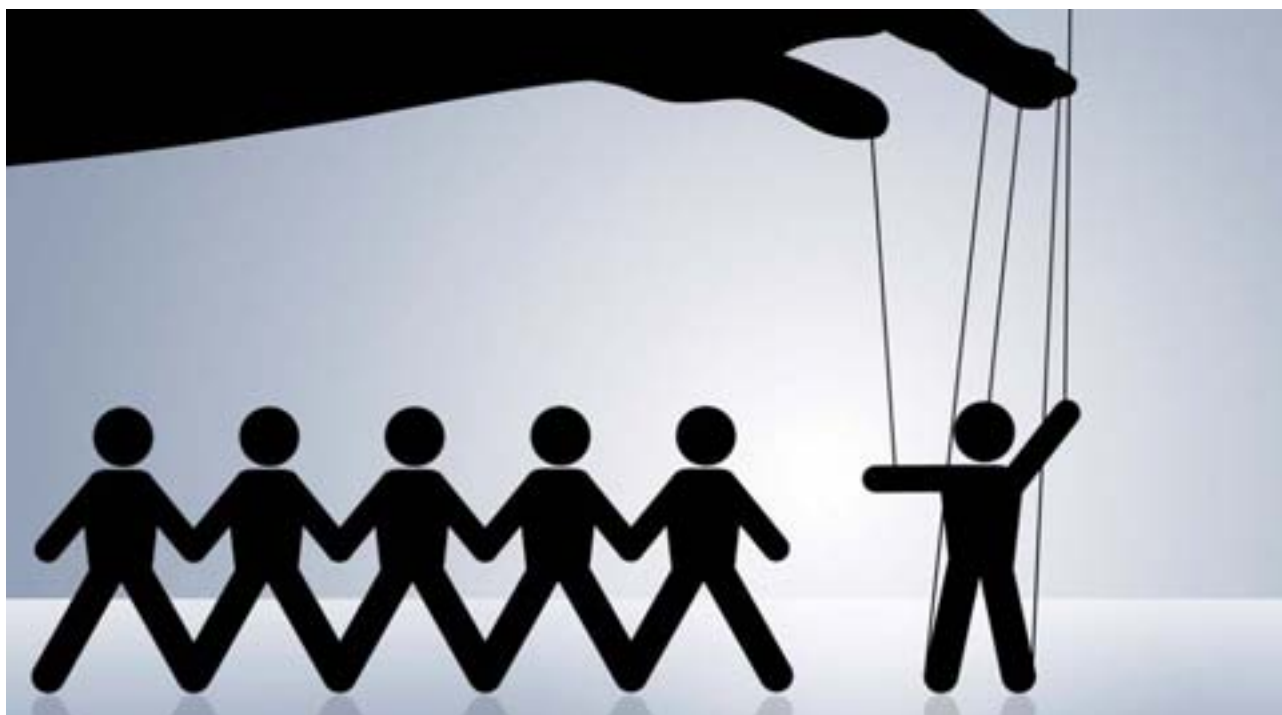


Manipuler pour réussir

L'art de s'imposer en douceur



Thèmes du dossier

Gestion

Personnel

Direction

Succès & carrière

Communication

Marketing & Vente

Finances

IT & Office

Avantages immédiats

Vous savez:

- ce qui distingue la manipulation positive de la manipulation négative;
- pourquoi nous ne pouvons nous passer de la manipulation dans notre vie de tous les jours;
- quels sont les différents modèles de comportement, et sur quoi ils se fondent;
- quelles sont les différentes formes de manipulation;
- que vous aussi, vous avez tous les jours recours à la manipulation.

Vous êtes capable:

- de mieux déceler la manipulation dans votre vie quotidienne;
- de tirer profit des côtés positifs de la manipulation;
- de mieux comprendre le comportement des autres;
- d'argumenter de manière plus convaincante;
- de parer efficacement aux tentatives de manipulation.

Auteur



Jan Sentürk

Auteur, conférencier et coach dans le domaine du langage corporel et de la communication, Jan Sentürk est un expert reconnu. Il a formé des chefs d'entreprise et a été régulièrement invité sur les plateaux télévisés, notamment pour y analyser le langage corporel des dirigeants politiques allemands.

