

PATRICE RAS

L'ART D'INFLUENCER AVEC INTÉGRITÉ

La force de la douceur

Dans la même collection aux Éditions Jouvence :

Pratique de la Communication NonViolente, Wayland Myers

Déchire ton CV et fais la différence, Patrick Marques

La PNL au quotidien, Bernard Raquin

Éduquer sans punitions ni récompenses, Jean-Philippe Faure

Médecines douces pour animaux, Marie-France Muller

Les Ressources insoupçonnées de la colère, Marshall B. Rosenberg

Donner du sens à sa vie, Rosette Poletti

Huiles essentielles : ma pharmacie au quotidien,

D^r Pascale Gélis-Imbert

Sortir du triangle dramatique, Bernard Raquin

60 pratiques de méditation de pleine conscience,

Catherine Pourquier

Catalogue gratuit sur simple demande

ÉDITIONS JOUVENCE

France: BP 90107, 74161 Saint-Julien-en-Genevois Cedex

Suisse: Route de Florissant, 97 – 1206 Genève

Site Internet : **www.editions-jouvence.com**

E-mail : info@editions-jouvence.com

© Éditions Jouvence, 2021

ISBN : 978-2-88953-425-8

Dessin de couverture : Aurélie de La Pontais

Maquette de couverture : Antartik

Couverture : Éditions Jouvence

Mise en pages : SIR

Visuels intérieurs : © Éditions Jouvence

Tous droits de traduction, reproduction et adaptation réservés pour tous pays.

Sommaire

Remerciements	5
Introduction	7
1. Qu'est-ce que l'influence ?	10
A) Testez votre degré d'influence	11
B) Ce que l'influence n'est pas	23
<i>Les 4 types de relations.</i>	23
<i>L'influence n'est pas</i> <i>la domination.</i>	24
<i>L'influence n'est pas le service.</i>	26
<i>L'influence n'est pas</i> <i>la manipulation</i>	26
<i>L'influence n'est pas</i> <i>une pression légère.</i>	28
<i>L'influence est une interaction</i>	29
C) Les modalités de l'influence	31
<i>Qui décide vraiment ?</i>	31
<i>Pourquoi influençons-nous</i> <i>les autres ?</i>	34
<i>Pourquoi nous laissons-nous</i> <i>influencer par les autres ?</i>	36
<i>Par qui nous laissons-nous</i> <i>influencer ?</i>	38
<i>Qui peut influencer ?</i>	40
<i>Qui peut-on influencer ?</i>	42
<i>Quand peut-on influencer</i> <i>quelqu'un ?</i>	43

<i>L'influence est-elle bonne</i>	
<i>ou mauvaise?</i>	44
<i>Pourquoi hésite-t-on</i>	
<i>à influencer alors?</i>	45
2. Comment influencer?	49
A) Le préalable	50
<i>La relation</i>	50
<i>L'écoute</i>	58
B) Les techniques d'influence verbales. .	65
<i>L'impact des mots</i>	65
<i>Les actes de langages</i>	68
<i>Raconter des histoires</i>	80
C) Les techniques non verbales	84
<i>L'importance du non-verbal</i>	85
<i>L'importance du corps</i>	86
<i>L'importance des autres sens</i>	90
<i>L'importance du look</i>	92
<i>L'importance des couleurs</i>	95
<i>L'importance de l'espace</i>	
<i>et du temps</i>	98
<i>L'importance de l'action</i>	102
D) Les techniques mixtes	104
<i>La PNL</i>	104
<i>Faire rire</i>	107
<i>Séduire?</i>	108
Conclusion	111
Annexe	114
Bibliographie.	117

Je remercie **tous** les gens qui m'ont influencé... c'est-à-dire tous ceux que j'ai rencontrés (parents ou enfants, amis ou ennemis, professeurs ou élèves, auteurs ou lecteurs, managers ou collaborateurs, clients ou fournisseurs, frères et sœurs, collègues, voisins...). Je les remercie d'autant plus qu'ils m'ont influencé, donc permis de devenir toujours plus moi-même.

Je remercie tous ceux qui m'ont aidé à écrire ce livre et qui m'ont apporté (parfois sans le savoir) de précieuses informations : réflexions, anecdotes, exemples, outils, solutions, questions, etc. sans qui ce livre ne serait pas ce qu'il est...

