

Career Design Center

trucs et astuces

COMMENT GAGNER EN IMPACT ET AMÉLIORER MON AISANCE RELATIONNELLE ?

Que signifie réellement l'aisance relationnelle ?

Cela consiste à rendre plus facile notre relation aux autres, que ce soit dans les gestes, la parole ou le comportement, et à ce que cette relation engendre des changements positifs pour nous. Améliorer son aisance relationnelle suppose d'avoir fait un travail sur soi et d'avoir détecté ce qui pose problème. Nous pouvons, dans ce sens, « gagner en impact », c'est-à-dire chercher à accroître son leadership personnel : on veut faire bouger l'autre, lui faire quelque chose qu'on aimerait qu'il fasse.

Concernant les moyens, il existe un modèle en marketing et en publicité, le modèle AIDA qui peut vous être précieux pour gagner en impact.

AIDA

A = Attention

Attirer l'attention

- Marquer les esprits
- Changer l'ordinaire

I = Intérêt

Éveiller l'intérêt

- Répondre aux attentes de l'autre
- Donner du sens, de la vision, des explications

D = Désir

Susciter le désir

- Éclaircir son désir
- Générer le plaisir
- Donner envie

A = Action

De l'autre

- Se réaliser
- Être libre
- Accomplir ce qu'il porte de plus précieux

Career Design Center

trucs et astuces

Capter l'attention demande de réfléchir à une façon de faire ou de dire qui soit juste assez différente pour marquer. Vous ne pouvez pas déconnecter cette réflexion de votre intention : « Qu'est-ce que j'attends d'eux ? » Il est nécessaire de bien connaître vos interlocuteur.ice.s, leur culture, leur milieu social, car attirer l'attention doit se faire de façon positive. Vous devez éviter tout ce qui est radical ou choquant pour eux. Marquer votre différence revient souvent à être confiant de vos compétences, vos aptitudes relationnelles, à être créatif.ve et, en même temps, à être quelqu'un d'agréable, d'abordable, à l'écoute des autres.

Susciter l'intérêt présuppose de s'être préoccupé.e de ce qui intéresse ses interlocuteur.ice.s : cela nécessite de se poser la question de leurs enjeux et une réelle écoute de ce qu'ils expriment, que ce soit avec des mots ou avec leurs actes. À un moment donné, il va falloir concilier les intérêts aux vôtres. AIDA nous amène à nous poser la question de la rencontre entre différents intérêts et la construction de la compétence collective nécessaire au sein des organisations. Cette construction collective n'est possible que si chacun sait ce qu'il a à faire, comment il va le faire et aussi pourquoi il va le faire. Le « pourquoi » est ce qui donne du sens, et c'est souvent le grand manquant... ne l'oubliez pas.

Eveiller le désir. Quand nous voulons faire agir quelqu'un, il ne suffit pas de lui donner des arguments rationnels et bien construits, il faut aussi le toucher au plus profond. Notre comportement, nos attitudes, notre langage verbal et non verbal ont bien sûr des conséquences sur le désir de l'autre. S'ils sont portés par notre propre désir, nul doute que nous serons plus à l'aide, plus convaincants, plus passionnés aussi.

Tous ces éléments permettent de déclencher **l'action de l'autre**.

! Le modèle AIDA nous aide à gagner en impact. Mais attention ! Capter l'Attention, éveiller l'Intérêt, susciter du Désir ne revient pas à imposer ses idées à tout prix et à n'importe quel prix. Il ne s'agit pas de « vente forcée » : gare aux lendemains qui déchantent ! Il s'agit de « faire acheter » une idée, un projet, une décision.

Source utilisée

- ☞ Protassieff, S., Bladier, C., Fauche, J.-P., Meyfret, S., Sexton, C. (2014). *Le marketing de soi*. Paris Cedex, France : Eyrolles.