

« C'est en temps de crise qu'on connaît les hommes et les femmes ayant l'étoffe des leaders. »

- Isabelle Hachey



Synthèse du webinaire présenté par
Nabil Doss
 Expert en communication d'influence
www.nabildoss.com

L'EXPOSÉ EXTRAORDINAIRE! PITCH D'ASCENSEUR © 2020 DOSS. TOUS DROITS RÉSERVÉS

EXPRIMER L'EXTRAORDINAIRE... DANS UN PITCH D'ASCENSEUR : SITUATION NÉGATIVE

- 1- COMMENCEZ PAR UNE AFFIRMATION**
 Exemple : Nous avons pris un retard considérable mais nous gagnons du terrain.
- 2- RACONTEZ UNE ANECDOTE SIMPLE**
 Exemple : Imaginez, deux jours avant la livraison prévue, notre fournisseur principal...
- 3- PRÉSENTEZ DES ARGUMENTS CONVAINCANTS**
 Exemple : 300 heures de travail, impliquant 3 départements ont été nécessaires pour...
- 4- CLÔTUREZ AVEC UNE DÉCLARATION-CHOC**
 Exemple : Malgré ce recul, nous sommes déterminés à livrer le projet coûte que coûte avant Noël.

Cette formule, conçue pour présenter une situation négative, tout en démontrant les ressources mises en oeuvre pour rétablir la situation, peut s'appliquer également en temps de crise, pour communiquer de façon simple, directe et percutante.

© 2020 DOSS. TOUS DROITS RÉSERVÉS



Chaque crise a son héros.

Quels sont les facteurs de réussite?

« L'angoisse nous change et la crise nous révèle. »
 - Dan Bigras

Le leader doit d'abord se définir comme un communicateur et, en temps de crise, la formule s'applique plus que jamais à cause des facteurs environnementaux. Le cerveau reptilien étant en état d'alerte et de survie, il faut faire preuve d'agilité, de contrôle et d'empathie.

Le leader-héros donne du courage, de l'espoir, se présente comme un modèle, et exprime sa vision.

Le rôle du leader est aussi d'identifier les opportunités qui se cachent derrière la menace, pour offrir de l'espoir et mobiliser avec une vision positive, sans toutefois minimiser les embûches pour y arriver.

Agilité, courage et empathie

Communiquer fréquemment, à intervalles réguliers.

Tout exposé, pour être écouté et inspirer l'action, doit contenir une dose équilibrée de divertissement, de contenu pertinent et d'inspiration, en fonction du type d'auditoire auquel il est présenté.

Le Dr Horacio Aruda, directeur de la santé publique au Québec a su ajouter une dose d'humour (**Oscars**) à son analyse d'expert (**BBC**) et son message inspirant (**Gandhi**).

À privilégier :

Langage direct et familier • S'adjoindre son équipe complémentaire et solidaire • Appel à l'action simple

À éviter :

Communication tardive • Lecture mot à mot d'un communiqué officiel • Rapport trop officiel

INFORMER ET INSPIRER POUR INFLUENCER

Il faut s'adresser aux deux hémisphères du cerveau pour influencer avec transparence et bienveillance.

INFORMER : Recueillir de l'information à jour et pertinente; analyser et mettre en contexte. Simplifier.

INSPIRER : Bien connaître son auditoire. Faire preuve de courage et de vulnérabilité. Rassurer. Impliquer. Créer un lien virtuel. Les émotions sont la porte d'entrée de l'information.

La voix est le principal instrument de livraison du message de l'orateur. Pour rassurer et donner des directives.

- Adopter un ton calme et en contrôle
- Bien respirer : souffle = énergie
- Travailler l'intention derrière les mots (ressentir/visualiser)
- Bien articuler
- Ne pas laisser tomber les fins de phrases