

LEIL LOWNDES

COMMENT
PARLER
À
TOUT LE MONDE



Titre de l'édition américaine : *How To Talk To Anyone*
Copyright © 2003 by Leil Lowndes
Traduit de l'anglais (États-Unis) par Marc Rozenbaum

Maquette : Facompo
Design de couverture : Bernard Amiard
Photographie : Elaborah - Fotolia

© 2015 Leduc.s Éditions

Distribution Nouveaux Horizons – ARS, Paris, 2020, pour
l'Afrique francophone et Haïti.

Votre avis nous intéresse ! Contactez-nous à arsnh@state.gov.

Nouveaux Horizons est la branche édition d'Africa Regional Services (ARS), qui fait partie du Bureau des affaires africaines du département d'État américain. Les éditions Nouveaux Horizons traduisent et publient en français des livres d'auteurs américains et les commercialisent en Afrique subsaharienne, au Maghreb et en Haïti. Pour connaître nos points de vente ou pour toute autre information, consultez notre site :

<https://fr.usembassy.gov/fr/ars-paris-fr/livres/nh>.

ISBN : 978-2-35745-522-1
ISBN : 978-2-35745-556-6 (EPUB)

Sommaire

Introduction	7
PARTIE I. Comment piquer la curiosité sans dire un mot en seulement dix secondes	17
PARTIE II. Comment choisir ce qui vient juste après « bonjour »	77
PARTIE III. Comment être un as de la conversation... 141	
PARTIE IV. Comment être de la partie, quels que soient vos interlocuteurs.....	207
PARTIE V. Comment avoir l'air d'être dans son élément : « Tiens, on est pareil ! »	247
PARTIE VI. Comment différencier pouvoir de la louange et folie de la flatterie.....	289
PARTIE VII. Comment gagner la sympathie de votre interlocuteur	327

**PARTIE VIII. Comment tirer le meilleur
d'une invitation377**

**PARTIE IX. Comment briser le plafond de verre :
Les petits trucs des as de la communication417**

Votre destinée477

Table des matières483

Introduction

*Comment obtenir ce que vous voulez
de qui vous voulez (ou du moins, tenter
le coup de la façon la plus payante !)*

N'avez-vous jamais été en admiration devant ces hommes à qui tout semble réussir ? Vous les voyez discuter, sûrs d'eux-mêmes et de leur succès, dans les réunions d'affaires ou dans les soirées mondaines. Ils ont les meilleurs postes, les plus jolies femmes, les amis les plus distingués, les plus gros comptes en banque, ils habitent les quartiers les plus chics ou les plus « branchés ».

Pas si vite, Brigitte ! Bien souvent, vous n'êtes pas plus bête qu'eux. Vous avez fait autant d'études qu'eux. Même du point de vue de l'élégance physique et vestimentaire, vous les valez largement ! Mais alors, de quoi s'agit-il donc ? Sont-ils doués de naissance ? Ont-ils su épouser la bonne personne ? Ont-ils tout

simplement eu de la chance ? Non : ils savent surtout mieux que vous comment s'y prendre avec les autres.

Dites-vous bien que personne n'arrive tout seul au sommet. Ceux qui vous donnent l'impression que tout leur réussit ont su conquérir les cœurs et les esprits de centaines d'autres personnes qui les ont aidés à gravir l'un après l'autre les échelons du succès, que ce soit dans le domaine professionnel ou dans le domaine social et quel que soit le chemin qu'ils aient choisi.

Souvent, ceux qui traînent leurs basques au pied de l'échelle contemplent les stars en maugréant et en les traitant de snobs. Lorsqu'ils se voient refuser l'amitié ou l'amour de ceux qui « jouent dans la cour des grands », ou lorsqu'ils n'obtiennent pas auprès d'eux le poste convoité, ils ont tendance à imaginer des réseaux ou des coteries dont l'accès leur serait barré d'avance. Certains croient s'être heurtés à un « plafond de verre ».

