

communicateurs EFFICACES

Accrochez le client en lui vendant des avantages : les 5 points à vérifier

Le client n'achète pas le produit lui-même, mais les avantages qu'il retirera du produit. Qu'il s'agisse de vous vendre vous-même, de vendre un projet, un service ou un article, vérifiez :

1. Ce qui attire votre client

Quels sont les points qui le concernent tout particulièrement ?

- coût
- sécurité
- fiabilité
- disponibilité
- simplicité
- etc. (Posez des questions !)

2. Les caractéristiques de votre produit

Quelles sont les caractéristiques qui répondent aux attentes de votre client ?

Comment fonctionnent-elles ?

En quoi pourront-elles le satisfaire ?

3. Ses avantages

Que pourra faire votre client grâce à ces caractéristiques ?

Quels avantages en retirera-t-il ?

4. Les bénéfices

Quels sont les bénéfices tangibles pour votre client ?

Que va-t-il recevoir dont il a besoin ?

5. Des preuves

Quelles démonstrations, quels témoignages, garanties, chiffres, informations, prouvent que le bénéfice promis sera bien réalisé effectivement ?

Comment vous préparer à une interview réussie avec un journaliste

Une interview pour la presse peut être une expérience difficile si l'on ne s'y est pas préparé. Sans compter les conséquences fâcheuses que peut entraîner une interview "ratée".

Que ce soit une interview pour la presse écrite, pour une émission de télévision ou de radio, respectez les points suivants :

Avant toute interview, assurez-vous que vous avez en tête des objectifs de communication clairs, précis et des moyens (statistiques, exemples, témoignages, etc.) pour les atteindre aisément.

Préparez un "dossier de presse" complet pour les journalistes, ou au moins une fiche de synthèse avec tout ce que vous souhaitez communiquer au journaliste et à tous les lecteurs, auditeurs et

télespectateurs auxquels il vous donnera accès. Ce dossier doit l'aider et lui éviter de faire des erreurs.

Essayez d'en savoir plus sur le journaliste qui va vous interviewer et sur l'émission ou le support pour lequel il travaille. Adaptez votre information au style du média ou de l'émission (Paris Match ou le Monde ?).

Discutez avec le journaliste avant l'interview. Cela va vous détendre, créer une connivence et permettra souvent d'accorder les objectifs et les motivations de chacun.

Commencez d'entrée par les choses importantes que vous souhaitez absolument communiquer, puis votre sentiment, et enfin, les explications : vous ne savez jamais comment et quand finir l'interview et, en différé, le journaliste ne reprendra que 20 % de votre interview, le reste sera coupé.

Parlez, en ayant constamment en tête la même idée : à travers le journaliste, communiquer avec le public, simplement, directement, le plus personnellement et sincèrement possible.

Traitez le journaliste comme un être humain "normal" ! Ne soyez ni obséquieux, ni trop méfiant ou agressif. C'est un être comme vous et moi. Il fait son métier. Il a autant besoin de vous que vous de lui. Plus vous êtes correct, plus lui, le sera.

Soyez vous-même, naturel.

Détendez-vous, respirez et souriez...

Surveillez votre langage du corps (évittez de vous agiter sur votre chaise, de triturer vos cheveux, de tourner votre alliance, etc.).

Surtout à la télévision, évitez les mouvements trop larges, vous sortiriez du cadre !

Dites-vous que vous n'êtes pas interviewé en tant qu'accusé, mais comme un spécialiste qui va s'exprimer sur un point précis.

Aidez le journaliste à trouver l'information, mais n'essayez pas de le faire à sa place. Ne corrigez pas l'information d'hier, profitez de l'interview pour parler d'aujourd'hui, et surtout, pour préparer demain.

Ne vous embarquez jamais dans une bagarre avec le journaliste.

Répondez simplement et directement aux questions et évitez d'élargir vos réponses pour répondre en même temps à des points qui vous semblent importants.

Évitez de faire des "confidences" à un journaliste. Assumez tout ce que vous dites, car cela paraîtra dans les médias.

Si vous avez de mauvaises nouvelles à annoncer, faites-le, le plus tôt possible, il vous restera du temps pour faire votre commentaire et vous refaire "une image".

Ne dites jamais : "Pas de commentaire !" Cela paraîtra évasif et aiguisera la curiosité du journaliste, il partira lui-même à la recherche de l'information, et là, elle ne sera peut-être pas toujours présentée à votre avantage.

Parlez en tant qu'individu. Dites "moi" à la place de "nous" ou autres expressions qui suggèrent une grosse organisation anonyme.

Le public veut vibrer avec vous, individu. Si vous êtes là pour représenter une entreprise, vous devez bien entendu la citer, mais ne vous exprimez pas tout le temps en son nom.

Ne bluffez pas ! Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites-le. Dites la vérité !

S'il y a une question à laquelle vous ne voulez – ou ne pouvez pas répondre, expliquez pourquoi. N'en abusez pas toutefois. L'être humain a naturellement horreur du vide et l'absence de réponse pourrait être comblée par d'autres (et, là encore, pas forcément à votre avantage)...

Soyez attentif à toutes les questions. Répondez aussi à celles qui paraissent évidentes ou naïves à vos yeux.

Méfiez-vous des questions qui commencent par : "Ne pensez-vous pas que..."

Évitez le jargon. Lorsqu'on a un peu le trac, on a tendance à retomber dans un langage familier, rassurant, utilisé quotidiennement.

Si des mots techniques ou des mots de spécialistes vous échappent, cela n'est pas grave, à condition que vous les expliquiez et les traduisiez pour les non-initiés.

Pensez aussi à faire des phrases courtes.

Si le journaliste lance une affirmation fausse, ne lui répondez pas brutalement : "Non !" (sauf s'il est vraiment de mauvaise foi et qu'il abuse de cette technique). C'est vous qui paraîtrez agressif. Adoucissez : "Pas exactement...", "Peut-être, mais..."

Évitez à tout prix de répéter la fausse affirmation, cela n'aurait pour effet que de la renforcer.

Et maintenant, à vos caméras vidéo ou enregistreurs audio (MP3, MP4, iPod, téléphone portable ayant cette fonction...). Pour vous préparer à une interview, faites-vous poser des questions par des personnes de milieux aussi différents que possible.

Travaillez aussi toutes les possibilités de questions agressives et difficiles. Mieux vaut être préparé à toute éventualité...

Dans le prochain numéro, vous découvrirez :

– La méthode pour ne perdre aucun client même si vous n'êtes pas disponible ;

– Comment utiliser à votre avantage l'art de faire des concessions.