



Vincent Piedboeuf



Antoine Wouters

Formulez un pourquoi convaincant

Le webinar commencera à 13h

“Augmentez votre influence”

in·flu·ence

ẽflyãs

nom féminin

Action qu’une personne exerce sur quelqu’un.
Pouvoir social d’une personne qui amène les autres à se ranger à son avis.

synonymes: **persuasion, poids, prestige**

“Augmentez votre influence”

con·vain·cant

kõvẽkã

adjectif

Qui est propre à convaincre.

Qui convainc, est éloquent.

synonymes: **concluant, décisif, probant**

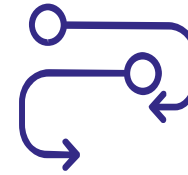
Formulez un “pourquoi” convaincant



Modèle



Application

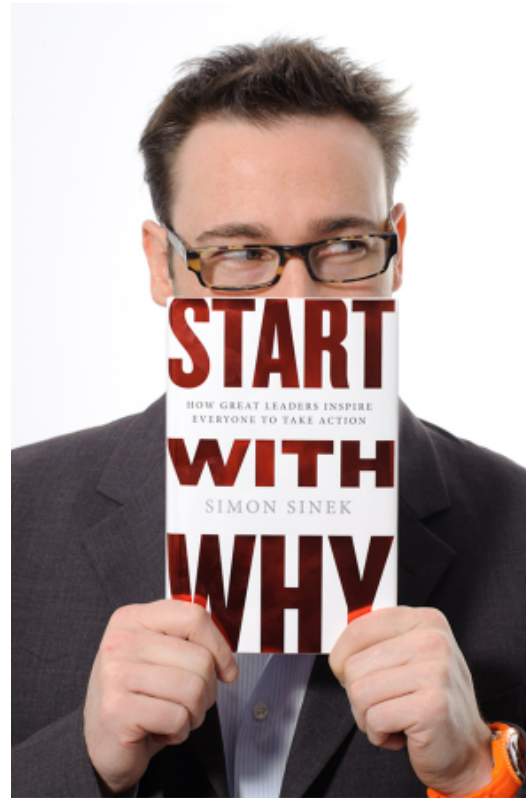


Pratique

Mettez l'accent sur ce que vous apportez (pas sur ce que vous faites)



Contexte



“Les gens n’achètent pas
ce que vous faites,
ils achètent
pourquoi vous le faites.”

Simon Sinek

4

Questions
qui catalysent
le changement

Pourquoi – qui – combien -quoi

Pourquoi
changeons-nous?

Combien
dépend de
l'adoption
et l'utilisation?

Qui
doit faire son travail
différemment?

Que
pouvons-nous faire pour mener l'adoption et l'utilisation?

Questions clés pour un changement efficace

Définir le succès:

❓ Pourquoi changeons-nous?

❓ Pourquoi changeons-nous maintenant?

❓ Qu'est-ce qui change?

❓ Qu'est-ce qui ne change pas?

❓ Quel est le risque si on ne change pas?

1. DEFINIR LE SUCCES Six Questions Essentielles

POURQUOI CHANGE-T-ON ?

POURQUOI CELA CHANGE-T-IL MAINTENANT?

QU'EST CE QUI CHANGE ?

QU'EST CE QUI NE CHANGE PAS?

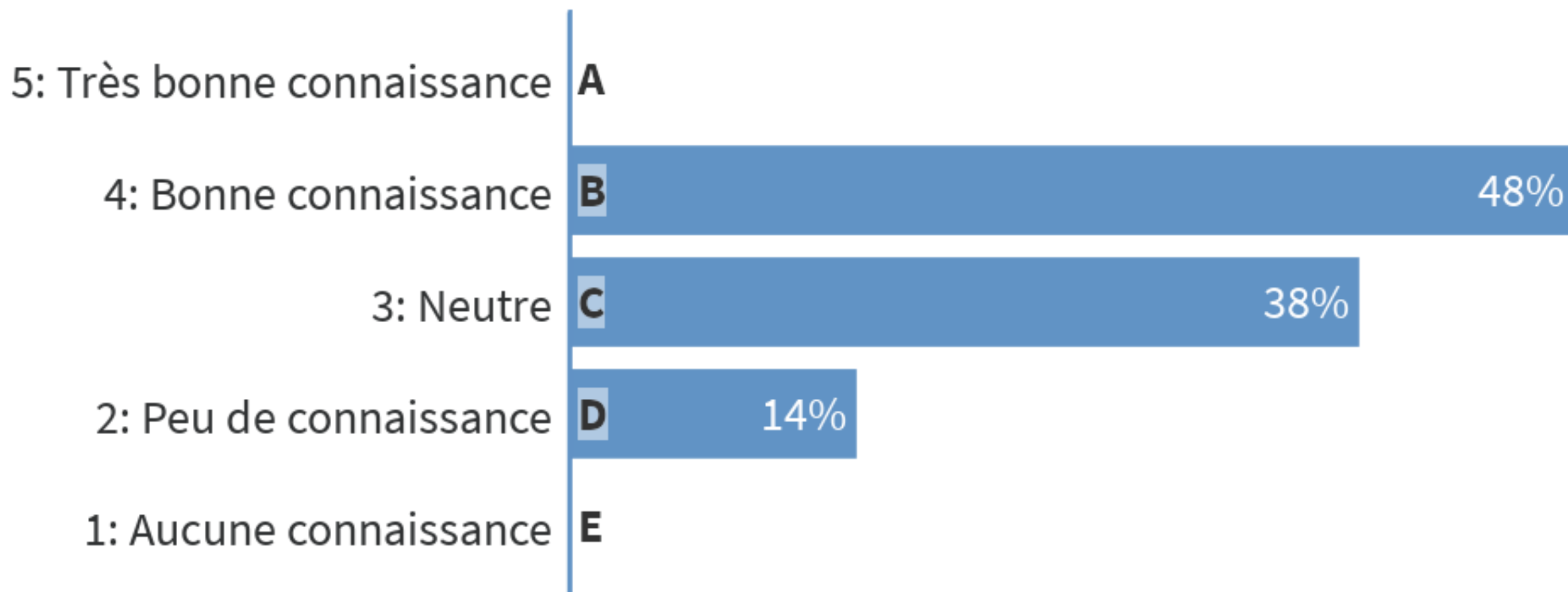
QUEL EST LE RISQUE DE NE PAS CHANGER?

QUELS SONT LES BENEFICES INDIVIDUELS ET ORGANISATIONNELS DU CHANGEMENT?

	Bénéfices	Risques
Organisationnel		
Individuel		

Pourquoi
changeons-nous?

Evaluation ADKAR: Comment évaluez-vous votre **CONNAISSANCE** actuelle sur comment formuler un pourquoi convaincant?