Tous ces apprentis comploteurs geignards ne se rendent jamais compte qu'ils ne devraient s'en prendre qu'à eux-mêmes, au lieu d'attribuer leurs échecs à une cause extérieure ou à un concours de circonstances. Ils n'admettront jamais qu'ils ont raté le poste, le lien d'amitié ou le contrat espéré à cause de leurs propres insuffisances en matière de communication. Ils préfèrent s'imaginer que ceux qui réussissent possèdent un sac à malices ou qu'ils ont, comme Midas, le don de changer en or tout ce qu'ils touchent.

Si les gagnants possèdent un sac à malices, que peut contenir ce sac ? Beaucoup de choses : une substance qui rend plus solides les liens d'amitié, un génie qui leur permet de séduire et une boîte magique qui rend les gens amoureux d'eux. Ils possèdent aussi une qualité grâce à laquelle les patrons les engagent et leur offrent ensuite des promotions, quelque chose qui fait revenir leurs clients et un atout grâce auquel c'est à eux qu'on achète plutôt qu'à la concurrence. En réalité, chacun de nous possède quelques-uns de ces atouts dans son sac. Certains en possèdent davantage que d'autres, et ceux qui en possèdent le plus sont ceux à qui la vie réussit le mieux. Dans ce livre, je vous donne quatre-vingt-douze de ces petits trucs dont ils se servent tous les jours, pour que vous puissiez vous aussi jouer ce jeu à la perfection et obtenir de l'existence tout ce que vous voudrez.

Comment les « petits trucs » ont été découverts

Il y a des années, alors que j'étais encore étudiante, mon professeur d'art dramatique, exaspéré par ma médiocrité, s'était exclamé : « Non ! Non ! Ton corps dit le contraire de ce que tu dis ! Le moindre mouvement, chaque position de ton corps révèle tes pensées intimes. Ton visage peut prendre sept mille expressions différentes, et chacune montre exactement qui

tu es et à quoi tu penses à chaque moment. » Il avait ajouté quelque chose que je n'oublierai jamais : « Et ton corps ! La façon dont tu bouges, c'est ton autobiographie en mouvement. »

Combien il avait raison ! Sur la scène du monde réel, chacun de vos mouvements physiques révèle à tout le monde, de façon subliminale et condensée, votre propre histoire. Les chiens entendent des sons que notre oreille ne peut pas détecter. Les chauves-souris voient les formes dans le noir complet, ce dont nous sommes totalement incapables. De même, les gens font des mouvements qui échappent à la conscience humaine mais dont la force d'attraction ou de répulsion est incroyable. Chaque sourire, chaque froncement de sourcil, chaque son que vous émettez, chaque mot arbitrairement choisi qui franchit vos lèvres a le pouvoir d'attirer les autres à vous ou de les faire fuir.

Vous, les hommes, est-ce que vous n'avez pas senti un jour ou l'autre qu'il fallait foncer ? Et vous, les femmes, est-ce que votre intuition féminine ne vous a jamais poussées à accepter une proposition, ou au contraire à la refuser ? Au niveau conscient, nous ne savons pas toujours identifier le pressentiment. Cependant, comme ce qu'entendent les chiens et ce que voient les chauves-souris, les éléments sur lesquels se fondent les sentiments subliminaux sont tout ce qu'il y a de plus réel.

Imaginons deux personnes placées dans une boîte bourrée de circuits électroniques permettant d'enregistrer tous les signaux circulant entre l'une et l'autre. Nous parlons de pas moins de dix mille unités élémentaires d'information par seconde. « Pour classer les résultats d'une heure d'interactions entre ces deux sujets, il faudrait probablement y consacrer pendant une vie entière les efforts d'environ la moitié de la population adulte des États-Unis », estime un spécialiste en communications de l'Université de Pennsylvanie¹.

Étant donné ces milliards d'actions et de réactions très subtiles qui s'échangent entre deux êtres humains, peut-on trouver des techniques concrètes permettant de rendre toutes nos communications claires, fiables, crédibles et charismatiques ?

