LISTE BIBLIOGRAPHIQUE

La maîtrise de son argumentation orale pour convaincre

03/2019

Centre national de la fonction publique territoriale

098688 IF 13 A
Argumenter pour convaincre : Techniques pour déjouer les pièges et influencer avec succès / SIMONET Jean, SIMONET Renée
Eyrolles, 2018, 272 p.
Se préparer, s'outiller et passer à l'action
En entretien, en réunion, avec son conjoint, auprès de ses enfants, entre amis... Au quotidien, on argumente sans cesse pour convaincre mais aussi pour s'affirmer et prendre sa place. Mais, en général, on argumente mal. Or la rhétorique, développée dès l'Antiquité, est toujours d'actualité, et savoir argumenter est une compétence de plus en plus requise. C'est pourquoi cet ouvrage pratique vous accompagne pas à pas dans votre démarche argumentative, en vous aidant à analyser les différentes situations d'argumentation, en développant toutes les techniques et en les illustrant par des applications concrètes.

098692 MAN 4 A
L'art du pitch : Trouvez l'accroche, soyez convaincants et réussissez vos deals / KLAFF Oren
Eyrolles, 2018, 272 p.
Le best-seller international sur le pitch
Pitchez tout ce que vous voulez !
Nous faisons tous des pitchs, tous les jours, que ce soit pour vendre une idée à un client, trouver des financements, motiver une équipe sur un projet ou même négocier une augmentation de salaire. Oren Klaff dévoile ici la méthode qui lui a permis de lever plus de 400 millions de dollars auprès d'investisseurs. S'appuyant sur les dernières avancées des neurosciences, il explique comment le cerveau prend les décisions, réagit à un pitch... et comment il est possible de sortir du lot.
•Éveiller l'attention de votre interlocuteur : proposer quelque chose de nouveau, excitant et positif
•La technique des cadres pour prendre le contrôle de l'échange
•Les 6 étapes d'un bon pitch
•La méthode du push/pull, ou comment donner le sentiment à votre interlocuteur qu'il risque de rater une opportunité
•Tous les outils pour éviter de s'enfermer dans une position de demandeur

097964 IF 13 A
L'argumentation dans la communication / BRETON Philippe
Découverte (La), 2016
La société démocratique recourt systématiquement au débat, à la discussion, à l'argumentation. Les techniques qui permettent de convaincre l'autre sans violence sont pourtant peu connues ou enseignées. L'auteur pose à ce sujet plusieurs questions fondamentales. Quels arguments utilisons-nous couramment ? En quoi argumenter se distingue-t-il de séduire, de plaire ou de manipuler autrui ? Ce travail est illustré par de nombreux exemples, pris dans des situations quotidiennes, dans la discussion politique ou le débat de société.
L'ouvrage propose également des critères simples pour distinguer entre la manipulation des consciences et l'argumentation, qui laisse l'auditoire libre. Cette démarche inscrit résolument l'argumentation, issue de la rhétorique classique et de la tradition démocratique, dans le champ de la communication moderne.

097511 IF 13 D
Des prises de parole captivantes : L'art d'emporter l'adhésion / BELLENGER Lionel / ESF, 2015
Prendre la parole en étant concis et clair est la clé d'un discours efficace, qu'il s'agisse d'expliquer une décision, d'emporter l'adhésion de son public, de présenter un projet. D'où l'idée de se former, de se préparer et de s'entraîner pour progresser. L'auteur apporte des réponses illustrées aux questions que chacun se pose quand il s'agit de préparer sa prise de parole en public : comment concevoir et structurer son exposé ; comment s'adapter à l'auditoire ; comment choisir les mots, le langage et le ton de son discours ; comment rendre sa parole vivante et pertinente.
Avec cet ouvrage, vous revisitez les meilleurs enseignements de la rhétorique et découvrez les ressorts du storytelling, comme les recettes des pitchs les plus réussis. Pour être entendue, votre parole doit être sincère et authentique : elle n'a de sens que lorsqu'elle est en rapport avec vos décisions et vos actes, c'est-à-dire que vos prises de parole doivent être aux antipodes de la langue de bois.

