

La communication efficace

project „NEW START UPS“
no. 2019-1-CZ01-KA202-061157



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

La communication efficace

Le temps passé à construire un bon support de présentation ne doit pas être négligé, votre pitch et votre pitch deck sont conçus pour capter l'attention de votre public et créer de l'émotion.

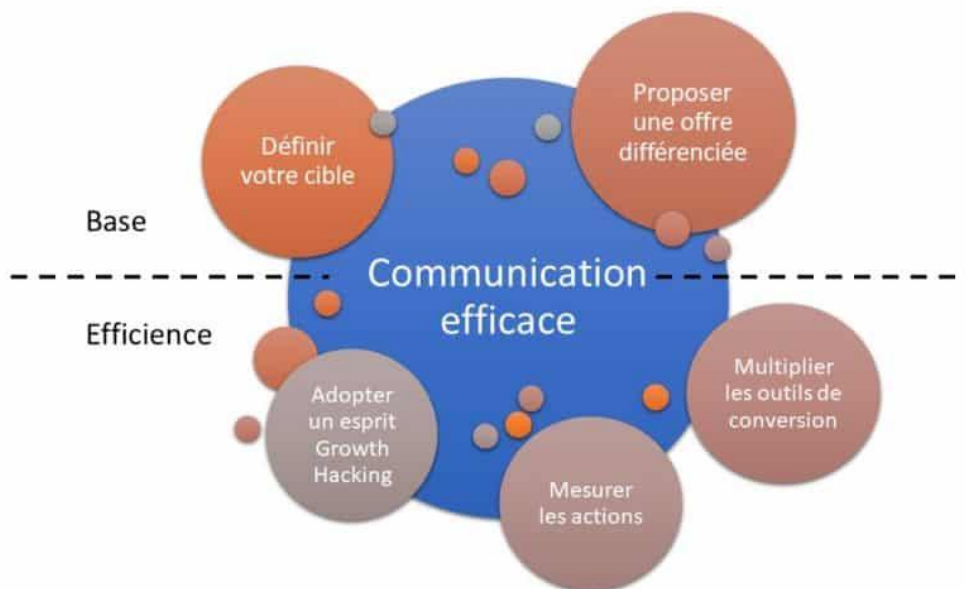
Donc, pas de présentation technique de votre produit/service, les investisseurs ne sont pas des ingénieurs : ils ne veulent pas savoir exactement de quels matériaux est composé votre produit.

Votre pitch doit être percutant et mémorable pour attirer les investisseurs et mieux vous vendre.

Construire un pitch deck nécessite un art complexe de la synthèse. Cela implique de vous détacher de votre produit et de prendre du recul par rapport à vos opérations quotidiennes.

L'exercice est presque schizophrénique pour le fondateur qui doit se mettre à la place du néophyte découvrant son entreprise.

Simple, fluide et aéré devraient être les maîtres mots pour rendre votre présentation percutante. N'hésitez pas à challenger vos présentations en demandant conseil autour de vous. Chaque échange vous permettra d'ajuster la formulation, d'alléger le contenu, qui est toujours en constante évolution. Trop de détails tuent la substance.



Voici 7 étapes pour construire un pitch

1. Présentez le problème que vous allez résoudre

Chaque service/produit proposé répond à une problématique : les parapluies protègent de la pluie, les chaussures permettent de marcher confortablement, etc.

Vous devez trouver et présenter le problème que vous allez résoudre le plus clairement et le plus simplement possible, afin que vos investisseurs comprennent la valeur de votre produit/service.

Il est essentiel que le problème que vous allez résoudre soit clair, précis et surtout irréfutable pour que les investisseurs comprennent les enjeux de votre produit/service et mesurent le potentiel client.

Par exemple, vous souhaitez présenter votre service de ménage à domicile. Ça ne règle pas le problème que c'est sale chez les particuliers (un problème réfutable qui ne se vend pas), mais le problème que les gens ont des vies actives, ils courent entre leur travail, leurs loisirs, leurs

responsabilités, etc. Et 3 heures de ménage par semaine c'est beaucoup de travail. Et 3 heures de ménage par semaine, c'est une corvée qui ne s'intègre pas bien dans un emploi du temps chargé...