Déterminée à trouver la réponse, j'ai lu pratiquement tous les livres déjà publiés sur l'art de la communication, le charisme et l'alchimie entre les êtres. Je me suis plongée dans des centaines de rapports d'études menées dans le monde entier sur les qualités de ceux qui dirigent et de ceux qui savent convaincre. Dans leur quête de ce Graal, les chercheurs en sciences sociales ont tout remué de fond en comble. Ainsi, par exemple, des chercheurs chinois, dans leur optimisme, ont cru trouver les déterminants du charisme dans le régime alimentaire et sont allés

1. Ekman, Paul, *Telling Lies: Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage*, W. W. Norton Co. Inc., New York, 1985.

jusqu'à comparer le type relationnel de la personne au niveau des catécholamines dans ses urines¹. Ai-je besoin d'ajouter que leur thèse a fait long feu ?

La plupart de ces études n'ont fait que confirmer les thèses d'un grand classique publié par Dale Carnegie en 1936, *Comment se faire des amis*². Dans cette petite bible de la sagesse, on lit que les clés du succès sont le sourire, l'intérêt que l'on manifeste pour les autres et la bonne image qu'on leur renvoie d'eux-mêmes. « Rien d'étonnant », ai-je envie de dire. Tout cela reste aussi vrai aujourd'hui qu'il y a plus de soixante ans.

Par conséquent, si Dale Carnegie et des centaines d'autres auteurs nous donnent toujours les mêmes conseils, à quoi bon un autre livre encore pour nous expliquer comment nous faire des amis et comment influencer les autres ? Deux excellentes raisons à cela.

Supposons qu'un sage vous explique qu'en Chine, il faut parler le chinois, mais sans vous donner aucun cours de langue ? Dale Carnegie et un certain nombre de spécialistes de la communication sont comme ce sage : ils nous disent ce qu'il faut faire, mais ils ne nous montrent pas comment. En ce monde compliqué qui est le nôtre, il ne suffit pas de dire aux gens « souriez » ou « faites des compliments sincères ». Le monde cynique des entreprises a évolué, et les gens

1. Cheng, Sha et al, "Effects of Personality Type on Stress Response", *Acta-Psychologica-Sinica* 22(2), Simon & Schuster, New York, 1990, pp. 197-204.

2. Carnegie, Dale, *Comment se faire des amis*, Hachette, 1979, Livre de poche, 1990.

savent désormais percevoir dans votre sourire et dans vos compliments davantage de petits détails. Les personnalités accomplies ou attractives sont entourées de flagorneurs souriants qui font semblant d'être passionnés et qui rivalisent d'obséquiosités. Les prospects sont fatigués des commerciaux qui leur disent « ce costume vous va à merveille » pendant que leurs doigts effleurent les touches de leur caisse enregistreuse. Les femmes ont pris l'habitude de se défier des prétendants qui leur serinent « tu es belle » à trois mètres de la porte de la chambre à coucher.

Le monde a beaucoup changé depuis 1936, et nous avons besoin d'une nouvelle formule pour réussir. Afin de la trouver, j'ai observé les stars d'aujourd'hui. J'ai étudié les techniques utilisées par les meilleurs commerciaux pour conclure leurs ventes, celles utilisées par les orateurs pour convaincre leur auditoire, par les gens d'Église pour convertir, par les acteurs pour captiver l'attention, par les « sex-symbols » pour séduire, et par les athlètes pour gagner.

Les qualités insaisissables qui sont la clé du succès, j'en ai découvert les composants les plus concrets. Je les ai alors malaxés et réorganisés pour en faire des techniques faciles à assimiler et prêtes à l'emploi. J'ai donné à chacune de ces techniques un nom qui vous reviendra rapidement à l'esprit lorsque vous serez confronté à un problème de communication. Tout en mettant ces techniques au point, j'ai commencé à les faire connaître à différents publics. Ceux qui ont

participé à mes séminaires de communication m'ont fait profiter de leurs idées. Mes clients, parmi lesquels plusieurs des PDG des cinq cents plus grandes sociétés du monde¹, m'ont fait part avec enthousiasme de leurs propres observations.