096794 MAN 224 C
Convaincre sans manipuler : apprendre à argumenter / BRETON Philippe / Découverte (La), 2015
L'homme ou la femme moderne a tout aussi besoin que le citoyen de l'Antiquité d'apprendre à argumenter pour convaincre son interlocuteur ou son public, que ce soit dans sa vie professionnelle, dans son activité de militant associatif, ou dans le cercle de ses proches.
Comme le rappelle ici Philippe Breton, l'acte de convaincre, distinct de celui d'expliquer ou de celui d'informer, a le pouvoir de faire évoluer l'opinion de l'autre et peut contribuer à changer les choses. Ce manuel pratique s'inspire directement des techniques mises au point par la rhétorique grecque et romaine. Celle-ci avait deux préoccupations indissociables, celle de l'efficacité et celle de l'éthique.
La rhétorique se tenait donc à distance des techniques de manipulation, désormais très présentes dans notre environnement communicationnel. Comme le montre cet ouvrage simple et concret, l'efficacité peut parfaitement aller de pair avec le respect de l'autre et celui de soi-même. Et, contrairement à ce qu'elle promet, la manipulation n'est guère efficace, elle est même le plus souvent contre-productive.
Réalisé directement à partir de l'expérience des formations à l'argumentation animées par l'auteur et construit autour de plusieurs dizaines d'exemples, cet ouvrage pose les grands principes du convaincre, puis développe étape après étape le protocole de préparation de l'argumentation permettant d'atteindre ses objectifs. Le livre se termine par des conseils concernant la prise de parole, l'élocution, la mémorisation.

097512 IF 13 P
Parler en public, être écouté et convaincre : Les postures, les attitudes et les outils pour prendre la parole sereinement / HAUMONT Pascal / Géréso édition, 2015
Vous pensez que nous ne sommes pas tous égaux quand nous prenons la parole et que briller devant un public est réservé à quelques grands orateurs ? Détrompez-vous, chacun peut parvenir à parler en public avec clarté, aisance et conviction ! À l'appui d'exercices simples, d'exemples concrets et de témoignages évocateurs, l'auteur vous transmet des conseils pratiques pour vous aider à dépasser vos inhibitions, développer l'attitude et la confiance qui vous permettront enfin d'oser prendre la parole en public.
Il explique également la façon d'utiliser les supports visuels de type PowerPoint et comment aborder la prise de parole en anglais. À l'issue de chacune de vos interventions, vous pourrez alors vous dire : « J'étais préparé, ils m'ont regardé, ils m'ont écouté, et je les ai convaincus. » C'est quand vous déciderez de prendre la parole que l'on vous écoutera !

097556 IF 13 P
***Présentation design* / LE BIHAN Frédéric, CABOUAT Anne-Flore / Zen business, 2014**
Savoir parler en public et convaincre, des qualités indispensables pour réussir sa vie professionnelle Vous avez sûrement déjà assisté à des présentations ennuyeuses au possible ? Avec des PowerPoints illisibles tellement ils contenaient de texte ? Avec un présentateur mal préparé, stressé, qui se contente de lire ce qu'il a inscrit sur ses slides ? Et du coup, vous décrochez au bout de quelques minutes ?...
Et vous, êtes-vous meilleur quand vous devez vous adresser à un public ?... Que ce soit pour animer une réunion de 2-3 personnes ou beaucoup plus, c'est primordial, pour sa vie professionnelle, de réussir cet exercice. Ce livre est là pour combler nos lacunes en nous apprenant 3 choses : - Comment avoir un message clair et un scénario intéressant - Comment avoir un PowerPoint de qualité (impactant, efficace) - Comme préparer sa prise de parole pour capter l'attention de son auditoire.