2. Votre proposition de valeur (offre)

Vous devez présenter votre produit/service de manière claire et simple sans entrer dans les détails techniques.

Par exemple, vous présentez votre service de ménage à domicile qui sera effectué par un technicien professionnel utilisant des produits respectueux de l'environnement.

Vous devez présenter votre produit/service de manière claire et simple sans entrer dans les détails techniques.

Par exemple, vous présentez votre service de ménage à domicile qui sera effectué par un technicien professionnel utilisant des produits respectueux de l'environnement.

3. Les avantages de votre offre

Vous devez montrer comment votre produit/service répond (mieux) aux besoins de vos clients.

Par exemple, vous montrez que votre service de ménage à domicile fera gagner 3 heures par semaine à vos clients pour faire ce qu'ils veulent avec ce nouveau temps libre.

4. Le niveau de développement de votre business model

L'objectif de cette section est double : il doit vous expliquer comment votre business model rapporte de l'argent mais aussi vous devez présenter l'état actuel de votre structure (donner des indicateurs sur le niveau de développement actuel).

Par exemple, mon service de ménage à domicile est vendu sous forme d'abonnement annuel payable mensuellement, et à ce jour j'ai atteint 33% de mon objectif de chiffre d'affaires (ce qui est conforme à mes estimations).

5. Le potentiel de croissance et l'ambition de votre organisation

Après l'état actuel du développement, vous devez présenter l'évolution de votre projet dans le futur. En général, les indicateurs sont présentés sur une période de 3 ans voire 5 ans en cas d'intérêt majeur (business plan).

6. L'équipe

L'objectif est de présenter les membres de votre équipe en mettant en avant leurs compétences et aptitudes complémentaires qui feront la différence dans le développement de votre projet/produit/service.

Votre équipe doit ressembler à un commando composé d'experts et non à une assemblée "boys band" plate et fade.

7. Les besoins

Vos besoins (la finalité même de votre levée de fonds) doivent être clairement exprimés en termes quantitatifs et qualitatifs.

Il est également important d'expliquer comment ces fonds seront utilisés et les bénéfices et avantages qu'ils auront sur le développement de votre projet/produit/service.

2- Compétences en communication

La capacité de communiquer efficacement avec les supérieurs, les collègues et le personnel est essentielle, quel que soit le secteur dans lequel vous travaillez. Les travailleurs à l'ère numérique doivent savoir comment transmettre et recevoir efficacement des messages en personne ainsi que par téléphone, e-mail et réseaux sociaux.

1. Écoute

Être un bon auditeur est l'une des meilleures façons d'être un bon communicant. Personne n'aime communiquer avec quelqu'un qui ne se soucie que de mettre son grain de sel et qui ne prend pas le temps d'écouter l'autre personne. Si vous n'êtes pas un bon auditeur, il va être difficile de comprendre ce qu'on vous demande de faire.

Prenez le temps de pratiquer l'écoute active. L'écoute active implique de prêter une attention particulière à ce que l'autre personne dit, de poser des questions de clarification et de reformuler ce que la personne dit pour s'assurer de sa compréhension ("Alors, ce que vous dites est..."). Grâce à l'écoute active, vous pouvez mieux comprendre ce que l'autre personne essaie de dire et répondre de manière appropriée.

Dans divers groupes de réseautage d'entreprises locales, vous devrez avoir de bonnes capacités d'écoute. Avoir la capacité d'écouter les autres est un plus. Les compétences d'écoute comprennent la façon dont vous interprétez les communications verbales et non verbales envoyées par les autres.

2. Communication non verbale

Votre langage corporel, votre contact visuel, vos gestes de la main et le ton de votre voix colorent tous le message que vous essayez de transmettre.

Le contact visuel est également important ; vous voulez regarder la personne dans les yeux pour montrer que vous vous concentrez sur elle et sur la conversation. (Cependant, assurez-vous de ne pas fixer la personne, ce qui pourrait la mettre mal à l'aise.)

