuteur en le convainquant que vous-même, ou votre protagoniste, est crédible



Logos - Logique & raison

- Persuader le public ou l'interlocuteur en utilisant des faits, la logique ou la raison



Pathos - Émotions & sentiments

- Convaincre le public ou l'interlocuteur en faisant appel à ses émotions

Référence : Aristote, Rhétorique, traduction de Charles-Émile Ruelle revue par Patrick Vanhemelryck, Paris, Le Livre de Poche, « Classiques de la philosophie », 1991

RAPPELS PRATIQUES

- ✓ Il est essentiel de doser son approche entre *l'ethos*, le *logos* et le *pathos*, en fonction de l'interlocuteur et du contexte
- ✓ Il importe de connaître et reconnaître les faiblesses de son propre argumentaire
- ✓ L'approche idéale universelle pour convaincre n'existe pas. L'art de convaincre implique donc de développer son écoute et sa capacité d'adaptation.

Les 6 principes de Robert Cialdini pour influencer et persuader

1. La réciprocité

- L'obligation que l'on s'impose, à redonner à quelqu'un lorsque l'on reçoit en premier.

2. L'engagement & la cohérence

- Il faut faire en sorte que la personne que vous cherchez à convaincre s'approprie son « changement de perception ».
- Une fois compromis dans une direction de pensée, un individu aura tendance à s'accrocher à l'idée qui est nouvellement implantée dans son esprit.

3. La preuve sociale

- Il est plus facile de se laisser convaincre lorsque l'on a l'impression que d'autres individus ont déjà pris une décision dans le même sens.

4. L'autorité

- Les gens aiment pouvoir se faire rassurer par des propos ou des données provenant d'expert en la matière

5. La rareté

- Il importe de réfléchir pour identifier l'aspect de notre proposition qui comporte un élément de rareté... afin de le mettre de l'avant

6. L'appréciation (ou l'amitié)

- Lorsque l'on cherche à persuader, on cherchera à plaire, charmer ou au minimum, à paraître sympathique

Référence : Robert B. CIALDINI, Influence et manipulation, Édition First, 2012

Vous souhaitez approfondir vos connaissances et réflexions sur l'art de convaincre et persuader? Voici quelques suggestions de lectures :

- Daniel PINK, « Le Bon moment : la science du parfait timing », 2020, Flammarion, Collection Clés des Champs
- Adam GRANT, « *Le pouvoir flexible de la pensée* », 2022, Éditeur De l'Homme
- Carmine GALLO, « *The Art of Persuasion Hasn't Changed in 2,000 Years* », 2019, Harvard Business Review

Pour toute question, pour poursuivre la discussion ou pour suivre nos publications :



Alexandre Rousseau, LL.B, MBA
alexandre.rousseau@hec.ca
www.linkedin.com/in/alexrousseau



Jean-François Bertholet, M.Sc. CRHA
info@bertholet.ca
<https://www.bertholet.ca/>
<https://www.linkedin.com/in/bertholetjf/>