Quand je me suis trouvée en présence des dirigeants qui avaient le mieux réussi ou qui étaient les plus admirés, j'ai analysé leur langage corporel et leurs expressions faciales. J'ai écouté attentivement leurs conversations informelles, leur débit et la façon dont ils choisissaient les mots. J'ai observé la façon dont ils se comportaient avec leur famille, leurs amis, leurs associés et leurs adversaires. À chaque fois que je décelais un petit quelque chose de magique dans leur manière de communiquer, je leur demandais de l'identifier avec précision et de l'exposer à la lumière de la conscience. Nous l'analysions ensemble, et j'en tirais ensuite un « petit truc » facile à appliquer, dont tout le monde allait désormais pouvoir profiter.

Dans ce livre, j'ai inclus mes découvertes ainsi que les astuces dont se servent couramment ces brillantes personnalités. Certaines sont subtiles, d'autres sont surprenantes, mais toutes sont à votre portée. Quand vous les maîtriserez, tout votre entourage, vos nouvelles connaissances aussi bien que vos proches, vos amis et vos collègues de travail vous ouvriront joyeusement leur cœur, leur maison, leur entreprise

1. La liste des 500 plus grandes sociétés en termes de chiffre d'affaires est publiée chaque année par le magazine *Fortune*.

INTRODUCTION

et même leur portefeuille pour vous donner tout ce qu'ils auront la possibilité de vous donner.

En prime, à mesure que vous progresserez dans la vie en tirant parti de votre nouveau savoir-faire en matière de communication, vous apercevrez, en vous retournant sur votre chemin, d'heureux donateurs qui vous souriront.

PARTIE I

COMMENT PIQUER LA CURIOSITÉ SANS DIRE UN MOT EN SEULEMENT DIX SECONDES

*Vous avez dix secondes pour montrer
que vous êtes quelqu'un*

Le moment exact pendant lequel deux personnes croisent leurs regards est extrêmement décisif. La première vision qu'une personne a de vous est comme un hologramme qui s'imprime dans ses yeux et qui va peut-être rester gravé à vie dans sa mémoire.

Les artistes parviennent parfois à saisir cette réaction émotionnelle fugace. Mon ami Robert (Bob) Grossman, caricaturiste accompli, publie régulièrement des dessins dans de nombreux magazines américains réputés. Bob a un talent unique non seulement pour représenter l'apparence physique

de ses sujets, mais aussi pour saisir ce qui constitue le plus profond de leur personnalité. Les corps et les âmes de plusieurs centaines de personnages phares illuminent sa planche à dessiner. Il suffit de jeter un coup d'œil à ses caricatures de célébrités pour voir apparaître la véritable personnalité de chacune d'entre elles.

Parfois, lors d'une réception, Bob dessine rapidement les traits d'un convive sur une serviette en papier. Par-dessus son épaule, les autres invités observent la matérialisation de l'image et de la personnalité de leur ami. Quand Bob a terminé, il repose son stylo et tend la serviette à la personne. Souvent, celle-ci est surprise. En général, elle marmonne un remerciement poli du genre : « Merci, c'est épatant... mais ce n'est pas vraiment moi. »

Les « Oh, si, c'est tout à fait toi ! » vont crescendo, et la victime confuse est bien obligée d'admettre que c'est sous ces traits qu'elle apparaît au reste du monde.

Un jour, rendant visite à Bob dans son atelier, je lui avais demandé comment il s'y prenait pour représenter aussi bien la personnalité des gens. Il m'avait répondu : « C'est simple, je les regarde. »

« Non, lui avais-je demandé, mais comment fais-tu pour saisir leur personnalité ? Est-ce que tu n'es pas obligé de rechercher un grand nombre d'informations sur leur façon de vivre, sur leur histoire ? »

« Non, je te l'ai dit, je les regarde, c'est tout. »

« Comment cela ? »

Il m'avait alors expliqué : « Pratiquement toutes les facettes de la personnalité de quelqu'un sont évidentes si l'on prête attention à son apparence, à sa posture, à la façon dont il bouge. Par exemple... » Tout en parlant, il m'avait montré un fichier dans lequel il rangeait ses caricatures des hommes politiques.

« Tu vois, m'avait-il dit en promenant son doigt sur ses dessins des présidents, là, c'est le côté gamin de Clinton » (son demi-sourire), « la maladresse de George Bush père » (l'angle de son épaule), « le charme de Reagan » (ses yeux rieurs), « le côté sournois de Nixon » (l'inclinaison furtive de sa tête). En épluchant son fichier, il m'avait sorti le portrait de Franklin D. Roosevelt, et, me montrant le nez levé de celui-ci, « là, c'est la fierté de FDR ». Tout est exprimé par le visage et par le corps.