Faites également attention aux signaux non verbaux des autres pendant que vous parlez. Souvent, les signaux non verbaux transmettent ce qu'une personne ressent vraiment. Par exemple, si la personne ne vous regarde pas dans les yeux, elle pourrait être mal à l'aise ou cacher la vérité.

Les signes non verbaux dans les conversations font partie intégrante de la façon dont nous communiquons avec les autres. Les expressions faciales, le langage corporel et la façon dont vous regardez les autres pendant les conversations sont tous des signaux de communication non verbaux.

a- Expressions faciales

Les visages sont très expressifs et peuvent révéler ce que vous ressentez bien avant que vous ayez la chance d'exprimer vos émotions. Au cours d'une conversation d'affaires, il est extrêmement important de garder une expression faciale positive.

Expressions faciales à éviter:

- Vide
- Faire la moue
- Renfrogné
- Flagrant

b- Le langage du corps

Le langage corporel peut montrer vos vrais sentiments à propos d'une conversation, ils soutiennent ce que vous dites et la façon dont vous prononcez ces mots.

Les deux aspects clés du langage corporel sont :

Gestes : Des gestes de base comme ouvrir les paumes et hocher la tête peuvent avoir un effet positif sur une conversation. Utiliser vos mains et être animé est plus susceptible de rendre une conversation intéressante. Le contact visuel est un aspect essentiel d'une communication efficace, assurez-vous de le maintenir.

Posture : La façon dont vous êtes assis ou debout dans une conversation est extrêmement importante. Vous devez vous assurer d'avoir une posture ouverte avec votre corps face à la personne avec qui vous conversez. Se pencher légèrement en avant peut montrer que vous vous intéressez à la conversation et que vous écoutez activement la ou les personnes.

Un langage corporel négatif peut vous faire paraître ennuyé et ennuyé, vous devriez donc essayer d'éviter d'afficher un langage corporel négatif.

Langage corporel négatif à éviter :

- Roulement des yeux
- Bras croisés
- Serrer les poings
- Haussant les épaules
- Imitation des autres
- Pointer du doigt

c- Lentilles de contact

Maintenir un contact visuel fort lorsque quelqu'un vous parle est un excellent moyen de faire savoir aux autres que vous écoutez ce qu'ils ont à dire et que vous êtes intéressé. Le contact visuel peut vous faire paraître confiant et authentique, ce sont des traits importants à avoir lors de la communication dans une entreprise.

Éviter le contact visuel lorsque les gens parlent peut vous donner l'impression d'être indifférent et nerveux. Dans les situations professionnelles, si une personne commence à penser ces choses à votre sujet, il peut parfois être très difficile d'inverser ces opinions, il est donc important d'essayer de maintenir un contact visuel lorsque vous parlez aux gens sur le lieu de travail.

3. Clarté et concision

Une bonne communication verbale signifie en dire juste assez—ne parlez ni trop ni trop peu. Essayez de transmettre votre message en aussi peu de mots que possibles. Dites clairement et directement ce que vous voulez, que vous parliez à quelqu'un en personne, au téléphone ou par e-mail. Si vous continuez à divaguer, votre auditeur vous déconnectera ou ne sera pas sûr de ce que vous voulez exactement.

4. Convivialité

Par un ton amical, une question personnelle ou simplement un sourire, vous encouragerez vos collègues à s'engager dans une communication ouverte et honnête avec vous. Il est important d'être poli dans toutes vos communications en milieu de travail.

Ceci est important dans la communication en face à face et écrite. Lorsque vous le pouvez, personnalisez vos e-mails à l'intention de vos collègues et/ou employés - un bref "J'espère que vous avez tous passé un bon week-end" au début d'un e-mail peut personnaliser un message et faire en sorte que le destinataire se sente plus apprécié.

5. Confiance

Il est important d'être confiant dans vos interactions avec les autres. La confiance montre à vos

collègues que vous croyez en ce que vous dites et que vous y donnerez suite.