Formulez un “pourquoi” convaincant

Pourquoi un
‘Pourquoi’?

Inspirer
les gens
à prendre
action



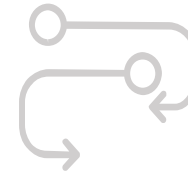
Formulez un “pourquoi” convaincant



Modèle

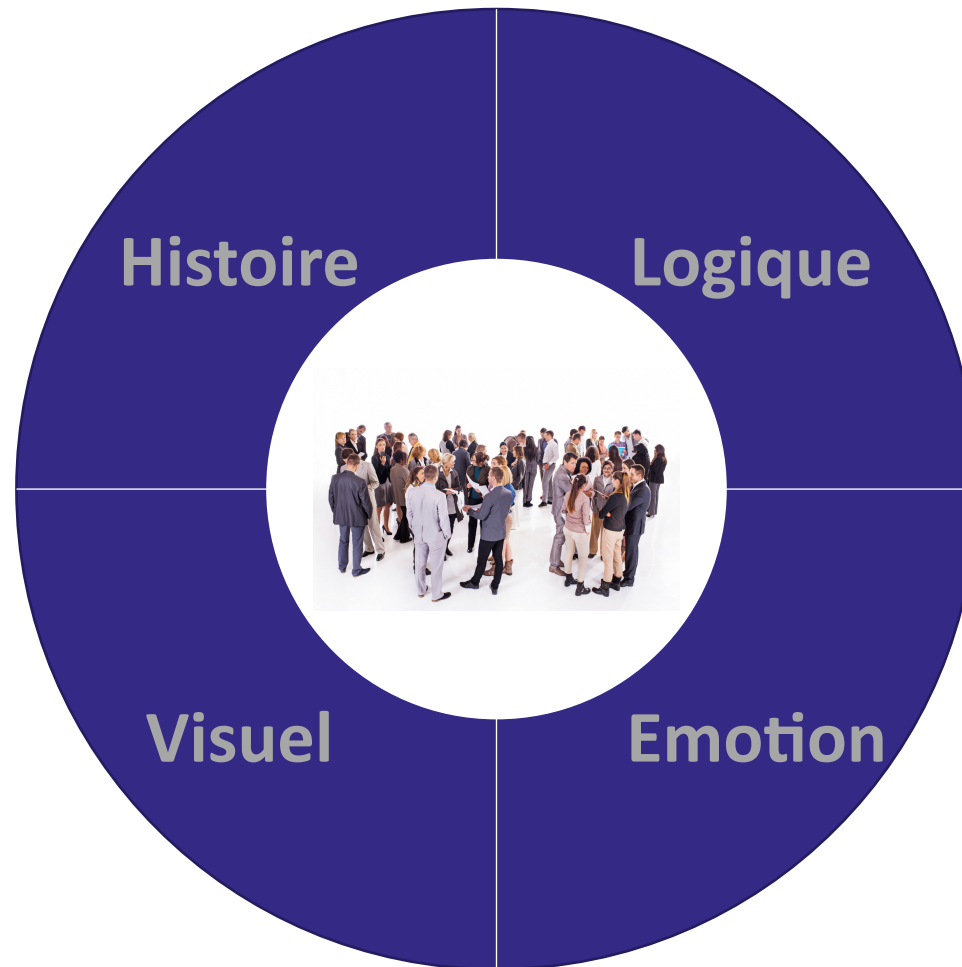


Application

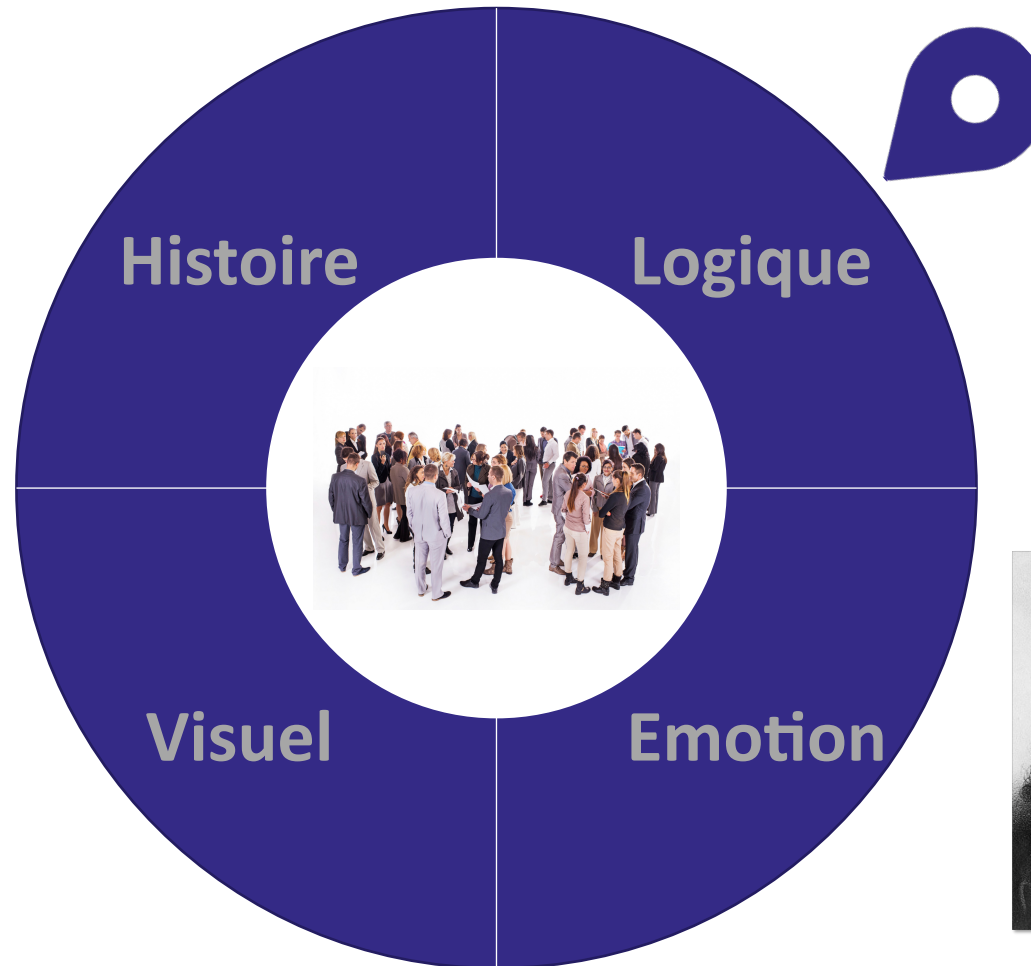


Pratique

Le modèle du pourquoi convaincant



