

Que faire et que dire pour persuader?

Extrait du webinaire de M. François Lagarde, Fondation Lucie et André Chagnon
« Que faire et que dire pour persuader? ».
Pour visionner le webinaire : www.preca.ca/conference

Si vous voulez que les gens s'intéressent à vous,
faut-il encore que vous vous intéressiez à eux!

François Lagarde

Appliquer des principes et des outils de communication et de plaider à vos projets

Composantes d'un message

What?
Quoi?

Pour capter l'attention

So What?
Et alors?

Pertinence : avantage, normes

Now What?
Et maintenant quoi?

Incitation à une action immédiate

Who are you anyway?
Qui êtes-vous?

Messageur : leader, témoignage, organisme



Rappels fondamentaux

1

L'action souhaitée

2

La perspective de la personne à rallier

3

La segmentation

4

La combinaison de ce que vous allez faire, pas juste dire

5

Les gens influents

6

La fréquence, le momentum et la durée



Make it fun, easy and popular

Rendez le comportement attrayant, facile d'adoption et populaire.

W. Smith

Le plaidoyer

ENJEU

Préoccupant
Documenté
Populaire

POLITIQUE

Choix du moment
Positionnement
Influenceurs clés
Opposants
Coalitions
Médias

SOLUTION

Définie
Efficace
Éprouvée et documentée (précédent)
Réaliste (temps et \$)
Credible (solution et acteur)

Méthode socratique appliquée au MARKETING SOCIAL

Adaptation de Lagarde, 2013

Télécharger le document