Exsuder la confiance peut être aussi simple que d'établir un contact visuel ou d'utiliser un ton ferme mais amical. Évitez de faire ressembler vos déclarations à des questions. Bien sûr, veillez à ne pas paraître arrogant ou agressif. Assurez-vous que vous êtes toujours à l'écoute de l'autre personne et que vous faites preuve d'empathie envers elle.

6. Empathie

En utilisant des phrases aussi simples que "Je comprends d'où vous venez", montrez que vous avez écouté l'autre personne et que vous respectez ses opinions. L'écoute active peut vous aider à vous mettre à l'écoute de ce que votre interlocuteur pense et ressent, ce qui, à son tour, facilitera la manifestation d'empathie.

7. Ouverture d'esprit

Un bon communicateur doit aborder toute conversation avec un esprit flexible et ouvert. Soyez ouvert à l'écoute et à la compréhension du point de vue de l'autre personne, plutôt que de simplement faire passer votre message.

En étant disposé à engager un dialogue, même avec des personnes avec lesquelles vous n'êtes pas d'accord, vous pourrez avoir des conversations plus honnêtes et plus productives.

8. Respecter

Les gens seront plus disposés à communiquer avec vous si vous leur transmettez du respect pour eux et pour leurs idées. Des actions simples comme utiliser le nom d'une personne, établir un contact visuel et écouter activement lorsqu'une personne parle la feront se sentir appréciée. Au téléphone, évitez les distractions et restez concentré sur la conversation.

Transmettez le respect par e-mail en prenant le temps de modifier votre message. Si vous envoyez un e-mail mal écrit et déroutant, le destinataire pensera que vous ne la respectez pas suffisamment pour réfléchir à votre communication avec elle.

9. Rétroaction

Être capable de donner et de recevoir des commentaires de manière appropriée est une compétence de communication importante. Les responsables et les superviseurs doivent rechercher en permanence des moyens de fournir aux employés des commentaires constructifs, que ce soit par e-mail, appels téléphoniques ou mises à jour hebdomadaires.

De même, vous devriez être en mesure d'accepter et même d'encourager les commentaires des autres. Écoutez les commentaires qui vous sont donnés, posez des questions de clarification si vous n'êtes pas sûr du problème et faites des efforts pour mettre en œuvre les commentaires.

10. Choisir le bon support

Une compétence de communication importante consiste simplement à savoir quelle forme de communication utiliser. Par exemple, certaines conversations sérieuses (licenciements, démission, changements de salaire, etc.) sont presque toujours mieux faites en personne.

Vous devez également penser à la personne avec qui vous souhaitez parler. S'il s'agit d'une personne très occupée (comme votre patron, peut-être), vous voudrez peut-être transmettre votre message par courrier électronique. Les gens apprécieront vos moyens de communication réfléchis et seront plus susceptibles de vous répondre positivement.

11. Style de parole

Votre ton, accent, tonalité, rythme et volume de votre voix est un style de parole. Parler de manière positive peut être très bien reçu tout comme parler de manière négative peut être perçu négativement.

Vous devriez essayer de parler d'une voix positive, éviter de parler trop lentement ou trop vite et éviter de donner des réponses monotones. Essayez d'engager votre interlocuteur et de parler clairement, car vous êtes plus susceptible d'obtenir la réponse que vous souhaitez de la conversation.

12. Langage positif

L'utilisation d'un langage positif vous donnera plus que probablement un résultat positif. Un langage positif suggère une solution alternative au problème qui est considérée comme encourageante et favorable dans un environnement commercial. Par exemple, lorsque vous négociez, l'utilisation d'un langage positif pour exprimer une situation « gagnant-gagnant » conduira à une personne plus susceptible de négocier avec vous.

13. Assertivité

L'affirmation de soi dans une entreprise consiste à énoncer vos prochaines étapes de manière calme et positive sans être agressif. L'agression crée un environnement hostile et hostile qui ne sera pas bien perçu dans une entreprise. Être constamment assertif montre aux autres que vous avez confiance en vous et que vous êtes ouvert à leurs suggestions sans être perçu comme quelqu'un dont on peut profiter.