Le modèle du pourquoi convaincant



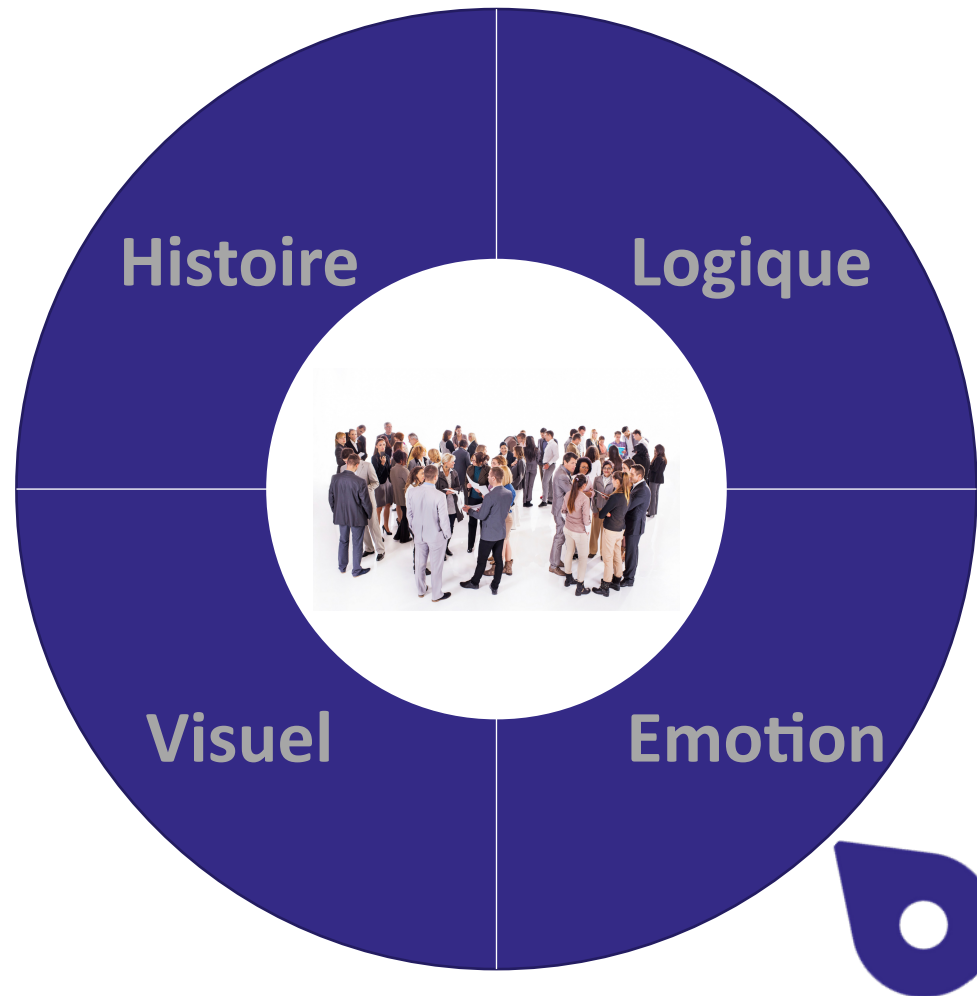
Logique
Pourquoi
Evidence empirique



Nous connaissons
la **vérité**, non
seulement par la
raison, mais encore
par le **cœur**.

Blaise Pascal (1623-1662)

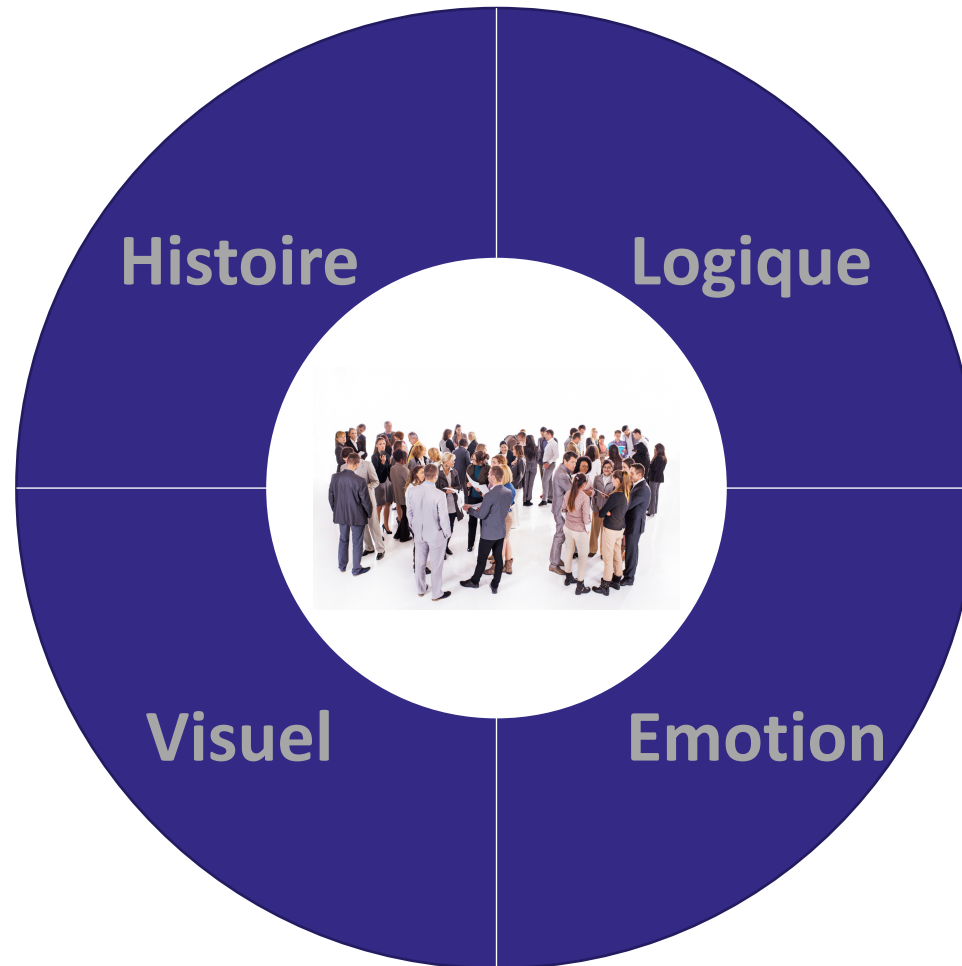
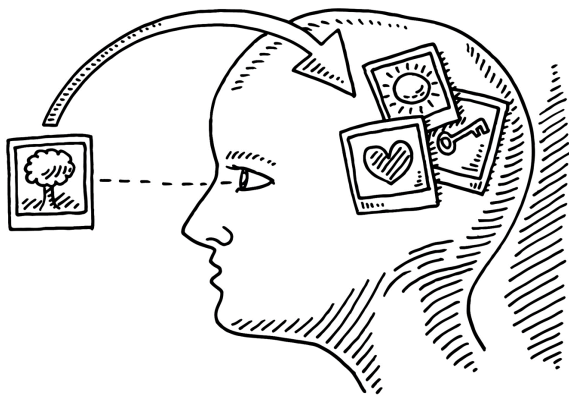
Le modèle du pourquoi convaincant