À Jean Onimus

Avertissement

Toute ressemblance avec des personnes ou des situations existantes ou ayant existé ne saurait être que volontaire. Autrement dit, tous les exemples de ce livre sont **réels**. Néanmoins, leurs prénoms ont été changés et leurs noms omis. Cela dit, il se peut que vous ayez l'impression de vous reconnaître ou de reconnaître quelqu'un. En effet, ils ont été choisis pour leur caractère emblématique.

Aimez-vous influencer les autres? Si vous êtes honnête, la réponse est OUI! Aimez-vous être influencé par les autres? Si vous êtes honnête, la réponse est NON! Êtes-vous à l'aise avec l'influence? Probablement pas! Pourquoi? Parce que le MOT influence est (malheureusement) connoté négativement et souvent amalgamé à la domination et/ou à la manipulation...

Or rien n'est plus faux! Cette confusion linguistique, intellectuelle et psychologique est à l'origine de tous les malaises et de tous les comportements ambivalents (oui mais non) et de beaucoup d'échecs... Nous allons donc **clarifier cette notion d'influence, omniprésente dans notre vie, la revaloriser et lui redonner toute sa place et son importance.**

Vous découvrirez ici QUI décide vraiment dans l'influence, pourquoi et quand influencer, qui peut influencer qui, et enfin comment fonctionne l'influence et pourquoi elle est « invisible ». Tout cela vous aidera à

influencer plus et mieux, mais aussi à apprécier d'être influencé et enfin (et surtout) à assumer d'influencer et d'être influencé. Car l'influence est au cœur de la communication et de la vie sociale.

Dans la deuxième partie de cet ouvrage, nous détaillerons les « techniques » d'influences les plus courantes. Elles sont, en effet, si nombreuses qu'aucun livre n'a réussi à les recenser toutes. Certains auteurs ont étudié les techniques de présentation (utilisées massivement par les commerciaux et autres vendeurs. D'autres ont inventorié les techniques d'influence verbales (les actes de parole) et d'autres les techniques non verbales, tandis que les derniers ont mis à jour des techniques mixtes (à la fois verbales et non verbales).

Ce tour d'horizon vous permettra à la fois de découvrir des techniques inconnues ou plutôt inconscientes. Ce faisant, vous découvrirez plus aisément qui tente de vous influencer et comment, mais aussi comment vous tentez d'influencer les autres. Dans les deux cas (influencer ou être influencé), vous comprendrez mieux

pourquoi et comment vous influencez ou êtes influencé par telle ou telle personne...

Cela ne vous donnera pas plus de pouvoir, mais certainement plus de conscience donc de liberté...



Chapitre 1

Qu'est-ce que l'influence ?

*« Influencer quelqu'un,
c'est lui donner son âme. »*

Oscar Wilde

A) Testez votre degré d'influence

Découvrez (ou confirmez) votre façon de communiquer préférée. Pour cela, répondez sincèrement et spontanément aux 14 questions.

Cochez la lettre (A, B, C ou D) correspondant à la réponse qui vous correspond le mieux (une seule réponse possible). Si aucune réponse ne vous convient, ne répondez rien du tout...

1) Mon voisin fait vraiment trop de bruit

- ☐ A. J'exige qu'il cesse tout de suite ou j'appelle la police
- ☐ B. J'attends qu'il arrête
- ☐ C. J'essaye de le culpabiliser
- ☐ D. Je lui demande gentiment de baisser le son

**2) Pour que mes amis m'aident
à déménager**

- ☐ A. Je leur dis de réserver le jour J
- ☐ B. Je les supplie
- ☐ C. Je leur rappelle mon aide passée
- ☐ D. Je leur demande simplement de l'aide

3) Un pervers narcissique vous manipule

- ☐ A. Vous lui rentrez dans le lard
- ☐ B. Vous fuyez
- ☐ C. Vous le manipulez à son tour
- ☐ D. Vous lui demandez ce qu'il veut

4) Ma plus grande fierté

- ☐ A. J'ai réussi à imposer mon avis
- ☐ B. J'ai bien aidé / servi / conseillé quelqu'un
- ☐ C. J'ai séduit ou « retourné » quelqu'un
- ☐ D. J'ai résolu un gros conflit

5) Ma plus grande qualité

- ☐ A. Ma force physique (ou autre)
- ☐ B. Mon écoute ou mon adaptabilité
- ☐ C. Mon intelligence
- ☐ D. Mon sens relationnel (une négociation, par exemple)