Il est l'auteur d'innombrables articles et publications (livres audio, livres, DVD). Il a ainsi publié en février 2012 un ouvrage sur les différences existant entre le langage corporel des hommes et celui des femmes («Schulterblick und Stöckelschuh»). Son troisième livre, paru en avril de la même année, est consacré à l'interprétation du langage corporel («Wie ich sehe, was Du fühlst»).

A l'âge de 18 ans seulement, Jan Sentürk se lance dans le théâtre libre, pour fonder deux ans plus tard une troupe de théâtre au sein de laquelle il pratique la méthode Stanislavski. Il travaille ensuite comme indépendant dans une agence publicitaire tout en poursuivant des études en pédagogie, puis organise le marketing direct d'une entreprise de vente par correspondance.

Il a conçu et produit le service vidéo gratuit en ligne «Online-Gestenkoffer», un outil unique en son genre, dont tous les films se trouvent sur YouTube, sur la chaîne «sentuerk19».

Vivacité, optimisme à tout crin, humeur pétillante et autodérision: le style des interventions de Jan Sentürk doit beaucoup à son expérience théâtrale. La presse a notamment dit de lui:

«Dans les séminaires de Jan Sentürk, on apprend à l'aide d'exemples concrets ...» (RTL)

«Il existe de nombreuses erreurs et semi-vérités à propos du langage corporel. Jan Sentürk met en évidence les signaux physiques et explique comment les interpréter.» (Hamburger Abendblatt)

«Jan Sentürk comprend le langage corporel: il y lit comme dans un livre ouvert.» (TV Berlin)

Impressum

WEKA Business Dossier

Manipuler pour réussir – L'art de s'imposer en douceur

Composition: Tonio Schelker
Révision: WEKA Business Media SA
Traduction: Nadine Cuennet Perbellini

WEKA Business Media SA
Hermetschloostrasse 77
8048 Zurich
Tél. 044 434 88 35
Fax 044 434 89 99
info@weka.ch
www.weka.ch

Date de parution: 2012

VLB – Reprise du titre dans le répertoire des œuvres disponibles
ISBN: 978-3-297-00556-9

© WEKA Business Media SA, Zurich
Tous droits réservés. Toute reproduction complète ou partielle uniquement avec l'autorisation de l'éditeur.

Table des matières

Manipuler pour réussir – L’art de s’imposer en douceur

Introduction	4
Manipuler n’est pas forcément un mal.....	4
Nous manipulons tous	5
Les formes de manipulation	6
Le monde correspond à l’idée que nous nous faisons de lui.....	6
Exercice: fixer l’attention.....	6
1. Les présuppositions.....	7
Devinette: le nom de la baleine	7
Utiliser ce que l’on sait des présuppositions.....	8
2. Les médias.....	9
Le «grand» et le «petit» Kirch	9
L’importance de l’ordre chronologique.....	10
Exercice: la pilule miracle, partie I	11
Exercice: la pilule miracle, partie II.....	11
Exercice: la pilule miracle, partie III.....	12
Des automatismes non influençables	12
Exemple: un prospectus pour des chaussures.....	13
3. La réciprocité	14
A la recherche de l’automate.....	14
Un après-midi «exprès pour vous».....	17
4. La répétition	17
Vente et persévérance	18
Les croyances.....	19
5. Le besoin de cohérence	20
6. Le conformisme	21
Qui se ressemble s’assemble	22
7. Autorité et pouvoir	24
L’expérience de Milgram.....	25
8. Le langage corporel	26
L’expérience de la cabine téléphonique.....	27
La chaise du vendeur.....	28
La politique.....	29
9. Le mensonge.....	30
Le comportement ordinaire.....	30
Asymétrie et dissonance	30
Les détails	31
Exemple: vérité et mensonge.....	31
Résumé	33
Littérature et conseils de lecture	34

Introduction

Manipuler pour réussir: un titre d'un goût douteux?