Logique
Pourquoi
Evidence empirique

Emotion
Pourquoi
Sentiments personnels

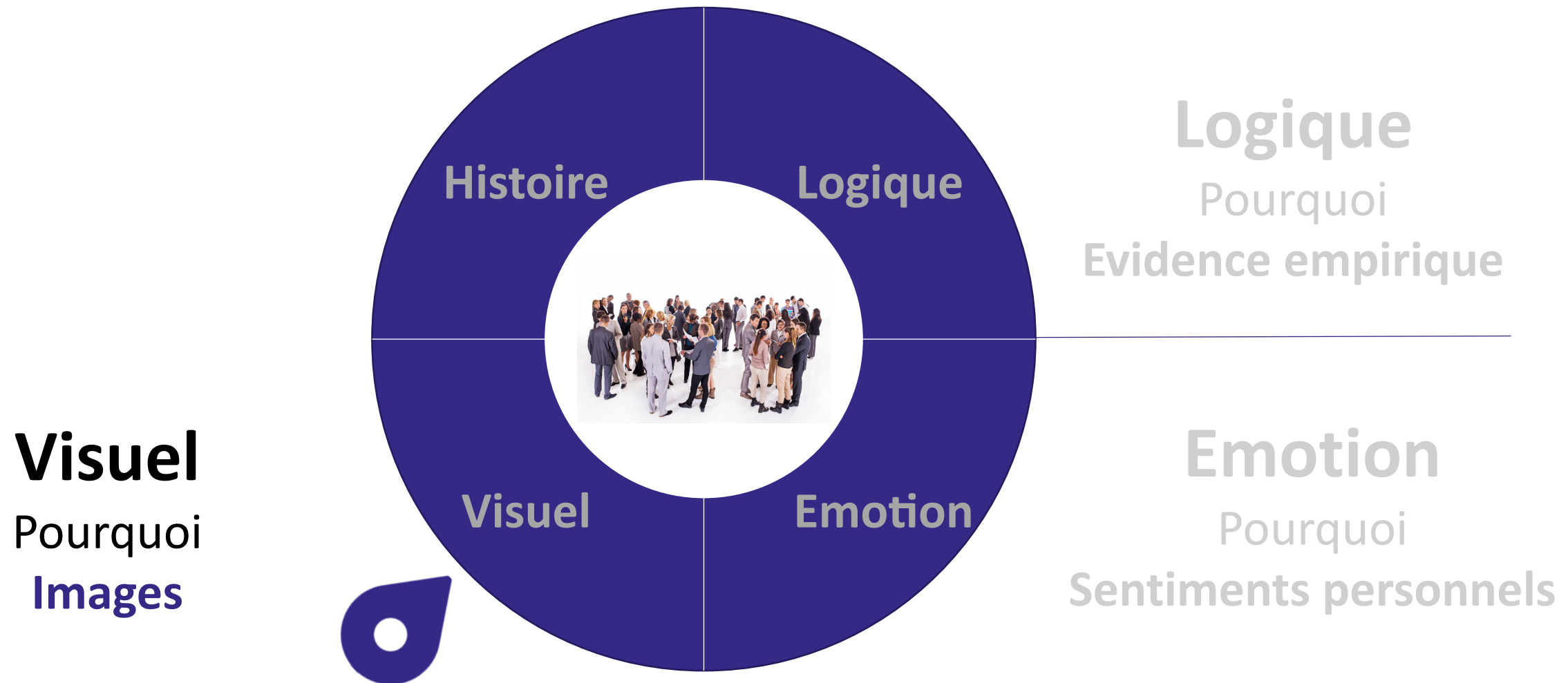
Le modèle du pourquoi convaincant



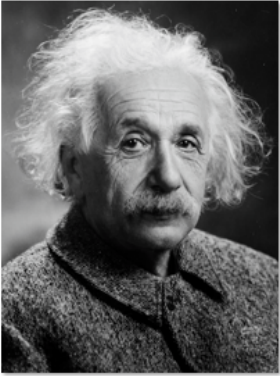
Logique
Pourquoi
Evidence empirique

Emotion
Pourquoi
Sentiments personnels

Le modèle du pourquoi convaincant



Le modèle du pourquoi convaincant

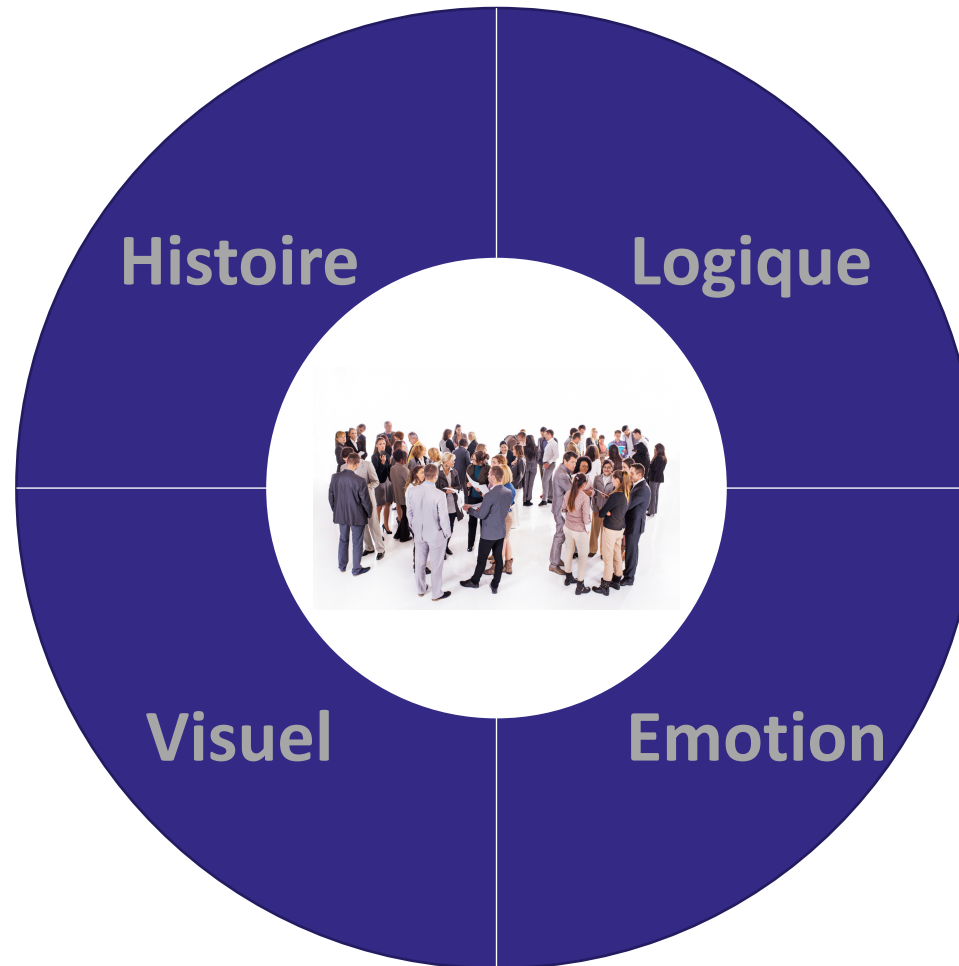


Si vous ne pouvez pas l'expliquer **simplement**, c'est que vous ne le comprenez pas assez bien.

Albert Einstein (1879-1955)



