L'art oratoire n'est pas un concours d'haltérophilie.

Cela fait des années que je cherche à comprendre ce qui rend quelqu'un charismatique, ce qui rend un discours impactant, ce qui fait d'une oratrice que l'on a envie de la suivre.

La plupart des personnes que j'interroge ou qui viennent nous voir veulent « savoir faire passer un message », « être plus impactant », « renforcer leur charisme », mille et une façon d'exprimer ce désir quasi universel de se distinguer, de sortir du lot et de permettre à sa parole, à ses idées, d'êtres entendues.

Le désir est très bien exprimé la plupart du temps par tout un chacun. Qui n'a pas ressenti cette frustration de ne pas avoir su dire ce que l'on voulait ou décliner telle possibilité de prendre la parole ?
Pour nos experts en communication la feuille de route semble claire et pourtant ce désir individuel de mieux faire ne nous guide t'il pas sur une mauvaise piste de travail ?

Les analogies seraient nombreuses et aisées à trouver dans le sport qui nous invitent à soigner notre revers pour gagner plus de matchs au tennis, ou de gagner en masse musculaire pour soulever plus de poids.

Malheureusement l'art oratoire n'est pas un concours d'haltérophilie ou la force et une technique bien maîtrisée détermine qui a gagné.

Ce n'est pas l'orateur le plus clair dans son élocution qui véhicule le plus d'émotion, ce n'est pas l'intervenante la plus régulière dans son débit qui embarque l'adhésion, ni la communication la plus structurée qui pousse à l'action.

La technique est importante mais elle ne peut pas être l'origine de la démarche, la technique ne se suffit pas à elle-même, elle nous empêchera toujours de devenir des communicants authentiques et mémorables.

L'enjeu nous semble ailleurs, peut être est-ce notre rapport au monde qu'il faut savoir faire évoluer pour travailler notre impact ?
Ne plus vouloir imposer sa marque au monde par une technique bien maîtrisée (avec la vanité que l'on sait d'un tel projet), mais plutôt opérer une révolution de notre approche.
Mettre l'autre au centre de notre communication, l'autre comme raison d'être de notre communication, comme finalité.

L'autre c'est la clef, cela doit devenir le point de départ à partir duquel les portes du charisme, de l'impact et de l'engagement vont s'ouvrir.

Finalement pour devenir meilleur communiquant, et c'est un paradoxe, il faut savoir s'oublier un peu soi-même, oublier pour un temps le message que l'on veut porter et partir de l'autre.

En pratique il existe plusieurs chemins que nous développons dans nos coachings pour faire cette « révolution ».

Vous pouvez par exemple commencer chaque jour comme moi, en regardant votre calendrier de réunions et rendez-vous et en vous demandant, qui sera là, quel est son enjeu, quel est le besoin véritable de mes interlocuteurs?
Cette approche que je développe sous plusieurs formes depuis des années a l'avantage immense de vous permettre d'être prêt.e, d'avoir anticipé les choses et de pouvoir adapter votre discours et vos mots à la situation et non pas d'essayer de faire plier la situation à votre volonté.

Très souvent cela vous donnera le point d'entrée de votre intervention ou de votre communication, et sur le fond vous ferez preuve d'empathie en répondant à un besoin essentiel pour l'autre.

RBP