



Three crucial aspects of persuasiveness.

The Art and Skill of Convincing Others

L'art de convaincre les autres

Trois aspects fondamentaux de la persuasion.

by / par Merge Gupta-Sunderji

WHETHER OR NOT you have “sales” in your job title, you are a salesperson. Even if you’re not selling a product or a service, you’re selling your ideas, your points of view, and yourself. The ability to get others to see things from your point of view is a key determinant of professional success. Persuasive communicators are seen as confident, credible, and trustworthy. They’re likeable. And they get things done!

Research has shown that persuasive people are characterized by three specific traits. I call this the “triple threat” of persuasiveness. In the performing arts, someone who can sing, dance, and act is referred to as a triple threat. While each of these skills separately is a talent, combined in one person, it creates a formidable genius for performance. In much the same way, the triple threat of persuasiveness consists of expertise (or perceived authority), honesty, and likeability. When we are faced with someone who has one of these characteristics, we’re more disposed to agree to that person’s request. If they have all three, our willingness to yield and concede goes up exponentially.

Expertise

We assume that people with expertise have special access to information and power, and for that reason we are often willing to defer to their authority. This provides a convenient

shortcut to sound decision-making. If you’re an accountant, you’re more likely to persuade people on accounting issues. One way to become more persuasive is to work towards developing expertise in a few key areas.

Honesty

The attribute of honesty is even more compelling when it comes to convincing others. People are much more likely to be persuaded by you if they trust you. If you have demonstrated honesty and integrity over time, people are much more likely to trust you. But what if you don’t have a past relationship built on trust with the person you are trying to persuade? This is where the value of testimonials and endorsements comes in. Because they are viewed as unbiased information, the best testimonials come from peers. Even endorsements from “the average Joe” carry weight because these people supposedly have no personal interest in the eventual outcome.

Likeability

Likeability adds to your ability to convince in many ways. First, we strive to identify with people we like. Second, it is more probable that we will respect and trust those we like. And third, it is easy to give in to people we like. Yet likeability is the most elusive of the three characteristics. Ultimately, people are more likely to be convinced of your point of

view if they like you. And they are much more likely to fight you tooth and nail if they don’t.

While I’m not suggesting that you should spend the rest of your career focusing on becoming more “liked,” it is worth remembering that these three characteristics increase people’s willingness to concede to your point of view. If you can take small steps to improve all three (or even one) of these characteristics, you will find it easier to solicit support for your ideas and projects. You will negotiate better terms for the things you buy at work and at home. You will close important deals with clients and vendors more easily. You will spend less time and frustration working through disagreements with others. And the bottom line? You will become more effective. ■

QUE VOTRE TITRE professionnel comporte le terme « ventes » ou non, vous êtes un vendeur. En effet, vous avez à vendre vos idées et points de vue – et vous avez à vous vendre vous-même. Quel que soit votre travail, la capacité d’amener les autres à voir les choses à votre manière est un facteur déterminant du succès professionnel. Les communicateurs convaincants sont ceux qui inspirent confiance et semblent crédibles. Ils sont sympathiques. Et ils obtiennent des résultats!

Les études montrent que les personnes convaincantes possèdent trois traits de caractère

précis, que j'appelle la « triple force de frappe » de la persuasion. C'est un peu comme dans les arts de la scène, quand une personne sait à la fois chanter, danser et jouer. Séparément, chacune de ces aptitudes est un talent; mais quand une même personne les réunit, cela lui confère un véritable génie du spectacle. Il en va un peu de même pour la persuasion : il existe une triple force de frappe constituée de l'expertise (ou de la compétence perçue), de l'honnêteté et d'un caractère sympathique. En présence d'une personne qui a l'une de ces qualités, on est plus enclin à coopérer; lorsqu'une personne possède les trois, son pouvoir de persuasion augmente de façon exponentielle.