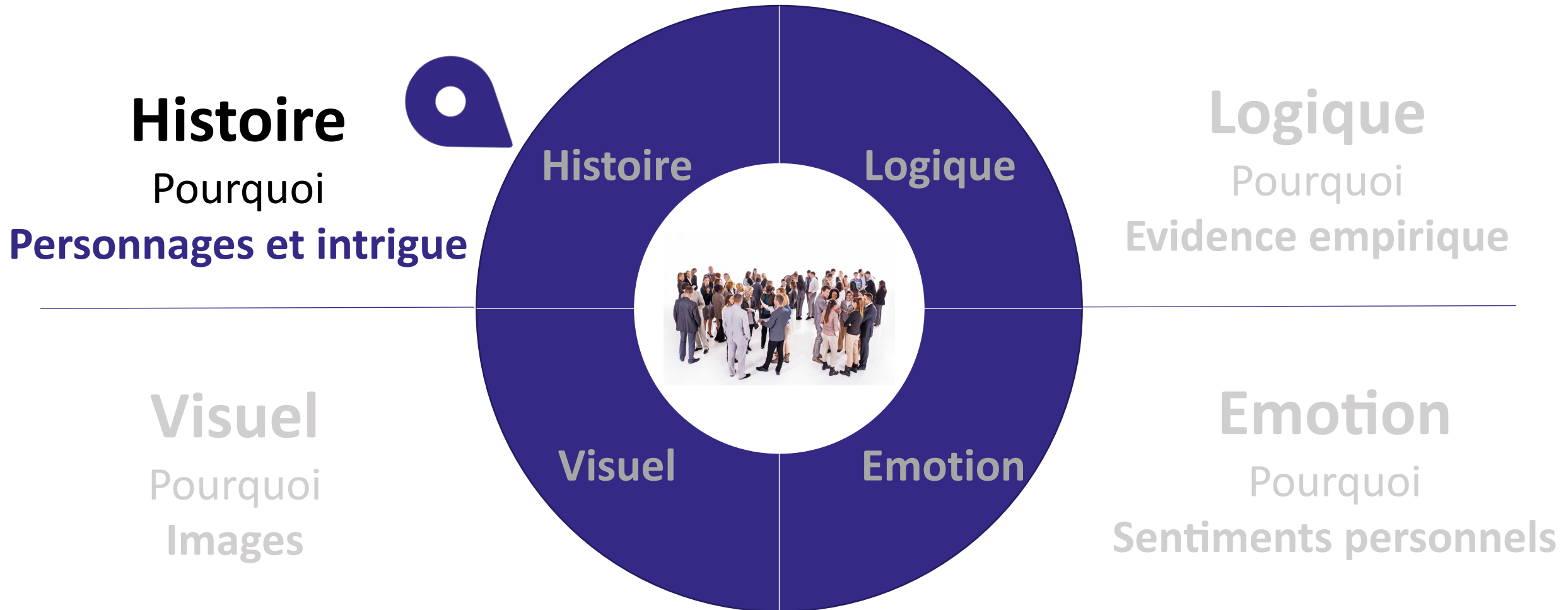
Visuel
Pourquoi
Images



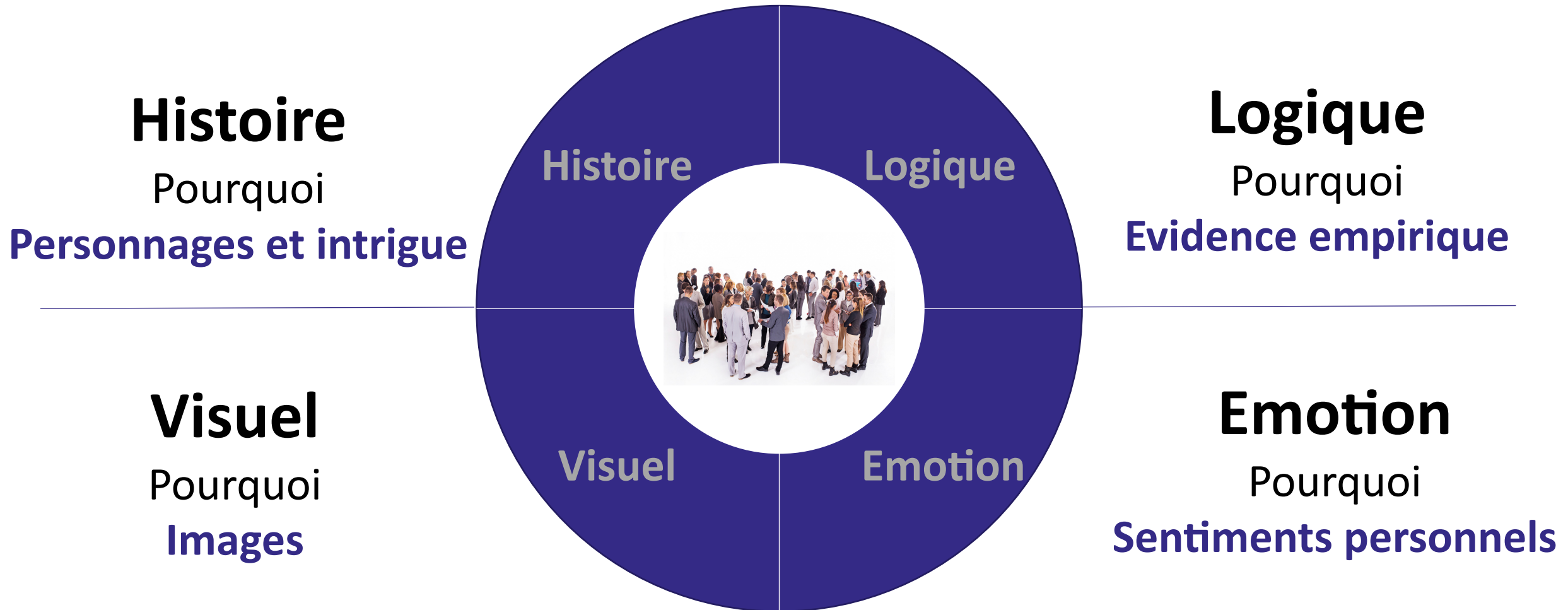
Logique
Pourquoi
Evidence empirique

Emotion
Pourquoi
Sentiments personnels

Le modèle du pourquoi convaincant



Le modèle du pourquoi convaincant



Formulez un “pourquoi” convaincant



Modèle

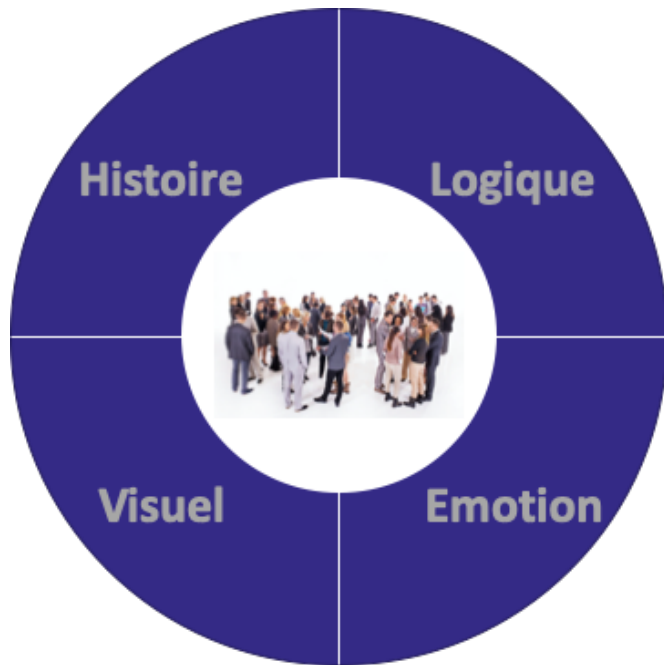


Application



Pratique

Application du modèle du pourquoi convaincant



Application à

“mobiliser les gens pour fournir des résultats” c.à.d. Change Management

Application à

tout projet ou initiative de changement

Formulez un “pourquoi” convaincant

Nom du projet ou de l’initiative:

--

Histoire: Imagination, Contexte, Action, Résultat

Logique: Faits, Chiffres, Démonstrations, Listes