097009 MAN 224 D
Débattre, argumenter, convaincre/ ELET Pascale, PLASSE Franck /Territorial éditions, 2014, 108 p.
Débattre, argumenter, convaincre : trois fonctions qui fondent l'efficacité personnelle et qui ne doivent rien au hasard. En suivant les conseils méthodologiques de ce guide, vous développerez votre habileté à déterminer et structurer vos messages, définir et évaluer vos cibles, concevoir une stratégie d'impact sur autrui, maîtriser les interactions avec vos interlocuteurs, organiser et diffuser votre propos, capter l'attention de vos auditeurs ou lecteurs, et conclure en servant vos objectifs.
Rédigés par un directeur de cabinet, par ailleurs conseiller en communication et spécialiste du storytelling, les principes et techniques de cet ouvrage sont le fruit de plus de vingt ans de pratique professionnelle opérationnelle. Sa forme est spécifique : 40 fiches spécifiquement conçues par une responsable de l'édition, pour faciliter l'assimilation des contenus et leur utilisation modulaire.

92503 MAN 224 I

Influencer avec intégrité / LABORDE Genie / Inter Editions, 2012

Comment, dans la vie professionnelle comme dans la vie privée, atteindre ses objectifs tout en respectant ceux d'autrui ? En communiquant différemment. Pionnière d'une nouvelle conception des relations humaines, Genie Laborde, consultante en communication, dévoile dans ce best-seller international, riche de métaphores et d'images, les techniques qu'elle enseigne depuis des années aux cadres d'entreprises prestigieuses comme IBM, Coca Cola, ITT, American Express, etc.

Ces techniques très efficaces et simples à mettre en pratique sont principalement basées sur la PNL (Programmation Neuro-Linguistique), qui s'attache à rechercher non pas le pourquoi des comportements négatifs mais le comment des comportements positifs. Comme pour tous les lecteurs de Genie Laborde depuis plus de 30 ans, ce livre va vous ouvrir de nouvelles perspectives. En vous donnant les clés de nos comportements, il va vous permettre de changer, progresser et réussir : d'atteindre vos objectifs, et en particulier vos objectifs professionnels.

IF 13 V

***Vibrations / Transformez vos présentations en histoires visuelles pour captiver et convaincre votre auditoire* / DUARTE Nancy / Diateino éditions, 2011**

Votre auditoire peut devenir le meilleur ambassadeur de votre projet : à vous de le persuader. En s'appuyant sur une analyse attentive des discours des plus grands orateurs, Nancy Duarte vous aide à faire de vos présentations de véritables aventures visuelles. Vibrations vous permettra de : Structurer vos idées phares pour construire un message cohérent, persuasif et viral ; Rendre votre contenu captivant grâce à l'art du Storytelling ; Faire vibrer votre auditoire et obtenir son soutien.

86884 MAN 224 F

La force de persuasion. Du bon usage des moyens de persuader et de convaincre - BELLENGER Lionel / ESF, 2011

Vous devez négocier, soutenir des projets, obtenir un accord, mobiliser, motiver, infléchir une décision, justifier une réforme, défendre un programme, promouvoir un changement, décrocher un emploi...? Il n'y a pas de leadership ni d'ascendant, de pouvoir ni d'efficacité sans une bonne capacité à influencer. Gagner l'adhésion ne va pas de soi. Cela demande du savoir-faire et du tact. En effet, ce qui persuade n'est pas toujours ce que l'on croit. Pour mieux comprendre à quoi tient la force de persuasion, l'auteur décrit les moyens d'influencer et de convaincre et met l'accent sur : la nécessité de réintroduire de l'intelligence et de la rigueur dans nos argumentations ; les effets pervers des ruses de la raison : manipulation, séduction, effets d'annonce ; l'impact du conditionnement social : intimidation, imitation, contagion des idées. Chercher à persuader est un acte fort et responsable qui engage et implique. Tenter de convaincre est légitime mais pas n'importe comment ni à n'importe quel prix.

096896 MAN 224 A

Adjugé ! Comment lever les objections et vendre vos idées - KOTTER John P., WHITEHEAD Lorne

Pearson éducation France, 2010

Vous avez une bonne idée, vous êtes convaincu qu'elle est utile pour votre entreprise, mais vous avez peur qu'elle soit sapée par les objections des uns et des autres ? Ce livre vous propose une méthode infaillible pour déjouer les critiques et faire triompher votre plan. Tout commence par une fable dont vous êtes le héros : à l'initiative d'un projet qui vous tient à coeur pour la bibliothèque de Centreville, vous allez devoir batailler ferme pour le défendre et gagner le comité à votre cause, en affrontant la kyrielle de questions déstabilisantes lancées par un public plutôt hostile.