Expertise

Nous supposons que les gens qui ont une expertise ont un accès privilégié à l'information et au pouvoir; c'est pourquoi nous sommes souvent disposés à nous en remettre à leur autorité. Nous pouvons ainsi prendre rapidement de bonnes décisions. Si vous êtes comptable, vous aurez plus de facilité à convaincre les gens pour des questions de comptabilité. L'un des moyens de devenir plus convaincant consiste à acquérir de l'expertise dans quelques domaines clés.

Honnêteté

L'honnêteté est une qualité qui prend encore plus de valeur lorsqu'il est question

de persuasion. Les gens sont nettement plus susceptibles de se laisser convaincre s'ils vous font confiance. Si vous avez de longs antécédents d'honnêteté et d'intégrité, les gens seront nettement plus enclins à vous faire confiance. Mais qu'en est-il lorsqu'il n'y a pas encore de relation de confiance établie? C'est là que les recommandations prennent toute leur valeur. Les meilleures recommandations sont celles de vos pairs, puisque les gens jugent qu'elles sont impartiales. Même les recommandations de monsieur Tout-le-Monde, ne sont pas à négliger, car ces personnes n'ont théoriquement pas d'intérêt personnel dans le résultat de la démarche.

Caractère sympathique

Les gens qui inspirent la sympathie sont plus aptes à convaincre les autres à bien des égards. Premièrement, nous cherchons tous à nous identifier aux gens qui nous plaisent. Deuxièmement, nous tendons davantage à respecter les gens que nous aimons et à leur faire confiance. Enfin, il est plus facile de se laisser convaincre par des personnes que nous aimons. Le caractère sympathique est toutefois la plus volatile des trois qualités. Les gens sont plus susceptibles de se laisser convaincre de votre opinion s'ils vous aiment. Dans le cas contraire, par contre, ils risquent fort de s'entêter contre vous.

Évidemment, il ne s'agit pas de consacrer le reste de votre carrière à tenter de vous faire « aimer » davantage; il est toutefois bon de se rappeler qu'il s'agit là de trois qualités qui influent sur votre capacité de rallier les gens à votre point de vue. Si vous arrivez à vous améliorer progressivement à l'égard de ces trois qualités, voire de l'une d'elles seulement, vous constaterez qu'il vous sera plus facile d'obtenir des appuis pour vos idées et projets. Vous arriverez à négocier de meilleures conditions pour vos achats professionnels ou personnels. Il sera plus facile de conclure des contrats importants avec des clients ou fournisseurs. Vous perdrez moins de temps à régler des différends avec les autres, ce qui réduira votre sentiment d'irritation. Bref, vous serez plus efficace. ■

.....
MERGE GUPTA-SUNDERJI, MBA, CSP, CGA, turns managers into leaders. This speaker/author gives people practical tools to achieve leadership and communication success. Contact her at www.mergespeaks.com or 403 605 4756.

► **MERGE GUPTA-SUNDERJI, MBA, CSP, CGA, fait des gestionnaires des leaders. Cette conférencière et auteure fournit des outils pratiques aidant à mieux communiquer et diriger. Pour la joindre, consultez son site Web (www.mergespeaks.com) ou composez le 403 605 4756.**



La solution complète à vos besoins d'effectifs financiers.

Robert Half vous aidera à trouver les ressources financières optimales répondant à vos besoins temporaires, permanents et ponctuels pour maximiser votre productivité et rentabilité. Depuis plus de 60 ans, Robert Half est chef de file mondial en services de consultation et de dotation dans le domaine financier et la seule entreprise à vous offrir une solution complète.

Accountemps, Robert Half Finance et Comptabilité ainsi que **Robert Half Management Resources** sont les chefs de file spécialisés en recrutement comptable et financier, respectivement pour des mandats temporaires, permanents et dans le cadre de projets.



MANDATS PERMANENTS / TEMPORAIRES / PROJETS

accountemps.ca • 1.800.803.8367
 roberthalffinance.ca • 1.800.474.4253
 roberthalfmr.ca • 1.888.400.7474

© 2011 Robert Half. 0806-0005