Visuel: Destination, Etapes, Progrès, Bénéfices

Emotion: Principes, Valeurs, Croyances, Ego



Utilisation de la feuille de travail

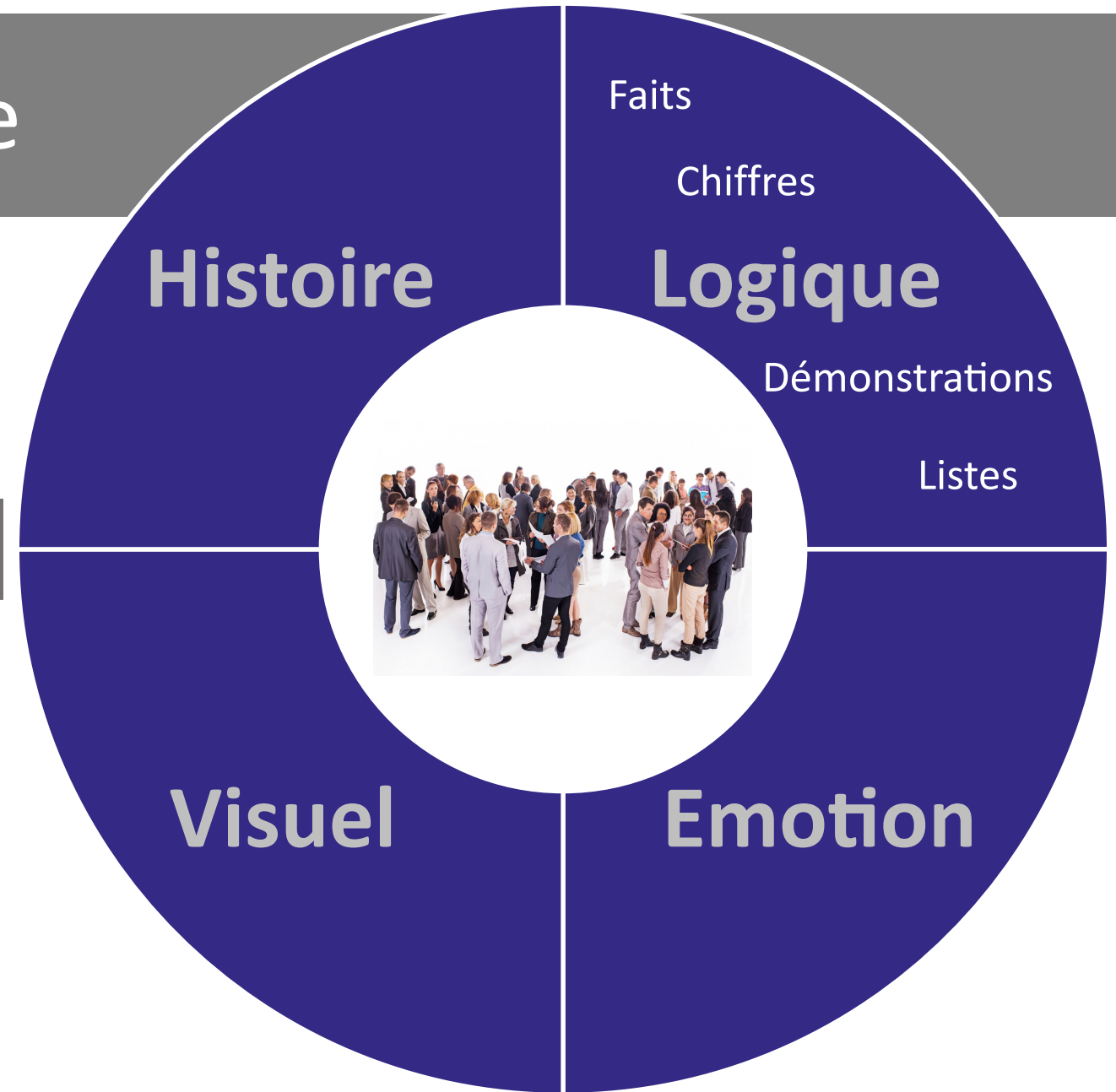
Logique/Business Case

Feuille de travail pour le webinar  **Nexum**
People solutions for business challenges

Formulez un "pourquoi" convaincant

Nom du projet ou de l'initiative:

<input type="text"/>	
Histoire : Imagination, Contexte, Action, Résultat	Logique : Faits, Chiffres, Démonstrations, Listes
<div></div>	
Visuel : Destination, Etapes, Progrès, Bénéfices	Emotion : Principes, Valeurs, Croyances, Ego



🗨 Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📱 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

Quel est votre "pourquoi" LOGIQUE pour le Change Management?