Vos adversaires ont des noms évocateurs, à l'image des personnalités typiques que l'on rencontre en entreprise : G. Failimportant, Benoît Lepoisson, la Marquise de Touvatrèbien ou encore Eve Itlerisk... Dans la seconde partie du livre, cette fable est analysée pour distinguer les quatre grands types d'objections émises face à une idée neuve : celles qui jouent sur la peur, celles qui tuent l'idée en l'ajournant, celles qui sèment la confusion et celles qui discréditent l'auteur du projet.

A chaque poison son remède : John Kotter vous explique comment vous positionner dans ces différents cas, et donne sous forme de fiches pratiques les vingt-quatre réponses à apporter aux vingt-quatre attaques les plus courantes. Une méthode qui n'exige ni charisme ni talent d'orateur, et qui peut être utilisée dans toutes les situations où il s'agit de convaincre, tout en gagnant au passage la sympathie de l'auditoire.

77575 MAN 224 A

L'art d'influencer. Analyse des techniques de manipulation - MUCCHIELLI Alex / Armand Colin, 2009

Influencer est un art qui fait appel au talent, certes, mais d'abord et avant tout au travail, à la technique. Car derrière des situations d'apparence différentes, on peut observer des phénomènes d'une grande homogénéité, que l'on songe aux techniques classiques de vente, de publicité, de séduction, de propagande ou bien encore aux diverses manipulations de la vie quotidienne.

A partir de la sémiotique situationnelle et de son approche nouvelle de la communication, l'auteur montre que les techniques d'influence ne relèvent pas d'un art inexplicable fondé sur l'intuition. Il propose une méthode d'analyse simple à mettre en œuvre, illustrée par de nombreux exemples et des cas pratiques. Le lecteur y trouvera un ensemble d'outils pour se former et élaborer des actions concrètes de communication.

74165 MAN 224 S

Savoir convaincre - Discours, face-à-face, à l'improviste : la nouvelle méthode - GELY Cyril / Studyrama, 11/2008

Connaître les techniques qui marchent
Travailler sa voix et ses gestes
Argumenter et persuader

Aimeriez-vous connaître le secret pour convaincre un auditoire, la recette imparable pour obtenir l'adhésion de votre interlocuteur, quelles que soient les circonstances ? Je suis sûr que oui.

La règle est simple : pour atteindre votre but, inutile de faire de longs discours, ni d'argumenter pendant des heures. Il suffit de raconter une histoire, une bonne histoire et le public vous sera acquis. C'est toute l'originalité de ce guide.

Vous trouverez ici des astuces, des techniques, des conseils, que vous pourrez mettre en application immédiatement. Convaincre est à la portée de tous.

74217 IF 0 A

Argumenter. Cours de logique informelle - DUFOUR Michel / Armand Colin, 09/2008

L'argumentation est au cœur des activités sociales : nous argumentons dès que nous cherchons à justifier ou à critiquer un avis, une idée, ou un point de vue.

C'est pourquoi l'argumentation accompagne, et peut-être conditionne, la vie démocratique. Ce livre vise à développer le sens critique des étudiants par l'apprentissage concret du défrichage des arguments. Il met en relief ce qui est solidaire et cohérent dans un discours, mais aussi ce qui est gratuit et repose sur des effets de manche. L'étude des arguments permet de générer des questions, de rechercher des éclaircissements, de revendiquer distinctions et nuances.

Le lecteur pourra la mettre à profit pour juger de ses propres oeuvres. Ce que je prétends être argumenté l'est-il vraiment ? Mon argumentaire est-il solide et crédible ? En suis-je moi-même convaincu ?

74163 MAN 224 A

L'art de convaincre - Du bon usage des techniques d'influence - NIVOIX Marie-Claude / Eyrolles, 11/2007

Comment faire passer vos messages ? Comment renforcer votre impact ? Comment obtenir le " oui " de votre interlocuteur ? Au téléphone, en face à face, en réunion ou lors d'une présentation, ce livre vous donne toutes les clefs pour toucher à la fois la raison et le cœur de vos interlocuteurs.

