

VOTRE POUVOIR D'INFLUENCE

Souvent associée à la vente ou à la politique, le pouvoir de l'influence est omniprésent dans notre vie quotidienne, en êtes-vous conscient ? Nous influençons, et nous sommes influencés.

Nous subissons de multiples influences au courant d'une journée. Le café matinal nous influence, la météo nous influence, les nouvelles dans le journal nous influencent, la promotion obtenue nous influence, la présence ou l'absence du sourire d'un proche nous influence, le bouchon de circulation nous influence....

De l'autre côté nous avons aussi à influencer quotidiennement dans notre vie courante. Clients, employés, collègues, associés, patrons, conjoint, enfants, amis... Que ce soit une idée, un besoin, un savoir, un produit, un service. Que se soit pour se procurer quelque chose, pour réaliser un projet, pour un souper entre amis, ou pour avoir l'aval pour notre dernière idée de génie, il est simplement inévitable d'influencer autrui pour avancer et faire avancer les choses.

Comment faire valoir son pouvoir d'influence de manière constructive et inspirante, avec un résultat de gagnant - gagnant pour tous ?

Comment influencer ?

Impossible d'élaborer sur le pouvoir d'influencer les gens, sans parler de la communication verbale et non verbale. En général d'énormes efforts sont consentis aux mots, au **contenu** proprement dit. Et souvent très peu de soins et de moyens sont attribués au message non verbal, au **contenant**. Pourtant, c'est en quelque sorte la maternelle de la communication. Par ailleurs les enfants, même les bébés, l'ont très bien compris. Vous n'avez qu'à remarquer les cernes sous les yeux des nouveaux parents pour vous en convaincre.

Savez-vous combien « valent » les mots dans une communication ? Et combien vaut le non verbal ? À ces questions mes clients avancent un chiffre audacieux – puisqu'ils me voient venir – de disons 55 % versus 45 %. Le visage leur change quand ils entendent les vraies données : **7 % pour le verbal, et 93 % pour le non verbal**. Précisons ici que le non verbal inclut le ton et le rythme de la voix, en plus des gestes et des postures. Qui a dit qu'on a besoin de mots pour communiquer, et pour influencer ?

Ahhh, j'entends votre plainte. Que de travail investi, que d'heures de perdues avec des messages qui passent plus ou moins, ou pas du tout, ou qui produisent carrément un effet inverse ! Tous ces arguments, ces scénarios élaborés lors de nuits insomniaques ! Toutes ces répliques soigneusement étudiées balayés sous le tapis d'un geste négligeant de la main de l'autre partie ! Tous ces documents produits, qui expliquent encore et toujours le contenu... Tout ça pour ça ! Tous ces messages qui n'ont provoqués ni l'enthousiasme, ni les résultats escomptés !



Si vous voulez éviter les « ce n'est pas le temps », les « on y reviendra » et autres « on vous rappellera » et « on n'est pas d'accord », **vous avez avantage à respecter certains principes de base de la communication non verbale. Et dites-vous qu'en ce faisant vous êtes dans le 93 % !**

Exemple : Une de mes clientes entretient une relation conflictuelle avec le directeur de production, avec qui elle doit absolument collaborer pour remplir son mandat. Selon elle tout a été essayé pour rendre leurs rapports plus harmonieux et pour obtenir sa collaboration, en vain. Dans ma période d'observation je constate une posture soumise, une voix effacée, une attitude d'évitement, une demande donnant le pouvoir à l'autre.

Ensemble nous analysons sa façon de fonctionner. Ensuite elle pratique un nouveau rôle bien inhabituel pour elle : changement de posture et de ton de voix, un ton ferme, une demande claire et sans équivoque, un regard direct dans les yeux, la posture bien campée des épaules aux pieds – elle adopte en quelque sorte la façon de faire du directeur des opérations. Ce nouveau rôle est TRÈS loin de sa propre nature. Elle se lance dans la « pratique » avec courage. Et elle est estomaquée du résultat : de réfractaire le directeur de production devient collaborant, dès la première application de cette médecine. Rapidement il commence même à chercher son aide. Il est plus souple, donne du feedback sur l'évolution de certains dossiers communs, du jamais vu jusque là !

Est-ce que le directeur des opérations a souffert de son changement de cap ? Au contraire, il sait où il en est avec elle, et il est tout autant gagnant qu'elle. Sa nouvelle ouverture relationnelle en est la preuve. Est-ce qu'il s'est fait manipuler ? Non, puisque le but visait autant l'avancement des deux parties, que celui de la compagnie.

Elle parvient à se faire respecter et à assumer son leadership. Et ce ne sont pas les mots qui ont fait la différence, mais bien sa façon affirmative **d'agir là où ça compte vraiment, soit au niveau non verbal**. Son changement d'attitude a permis à leur relation conflictuelle figée de se décrystalliser.

En résumé : mettez votre corps à contribution pour faire valoir votre leadership ! Il saura trouver les bons gestes pour le dire, ceux qui ont de l'impact, ceux qui augmenteront votre charisme. N'est-ce pas une bonne nouvelle ? Et vous, êtes-vous prêt(e) à sortir de vos pantoufles pour que la magie puisse opérer aussi pour vous ?

Bonne pratique, et n'oubliez pas de vous amuser !

Heidi Spühler
Coach certifiée et formatrice agréée
Présidente-fondatrice d'Alifera Coaching
www.alifera-coaching.com
heidi@alifera-coaching.com
Tél. 514-498-2525
Cell. 514-242-4913