“Pour être un exemple dans notre groupe !”

“Bien-être des personnes”

“Mettre l'humain au centre des transformations d'une organisation”

“Bien être des employes”

“assurer la continuité d'adoption”

“Pour limiter la résistance”

“pour être capable de suivre la rapidité des marchés”


“Rester compétitif”

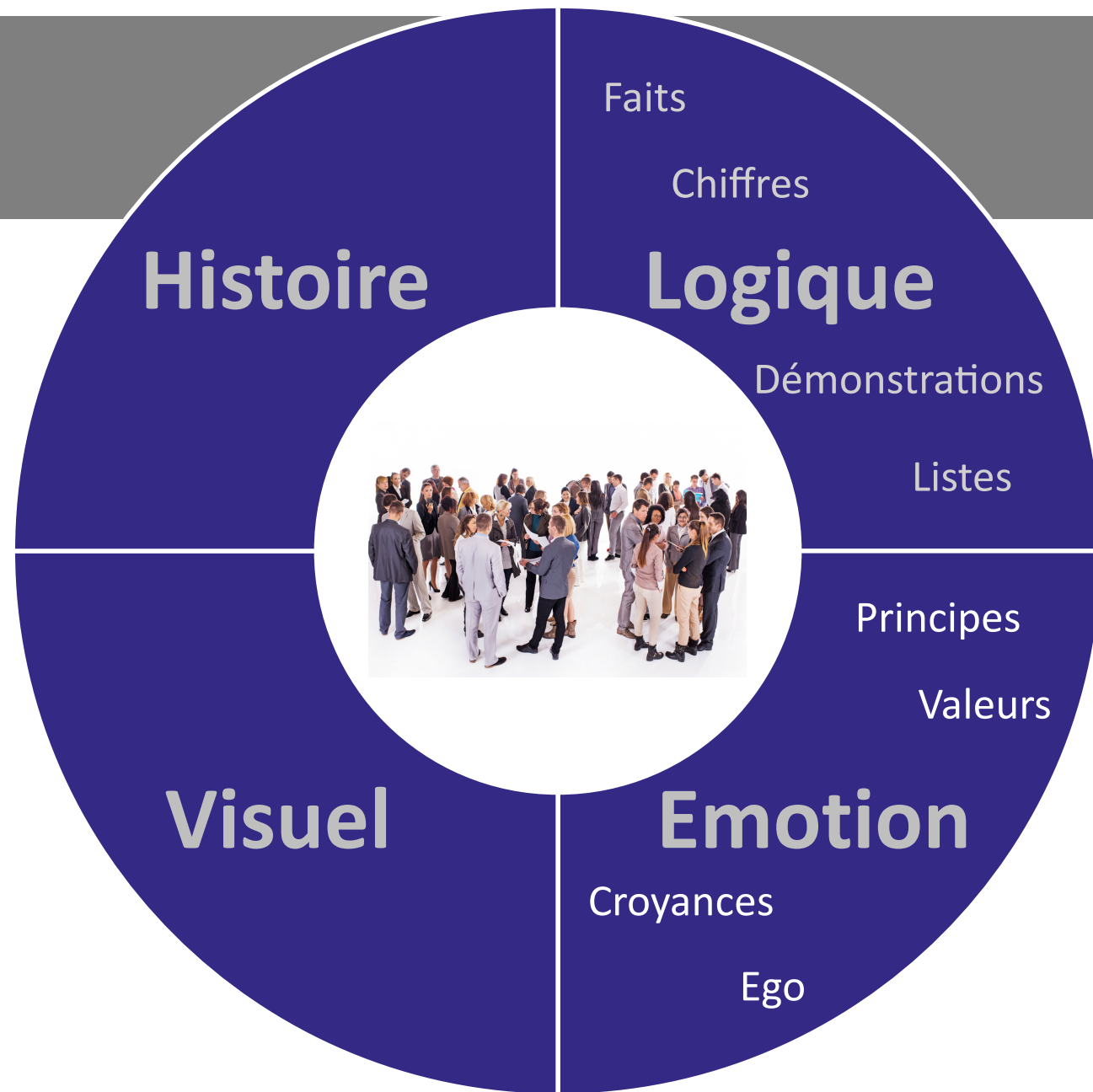
Emotion

Feuille de travail pour le webinar **Nexum**
People solutions for business challenges

Formulez un "pourquoi" convaincant

Nom du projet ou de l'initiative:

Histoire: Imagination, Contexte, Action, Résultat	Logique: Faits, Chiffres, Démonstrations, Listes
	
Visuel: Destination, Etapes, Progrès, Bénéfices	Emotion: Principes, Valeurs, Croyances, Ego



🗨 Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📱 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

Quel est votre "pourquoi" de type EMOTION pour le Change Management?

“g”

“Pour grandir comme personne”

“Développement de nos compétences”

“faire grandir nos collaborateurs”

“Evolution personnelle”

“Pour l'occasion de vivre un nouveau challenge”