La première impression est indélébile. Pourquoi donc ? Parce que dans notre monde frénétique surchargé d'informations, avec tous ces stimuli dont ils sont bombardés à chaque seconde, les gens ont le tournis. Pour pouvoir donner un sens au monde et pour savoir où ils en sont, ils doivent tout juger rapidement. Par conséquent, les gens qui vous rencontrent pour la première fois prennent de vous un instantané mental, et cette image de vous-même devient l'information dont ils se serviront pendant très longtemps.

Votre corps s'exprime avant même que vos lèvres ne remuent

Cette information est-elle la bonne ? Oui, aussi surprenant que cela puisse paraître. Avant même que vos lèvres ne s'ouvrent pour laisser échapper la première syllabe, l'essentiel de CE QUE VOUS ÊTES a déjà trouvé son chemin jusqu'à leur cerveau. Votre aspect extérieur et la façon dont vous bougez représentent plus de 80 % de la première impression que l'on a de vous. Pas un mot n'est nécessaire pour cela.

Il m'est arrivé d'habiter et de travailler dans des pays dont je ne parlais pas la langue. Pourtant, sans qu'une seule syllabe intelligible soit échangée, ma première impression a toujours été la bonne, comme le temps l'a prouvé par la suite. Chaque fois que j'ai rencontré de nouveaux collègues, j'ai su instantanément ce qu'ils éprouvaient à mon égard, s'ils se sentaient en confiance, et quel était à peu près leur poids dans la société. Rien qu'en observant leurs mouvements, je pouvais deviner qui étaient les grosses huiles et qui étaient les subalternes.

Je n'ai aucune faculté extrasensorielle. Vous pourriez en faire autant. Comment ? Avant d'avoir eu le temps de formuler dans votre tête une pensée rationnelle, votre sixième sens vous renseigne sur la personne que vous avez en face de vous. Des études ont montré que des réactions émotionnelles se produisaient avant même que le cerveau ait eu le

temps d'enregistrer la cause de ces réactions¹. Par conséquent, dès l'instant où quelqu'un vous regarde, il éprouve une sorte de choc massif dont l'impact va constituer le fondement de toute la relation qu'il aura avec vous. Bob m'a expliqué que c'était ce premier choc qu'il saisissait quand il dessinait ses caricatures.

Dans le cadre de mes préparatifs pour écrire ce livre, j'avais demandé à Bob : « Si tu voulais faire le portrait de quelqu'un de vraiment bien, tu vois, intelligent, la tête sur les épaules, charismatique, avec des convictions, passionnant, attentionné, qui s'intéresse aux autres... »

Il m'avait interrompu : « Facile. » Il savait très bien où je voulais en venir. « Une belle posture, un port altier, un sourire confiant et un regard direct, c'est tout. » L'image idéale, celle d'une personne qui est vraiment « quelqu'un ».

Comment avoir l'air d'être vraiment « quelqu'un »

J'ai une amie, Karine, qui est décoratrice et qui est très estimée dans sa profession. Son mari est lui aussi une éminence, dans le domaine des télécommunications. Ils ont deux jeunes fils.

1. Goleman, Daniel, "Brain's Design Emerges as a Key to Emotions", citant Joseph LeDoux, psychologue au Center for Neural Science à l'Université de New York. *New York Times*, 15 août 1989.

Dans toutes les rencontres professionnelles auxquelles elle participe, Karine inspire le respect. Dans le milieu de la décoration, elle est quelqu'un de très important. Pendant les congrès, ses collègues se bousculent pour se retrouver en sa compagnie, simplement pour qu'on les voie discuter avec elle et parce qu'ils espèrent ainsi figurer à ses côtés sur les photos des périodiques qui font autorité dans le secteur.

