

L'art de communiquer en public, un atout majeur en affaires

Trop de chefs d'entreprises craignent la communication publique et se privent d'importantes occasions d'affaires.

Annie St-Pierre

astpierre@journaldequebec.com

C'est le constat de M. Richard Thibault, spécialiste de la communication et auteur du livre *Osez parler en public*.

L'ouvrage vient d'ailleurs d'être réédité et ajusté aux tendances actuelles.

Au Salon du livre de Québec, cette semaine, M. Thibault, un ancien journaliste devenu consultant en communication, expliquait que le monde des affaires et les organisations connaissent mal le monde des médias et devraient cesser de le craindre.

"Il y a une méconnaissance du rôle des médias en raison de certaines exagérations et abus qui ont troublé des dirigeants d'entreprises", observe M. Thibault.

Les grands secrets

Un trop grand nombre de personnes connaîtront donc une carrière limitée parce qu'ils ont peur de parler de public, de faire des présentations orales ou de présider une simple rencontre, dit l'auteur.

Pour y remédier, M. Thibault révèle, dans son livre, quatre grands secrets pour réussir ses relations publiques dans le monde des affaires.

"Le premier est de savoir à qui s'adresser réellement et comment le dire. On peut annoncer la même chose à un groupe d'ou-

ffre aussi des programmes de formation en entreprises, raconte avoir vu un premier ministre mal préparé qui a littéralement trébuché durant une rencontre médiatique.

"Ça arrive trop souvent et on n'est jamais assez bien préparé", recommande-t-il.

Le message

Un autre grand principe à observer est celui de se concentrer sur le message à livrer tout en renonçant de mentir aux médias,

selon M. Thibault.

"La question qui est posée, c'est l'amorce de la réponse. Alors, une rencontre publique est l'occasion de passer son message peu importe la question qui est adressée", signale-t-il.

Enfin, l'auteur recommande fortement aux gens d'affaires de ne pas se comparer à Bernard Derome ou autres grands communicateurs car la marche est beaucoup trop haute à franchir.

"C'est au public que les gens d'affaires

doivent s'adresser. Se juger trop sévèrement va causer la gêne", soutient-il.

Le constat

Même après 30 ans de carrière dans le monde de la communication, Richard Thibault s'étonne encore du mythe qui persiste encore autour des médias.

Des exemples à la

JE, des journalistes qui bousculent des réceptionnistes pour pénétrer dans un bureau ou des propos mal rapportés ont fait mal à l'industrie de la communication.

Il espère que son livre puisse démystifier le phénomène et rassurer les chefs d'entreprises dans leurs relations de presse.

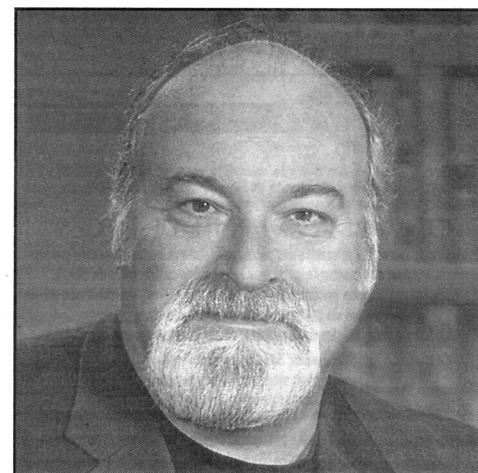


Photo COURTOISIE

Communicateur renommé et auteur, M. Richard Thibault soutient que l'habileté à communiquer publiquement est responsable de 85% de la réussite en affaires.