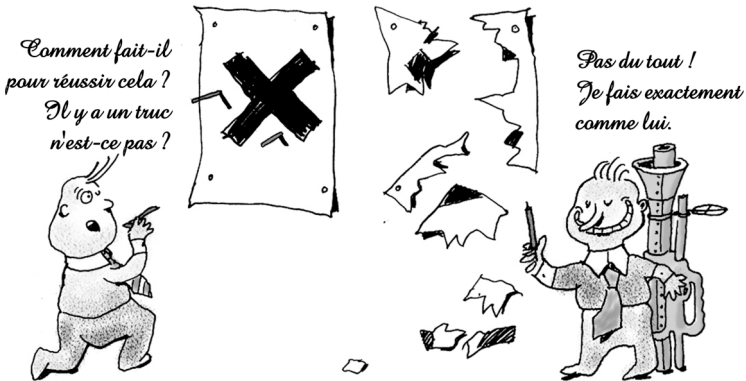


# INTRODUCTION



Le livre que vous tenez entre les mains se focalise sur un aspect peu abordé de la communication, mais d'une importance capitale: se faire comprendre et laisser au lecteur une impression professionnelle et positive.

Il a pour but d'apporter des outils concrets et une philosophie de la communication professionnelle. Ils vous permettront de créer de la valeur par la seule force de vos mots et de passer devant vos concurrents. Cela est vrai aussi bien au niveau d'une entreprise qu'au niveau individuel de chacun, dans son travail. Cet ouvrage transversal s'adresse à tous: cadres, commerciaux, chefs d'entreprise, ingénieurs, étudiants, etc. Chacun y trouvera des outils et les bases de réflexion nécessaires pour créer de la valeur, adaptée et adaptable à chaque problématique.

Comment vaincre, réussir ou convaincre en utilisant des mots et pourquoi? Vaincre, c'est atteindre ses objectifs. Mais il est utile,

---

pour cela, de convaincre vos interlocuteurs. Il ne s'agit pas de gagner une « bataille » ponctuelle, en écrasant un interlocuteur durant une réunion, mais d'amener l'autre à adopter votre opinion ou votre point de vue, ou du moins à le comprendre.

Des propositions, des projets, des demandes, sont souvent rejetés non parce que fondamentalement de mauvaise qualité ou inintéressants, mais parce que le lecteur n'a pas compris ou n'a pas pris suffisamment de temps pour comprendre de quoi il s'agissait.

Retenez qu'une bonne communication écrite (et orale) est la clé pour une progression professionnelle réussie. Si vous ne faites pas partie des génies de la communication, cet ouvrage vous donnera les outils qui vous permettront de faire mieux que vos concurrents (vos collègues, des sociétés concurrentes, les étudiants de votre promotion, etc.)