

Le dirigeant n'a pas le choix : il doit prendre la parole et indiquer le cap !

L'enjeu de cet exercice est capital pour l'implication des salariés. Mais comment parler aux équipes ? Comment inspirer ? Comment transformer un exercice imposé (souvent ennuyeux) en un vrai moteur de motivation ? Les conseils de Louis Ducret, Responsable du développement Whistcom pour réussir ses prises de parole...

PAR LOUIS DUCRET, RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT WHISTCOM.

Aborder le sujet qui intéresse le plus les salariés : eux !

En préparant une prise de parole devant les salariés, beaucoup de dirigeants réfléchissent longuement aux idées qu'ils veulent faire passer, puis puisent des anecdotes dans leurs expériences personnelles pour illustrer leur propos et préparent un grand monologue... C'est hélas la meilleure méthode pour ennuyer son auditoire !

En effet, ce qu'aime le public plus que tout, c'est qu'on lui parle de lui. Trop d'orateurs ne parlent que d'eux. Or, la star ne doit pas être l'orateur mais le public.

Il faut donc inverser le processus pour entrer dans une logique empathique : se demander d'abord ce que les salariés aimeraient entendre. Et leur parler d'eux !

Concrètement, le « Je » peut être remplacé par le « Vous ». Il faut aussi manifester de la joie et de l'intérêt à leur parler. Et cela se manifeste à travers le sourire, les gestes et évidemment le sujet traité.

Ne plus convaincre, mais dialoguer

Le management ne peut se manifester comme un ordre émis depuis les hautes-sphères. L'autorité verticale, *top-down*, est de plus en plus mal vécue. Le dialogue est devenu incontournable, spécialement en ce temps de transformation où le rapport au travail est

interrogé (sens, nécessité du présentiel...). Et ce choix du dialogue doit se manifester, même lors d'une prise de parole seul sur scène.

Là encore, le dirigeant, par son comportement autant que par le choix de son message, peut choisir d'établir un échange réciproque avec l'auditoire. Il se met alors dans une posture de réception.

Mobiliser au-delà des mots

La parole ne se limite pas aux mots !

On considère que l'efficacité d'une prise de parole repose sur les 3V : visuel (être vu), vocal (être entendu), verbal (être compris). Les mots ne sont compris que si l'orateur se soucie de ces trois dimensions.

Beaucoup d'orateurs l'ignorent, mais pendant qu'ils sont concentrés sur leurs mots, un autre communique sans cesse en leurs noms : le corps ! Quand l'orateur est concentré sur ses paroles, le public voit son corps et entend sa voix avant de recevoir le sens des mots. Et si son corps dit le contraire de ses mots...le message ne sera pas reçu.

Le message pour qu'il soit compris doit intégrer non seulement les mots justes mais aussi la voix bien posée et surtout une gestuelle appropriée. Le sens des mots n'est compris par les salariés que si le dirigeant maîtrise sa communication corporelle. Pas de fond sans forme !

La bonne nouvelle, c'est qu'une fois qu'un dirigeant a compris qu'il y a une mécanique de la bonne prise de parole, la progression est possible. Être bon orateur, ce n'est pas inné. Comme un sport, cela s'apprend, se travaille et il existe des techniques à cet effet.