Pourtant, lorsqu'elle accompagne son mari dans ses congrès à lui, Karine a l'impression de n'être qu'une parfaite inconnue. Quand elle accompagne ses enfants à l'école, elle n'est qu'une mère parmi tant d'autres. Un jour, elle m'a demandé : « Comment pourrais-je me démarquer de la foule, pour que ceux qui ne me connaissent pas viennent à ma rencontre et se disent au moins que je ne suis peut-être pas une personne inintéressante ? » C'est précisément l'objet des techniques présentées dans cette partie. Quand vous utiliserez les neuf techniques qui suivent, tous ceux que vous rencontrerez verront en vous une personnalité hors du commun. Quelle que soit la foule au milieu de laquelle vous vous retrouverez immergé, même en terre étrangère, on vous distinguera.

Commençons par votre sourire.

1

Transformer son sourire

Comment sourire

Dans son livre *Comment se faire des amis*, Dale Carnegie avait énoncé six règles pour gagner la sympathie des gens. La règle n° 2 était *Ayez le sourire !* Depuis, il n'est pratiquement aucun gourou de la communication qui n'ait repris à son compte cette prescription. Néanmoins, en ce changement de millénaire, il est grand temps de réexaminer le rôle du sourire dans les relations humaines à haut niveau. Si l'on creuse un peu, on se rend compte qu'un sourire instantané façon années trente n'est pas toujours efficace. Surtout de nos jours.

Dans le monde raffiné d'aujourd'hui, le sourire instantané et ringard ne fait plus recette. Sur les visages des grands chefs d'État, des grands négociateurs et des PDG des multinationales, vous ne verrez

jamais aucun sourire servile. Dans tous les milieux, les personnalités éminentes travaillent leur sourire de façon à lui donner davantage de force et à le rendre communicatif.

Les chercheurs distinguent plusieurs dizaines de types de sourires différents, depuis le rictus figé du menteur pris au piège jusqu'au sourire tendre du petit enfant qu'on chatouille. Certains sourires sont chauds, d'autres sont froids. Il y a les sourires vrais et les sourires contrefaits (comme ceux de vos amis à qui vous rendez une visite impromptue ou ceux des hommes politiques en pleine tournée électorale). Les gagnants savent que leur sourire est une de leurs meilleures armes, ils l'ont donc soigneusement calibré pour un impact maximum.

Comment calibrer votre sourire

Pas plus tard que l'année dernière, Susie, une amie d'études, a pris la tête de son entreprise familiale, une société qui fournit des cartons d'emballage aux entreprises du secteur industriel. Un jour, elle m'a téléphoné pour m'inviter à dîner en compagnie de quelques nouveaux clients qu'elle venait prospecter à New York. J'imaginai déjà son sourire si spontané, et j'entendais déjà son rire contagieux. Susie était une incurable rieuse, mais c'était ce qui faisait son charme.

Quand, à la mort de son père, elle m'a annoncé qu'elle prenait la direction de l'entreprise, je me suis dit que sa personnalité enjouée ne collait pas vraiment avec un profil de dirigeante. Mais après tout, l'industrie des cartons d'emballage, qu'est-ce que j'y connaissais ?

Nous nous sommes retrouvées à l'entrée d'un restaurant. Elle était accompagnée de trois prospects. Au moment où l'hôtesse nous a emmenées à notre table, Susie m'a chuchoté à l'oreille : « Ce soir, appelle-moi Mélissa. »

« Bien sûr, lui ai-je glissé d'un air amusé. Un PDG ne s'appelle pas Susie ! » Je n'ai pas tardé à m'apercevoir que Mélissa ressemblait très peu à l'étudiante riieuse dont je gardais le souvenir. Elle n'avait rien perdu de son charme et elle était toujours aussi souriante, mais quelque chose en elle avait changé, que je ne parvenais pas bien à cerner.

Malgré l'exubérance qu'elle avait gardée, j'avais la nette impression que tout ce qu'elle pouvait dire était maintenant plus profond et plus sincère. À ses nouveaux interlocuteurs, elle répondait avec une chaleur non feinte, et je me rendais bien compte que de leur côté, ils l'appréciaient. Ce soir-là, j'étais en effervescence, car je savais que mon amie venait d'ajouter trois importants clients à son actif.