A une époque où les dirigeants des entreprises, les organes de contrôle et les politiciens s'enrichissent souvent de manière amoral, voire illégale, et où le personnel est mis sous écoute, filmé et surveillé à son insu, ne vaudrait-il pas mieux parler de valeurs, d'éthique et de morale?

Chacun de nous s'est déjà toutefois certainement posé des questions du genre: «Comment faire en sorte que mes clients dépensent plus dans mon commerce?», «Pourquoi est-ce que j'achète souvent des choses que je n'avais pas l'intention d'acheter?», «Peut-on voir au langage corporel d'une personne si elle dit la vérité ou pas?»

Ces questions, et d'autres questions du genre mènent toutes à la même interrogation fondamentale: comment puis-je amener les autres à faire ce que j'aimerais qu'ils fassent?

Toute une série de techniques permet d'y parvenir. Nous connaissons même la plupart d'entre elles, nous y sommes confrontés et y avons recours tous les jours sans le savoir. Publicité, médias, vendeurs, mais aussi amis, partenaire et progéniture nous manipulent sans cesse, et nous faisons de même avec eux. Ce que nous ignorons cependant en général, c'est à quel point ces techniques sont efficaces sur nous. Nous aimons croire que nous prenons nos décisions sans subir aucune influence, de manière objective. Or c'est dans la plupart des cas une illusion: nos décisions ne sont presque jamais totalement libres.

Manipuler n'est pas forcément un mal

Il est important de s'informer sur le phénomène de la manipulation, ne serait-ce que pour savoir dans quelles situations et dans quelle mesure nous sommes influençables. Il est à la fois amusant et effrayant de constater à quel point nous en sommes peu conscients. Lorsque nous déclarons que jamais nous ne ferions ceci ou cela, nous ne le disons pas seulement pour la galerie; nous sommes *sincèrement* convaincus de savoir comment nous nous comporterions dans des situations que nous n'avons par ailleurs jamais vécues. Si, par contre, nous savons à quel point nous pouvons penser et agir de manière opportuniste, égoïste et fausse lorsque les circonstances nous y poussent, nous aurons peut-être la possibilité d'adapter notre comportement et de reconnaître à temps ce type de comportement chez les autres.

En fait, pourquoi manipulons-nous? Ne serait-il pas suffisant, et moralement plus souhaitable, de convaincre nos semblables avec des arguments objectifs, logiques et vérifiables? L'objectivité est-elle humainement possible? Et que signifie exactement «logique» et «vérifiable»?

La plupart des gens n'acceptent pas l'idée même d'être manipulés. Ils restent fixés sur leur indépendance et sur leur liberté de décision. Nombre d'entre eux sont encore plus dérangés par l'idée de pouvoir manipuler les autres. Jurant que jamais ils ne s'y abaisseraient, ils recourent pourtant la minute qui suit à la forme la plus courante de manipulation, l'amabilité, en nous demandant de leur prêter vingt francs sur un ton censé nous mettre en confiance. Ce ton est là pour nous faire com-

prendre que nous reverrons sans doute prochainement nos vingt francs. Ils auraient tout aussi bien pu nous ordonner sans fioriture: «Allez, vingt francs, et vite!» Leur amabilité, dans ce cas, n'est rien d'autre que de la manipulation.

Le terme «manipulation» vient du latin *manipulus*, qui signifie poignée, tour de main ou encore maniement. Dans le langage courant, il est synonyme d'influence exercée sur une personne à son insu: une personne est poussée à faire quelque chose qu'elle n'aurait pas fait – ou à ne pas faire quelque chose qu'elle aurait fait. Utilisé dans son acception psychologique, le terme manipulation a évidemment une connotation négative, ce qui explique pourquoi on cherche en général à s'en distancier. Cela ne change cependant rien à la réalité: aucune vie en société ne serait imaginable sans manipulation. Nous utilisons sans cesse des tours de main pour engager nos semblables sur la voie qui nous convient. Cette attitude n'est cependant pas nécessairement mauvaise. Dans les relations en société, renoncer à l'amabilité par exemple serait non seulement extrêmement difficile, mais aussi très désagréable. Une définition dénuée de jugement de valeur serait:

La manipulation est le fait d'exercer une influence sur une autre personne, de quelque manière que ce soit, dans le but d'atteindre plus rapidement ou plus efficacement un objectif. Utilisées à bon escient, les techniques de manipulation profitent aux deux parties en présence, ou ne visent du moins jamais à nuire à l'une d'elles.