Étape par étape, les auteurs vous proposent des techniques et des conseils pour : développer votre crédibilité et votre charisme, vous mettre en phase avec votre interlocuteur, identifier ses motivations et ses besoins, donner du poids à vos arguments, positiver les objections, obtenir sans imposer.

74216 IF 13 A

Argumenter en situation difficile - Que faire face à un public hostile, aux propos racistes, au harcèlement, à la manipulation, à l'agression physique et à la violence sous toutes ses formes ? - BRETON Philippe / Pocket, 09/2006

Que faire face à un public hostile, à des propos racistes, au harcèlement, à la manipulation, à une agression verbale ? Répondre à la violence par la violence n'est pas la bonne solution.

Philippe Breton, docteur d'État en sciences de l'information et de la communication, nous convainc qu'il est de loin préférable de pacifier la situation et d'argumenter. Mais ce comportement ne s'improvise pas et nécessite une méthode simple, intelligente et efficace, adaptée aux difficultés rencontrées. Cet ouvrage, concret et pratique, repose sur une conviction : une société plus douce à vivre est possible et chacun d'entre nous a un rôle à y jouer.

74215 IF 13 S

Savoir argumenter. Du dialogue au débat - SIMONET Renée ; SIMONET Jean / Editions d'Organisation, 03/2004

Des éléments simples d'analyse, de réflexion et de perfectionnement pour celui qui veut argumenter efficacement au quotidien. Une démarche pour l'analyse de toute situation d'argumentation. Une méthode pour préparer une stratégie d'argumentation efficace. Les procédés de raisonnement et de persuasion. Argumenter efficacement implique de s'adapter à ses interlocuteurs, de choisir et structurer ses arguments, de réfuter les arguments contraires, d'éviter les pièges. Après avoir passé en revue toutes les situations où il faut argumenter, ce livre vous guide, à travers des fiches " prêtes à l'emploi " pour préparer, développer et évaluer votre argumentation. À l'issue d'un débat ouvert sur les notions de vérité et d'efficacité, les auteurs proposent les conditions minimales d'une argumentation intègre. gage d'efficacité.

70024 FO 4 S

Soyez persuasif. Les mots qui touchent - DESAUNAY Guy / Editions d'Organisation, 2002

Pour trouver les mots qui touchent, construisez une véritable stratégie d'argumentation persuasive:
** ciblez bien votre message*
** recherchez des arguments convaincants pour votre cible*
** soignez la présentation de vos arguments*
** apprenez à réfuter ceux d'autrui*
** soyez persuasif aussi bien en parlant qu'en écrivant*
Être persuasif, c'est obtenir d'autrui qu'il pense mais surtout qu'il fasse ce que l'on désire, et chacun sait combien l'on subit d'échecs dans ce domaine. En bonne partie parce que nous ne réfléchissons pas assez lorsque nous tentons de convaincre quelqu'un.
En effet, nous utilisons des arguments qui nous paraissent convaincants à nous, mais qui ne sont pas obligatoirement bien ciblés sur la psychologie de notre interlocuteur.
Nous n'écoutons pas assez ce que l'autre nous dit, ce qui fait que nous réfutons rarement ses propres arguments.
Nous épelons des chapelets d'arguments, sans les organiser dans une véritable stratégie.
Nous sommes peu logiques et utilisons des arguments qui nous paraîtraient illusoires dans la bouche d'autrui.
Être persuasif demande donc réflexion. C'est à cette réflexion que cet ouvrage vous convie.

Liste bibliographique

Editée par l'INSET, rue du Nid de Pie, CS 62020, 49016 Angers Cedex
www.cnfpt.fr

Directrice de publication : **Marion Leroux**, Directrice
Responsable du centre de ressources : **Bérangère Guillet**
Conception et réalisation : **Marie-Christine Marchand**
Tél. : 02 41 22 43 93

© 2019 CNFPT/ INSET D'ANGERS

Centre national de la fonction publique territoriale