Dans le taxi qui nous ramenait, je lui ai dit : « Susie, depuis que tu as repris la société, tu as vraiment fait du chemin. C'est toute ta personnalité qui s'est affirmée, tu es devenue une vraie femme d'affaires. »

« Hum, il n'y a qu'une chose qui ait changé chez moi », m'a-t-elle répondu.

« Quoi donc ? »

« Mon sourire. »

« Ton... quoi ? », lui demandai-je incrédule.

« Mon sourire », répéta-t-elle comme si elle pensait que je n'avais pas bien entendu. Elle a semblé regarder au loin. « Vois-tu, quand mon père est tombé malade et s'est dit qu'il faudrait que je reprenne bientôt son entreprise, il m'a fait asseoir et nous avons eu une conversation qui a changé ma vie. Je n'oublierai jamais ses paroles. Il m'a dit : « Susie, ma chérie, tu te rappelles cette chanson, "I Love Ya, Honey, But Yer Feet's Too Big" ? Eh bien, si tu veux réussir dans la filière des emballages, ce serait plutôt "I love ya, Honey, but your smile's too quick" ».

Il m'a montré une coupure de journal jaunie qu'il avait mise de côté à mon attention : le résultat d'une étude révélant que dans les affaires, les femmes qui tardaient davantage à sourire paraissaient plus crédibles. »

À mesure que Susie me parlait, des portraits de femmes célèbres commençaient à défiler dans ma mémoire : Margaret Thatcher, Indira Gandhi, Golda Meïr, Madeleine Albright et d'autres encore de la même trempe. Aucune d'entre elles n'était connue pour avoir été particulièrement prompte à sourire. Susie continua : « L'étude disait aussi qu'un grand sourire chaleureux est un atout, mais seulement s'il

se dessine un peu moins vite, parce que ça te donne plus de crédibilité. » C'était bien cela ! Depuis, elle appliquait cette règle avec ses clients et ses collègues. Elle s'était simplement entraînée à écarter les lèvres plus lentement, à retarder son sourire d'une fraction de seconde, et cela suffisait à donner à sa personnalité quelque chose de plus épanoui et de plus profond. Pour son interlocuteur, son beau sourire resplendissant paraissait plus sincère et plus « personnalisé ».

C'est ce qui m'a décidée à entreprendre davantage de recherches sur le sourire. Quand vous devez vous acheter des chaussures, vous commencez à observer les pieds des gens qui vous entourent. Quand vous décidez de changer de coiffure, vous vous intéressez à la coupe de cheveux des autres. Eh bien, moi, durant quelques mois, je me suis mise à observer attentivement les sourires : les sourires des passants, ceux des stars du petit écran, des hommes politiques, des dirigeants des grandes entreprises et des chefs d'État. Et qu'ai-je découvert ? Au milieu de cet océan de dents éclatantes et de lèvres écartées, j'ai découvert que les individus perçus comme les plus crédibles et les plus intègres étaient simplement ceux qui mettaient toujours un peu plus de temps à sourire. Ensuite, quand ils souriaient, on avait l'impression que leur sourire s'étendait sur leur visage tout entier et qu'il l'irradiait. C'est la raison pour laquelle j'ai appelé cette technique *Le sourire irradiant*.

Le sourire irradiant

Quand vous rencontrez quelqu'un, ne souriez pas dès le premier instant. Fixez d'abord votre interlocuteur pendant une seconde. Marquez une pause. Imprégnez-vous de la personne. Puis, faites-lui un grand sourire aimable et généreux, qui devra resplendir sur tout votre visage et à travers vos yeux et envelopper comme une vague chaude son destinataire. Ce très léger retard suffira à convaincre la personne que votre sourire est sincère et qu'il lui est exclusivement destiné.

Intéressons-nous maintenant à vos meilleurs outils de communication : vos yeux.

**Nous espérons que cet extrait
vous a plu !**

Pour acheter ce livre, choisissez sur la liste
de nos libraires le plus proche de chez vous.
Chez certains libraires, vous pouvez commander
en ligne et vous faire livrer à domicile.



Les livres Nouveaux Horizons coûtent
trois fois moins cher

Merci de votre confiance, à bientôt !