S'affirmer signifie également être capable de transmettre les valeurs, les opinions, les croyances, les besoins, les désirs et les idées

14. Capacité de négociation et de prise de décision

Les compétences interpersonnelles avec une bonne capacité de négociation vous donnent la liberté de travailler mutuellement et d'obtenir des résultats agréables pour les autres. En conséquence, vous avez la capacité d'explorer et d'analyser les options pour prendre une décision finale et judicieuse.

3- Réseautage (compétences importantes)

1. Reconnaître les gens en tant qu'individus

Chaque personne a ses propres émotions et ses propres réserves. Par conséquent, vous devez vous équilibrer lorsque vous en reconnaissez un, quel que soit son statut dans la société. Être curieux de les connaître est un facteur clé du succès de votre entreprise.

2. Comprendre les gens

Lorsque vous mettez en réseau une entreprise, vous devez également comprendre le point de vue, les idées et les opinions des autres. En utilisant des compétences interpersonnelles, vous essayez de les comprendre au lieu de les juger. De cette façon, les gens vous regarderont.

3. Séparer la vie personnelle de la vie professionnelle

Avoir un sens relationnel étendu vous permettra également de séparer vie personnelle et vie professionnelle. Rappelez-vous toujours que mettre des sentiments personnels sur votre entreprise provoque souvent des distractions et un manque de motivation.

4. Comment améliorer ses compétences interpersonnelles ?

L'avantage de posséder de bonnes compétences interpersonnelles fournit plus de pistes pour le réseautage d'affaires. Par conséquent, il est préférable de développer et d'améliorer ces compétences pour de meilleurs résultats.

5. Sois positif

Faire ressortir de bonnes attitudes en vous stimule le moral des entreprises. Sourire et adopter un comportement optimiste crée un environnement positif. Faites des compliments à vos collègues réseauteurs. Féliciter vos collègues de réseau les encouragera à vous aider à l'avenir.

6. Montrer de l'intérêt

Il est également essentiel de montrer de l'intérêt pour vos co-networkers. Cela inclut les événements professionnels et certaines de leurs activités personnelles. Cela créera un bon rapport avec eux. Vous pouvez simplement poser des questions sur leurs activités pendant le week-end ou vous pouvez demander des opinions ou des idées sur le réseautage.

7. Soyez un excellent communicant

Un grand communicateur n'a pas besoin d'être un locuteur intelligent. Mais, un communicateur idyllique doit être intelligent et rapide. Si vous voulez être un excellent communicant, choisissez la bonne langue pour éviter les malentendus. S'il vous arrive de rencontrer des arguments ou des conflits, vous devez savoir comment arbitrer. Dans ce cas, vous serez vu par vos co-réseauteurs comme quelqu'un sur qui s'appuyer.

8. Avoir un bon sens de l'humour

Pour ajouter du piquant à votre conversation, complétez quelques actes comiques, tout en gardant votre sang-froid. Le réseautage est fondamentalement ennuyeux. Le temps est également limité. Par conséquent, vous devez faire une marque pour vous en souvenir.

9. Soyez empathique

Ne soyez pas un préjugé. Donnez-vous l'exemple, soyez humble. Les apparences peuvent être trompeuses. Vous ne pouvez définir un client potentiel qu'en fonction de son point de vue et de sa perspective. Ne placez jamais aucune forme de négativité pendant votre conversation avec les autres. Gardez à l'esprit que les pleurnicheurs sont des perdants.

Références:

<https://www.stonebridge.uk.com/blog/business-management-and-law/effective-communication-in-business/>

<https://www.thebalancemoney.com/communication-skills-list-2063779>

<https://blog.londonspeechworkshop.com/how-to-nail-a-pitch-with-these-5-simple-communication-tools>

<https://bnilondonukblog.wordpress.com/2016/06/10/the-art-of-pitch-interpersonal-skills-for-business-networking/>

<https://blog.hubspot.com/sales/communication-skills-sales>