Cette définition ne contient aucun élément négatif (à moins que l'on considère le fait d'influencer une autre personne comme un acte intrinsèquement mauvais).

Nous manipulons tous

Tant que la manipulation sert à atteindre un objectif sans duper son interlocuteur, on peut aussi parler de motivation. Un vendeur par exemple, pour être performant, doit absolument *motiver* ses clients potentiels à acheter un produit. Pour autant que l'affaire qu'il propose soit correcte et qu'il soit convaincu de la qualité de son offre, il va recourir à toutes ses connaissances, à toute son habileté rhétorique et à toutes ses compétences pour pousser son client à signer un contrat ou à acquérir un produit. Il n'a aucune raison d'avoir mauvaise conscience, car il croit lui-même aux avantages qu'en tirera son client. Si, par contre, il convainc quelqu'un d'acheter un produit dont l'utilité est douteuse, ou carrément inexistante, il lui faudrait recourir à une forme négative de manipulation, c'est-à-dire omettre des informations essentielles ou même mentir.

Les méthodes présentées dans ce business dossier peuvent toutes servir à manipuler nos semblables. A chacun de nous de savoir de quelle manière il va les utiliser. Ce serait faire preuve d'étroitesse d'esprit et de bien peu de professionnalisme que d'écarter par principe des méthodes de communication en raison seulement du potentiel de manipulation négative qu'elles recèlent. Ne faudrait-il pas alors renoncer également à rouler en voiture pour éviter de provoquer des accidents mortels ou interdire les couteaux à pain sous prétexte qu'on peut aussi s'en servir contre des personnes? Comme toujours dans la vie, ce qui est déterminant c'est de faire un usage conscient et responsable des outils à notre disposition.

Les formes de manipulation

Le monde correspond à l'idée que nous nous faisons de lui

«Nous croyons ce que nous voulons croire et voyons ce que nous voulons voir.» Cette phrase contient une bonne dose de vérité. Si vous annoncez à quelqu'un ce qu'il va voir dans les minutes qui suivent, sa perception sera influencée par ce que vous lui avez déjà dévoilé. En avertissant une personne que quelqu'un va la surprendre au coin de la rue, par exemple, vous la préparez à ce qu'elle va percevoir, et l'événement en question n'aura évidemment plus du tout le même effet sur elle.

Exercice: fixer l'attention



Voici un exercice faisable avec un nombre de personnes très variable, et dans n'importe quel lieu. Il met en évidence la possibilité de diriger l'attention de ses semblables sur certains éléments, et de la détourner d'autres.

1. Demandez aux participants d'observer durant 30 secondes la pièce dans laquelle vous vous trouvez et de prendre mentalement note de tous les objets *bleus*. Peu importe de quels objets il s'agit: moquette, rideaux, revêtement de chaises, vêtements, etc.
2. Une fois les 30 secondes écoulées, demandez-leur de fermer les yeux.
3. Faites-les ensuite faire la liste de tous les objets *verts* qu'ils ont aperçus dans la pièce lors de leur temps d'observation. Vous constaterez que personne ou presque n'y parviendra.

Vous pouvez évidemment varier les couleurs selon votre bon plaisir. Il est conseillé, pour la première partie de l'exercice, de choisir une couleur plus souvent présente que la suivante.

Le principe illustré dans cet exercice montre à quel point notre perception est sélective. Nous avons tous fait l'expérience de cette sélectivité lors de l'achat d'une nouvelle voiture: à peine nous sommes-nous décidés pour un modèle que nous l'apercevons à tous les coins de rue. Ces véhicules étaient certainement tout aussi nombreux la veille, mais nous ne les remarquons pas. Que nous le voulions ou non, notre attention est maintenant attirée par ce modèle de voiture, qui a gagné en importance à nos yeux.