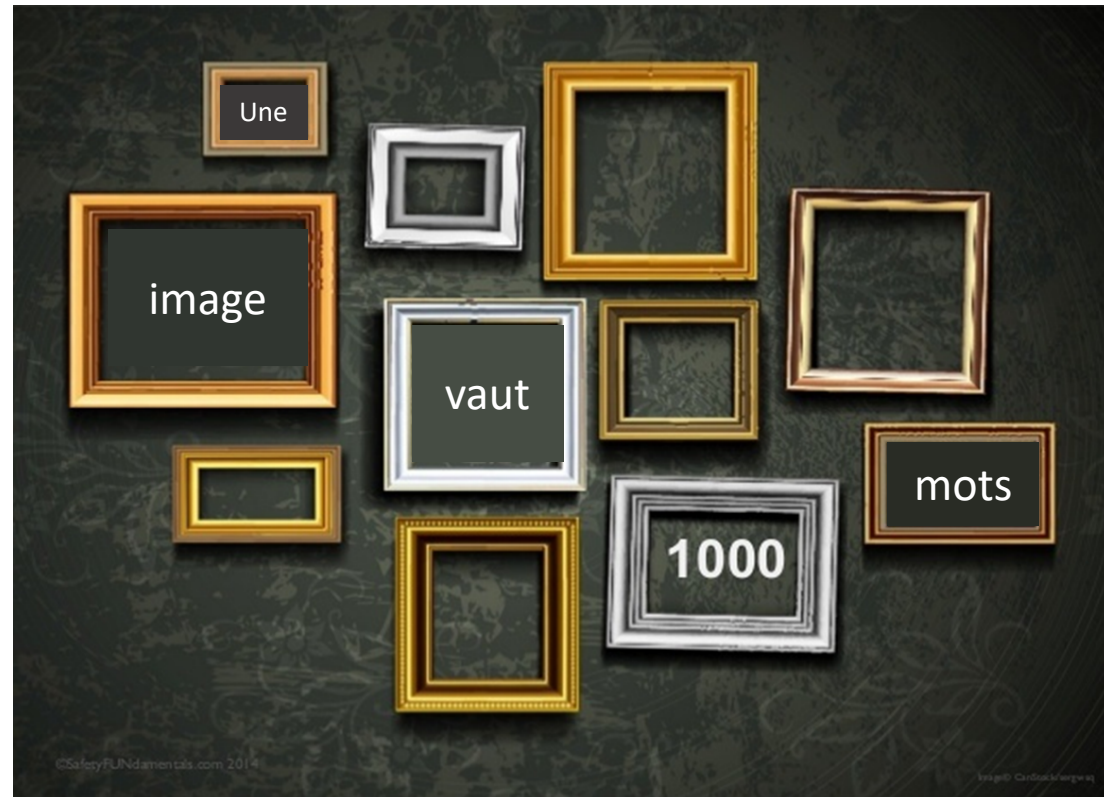
“Ne laisser personnes sur le bord du chemin”

“Pour prendre en compte les besoins et attentes des individus.”

Présentez un concept complexe par une image simple



“Comment
pourrions-nous...”



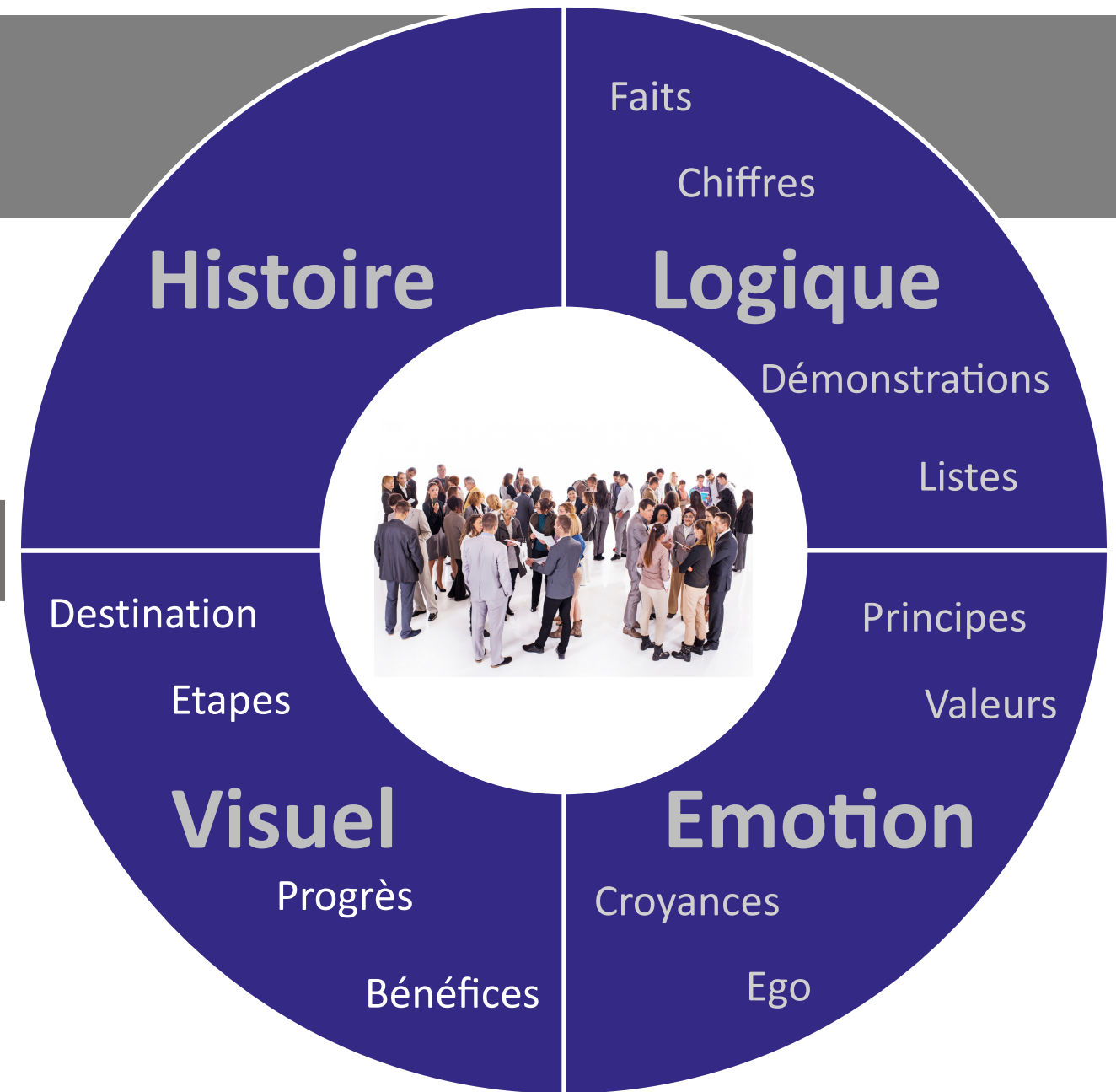
Visuel

Feuille de travail pour le webinar **Nexum**
People solutions for business challenges

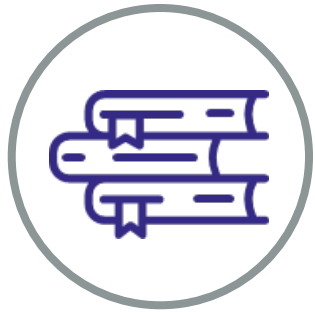
Formulez un "pourquoi" convaincant

Nom du projet ou de l'initiative:

Histoire : Imagination, Contexte, Action, Résultat	Logique : Faits, Chiffres, Démonstrations, Listes
Visuel : Destination, Etapes, Progrès, Bénéfices	Emotion : Principes, Valeurs, Croyances, Ego



Exploitez l'imagination par une histoire bien racontée



“Comment
pourrions-nous...”



Histoire

Feuille de travail pour le webinar **Nexum**
People solutions for business challenges

Formulez un "pourquoi" convaincant

Nom du projet ou de l'initiative:

Histoire: Imagination, Contexte, Action, Résultat

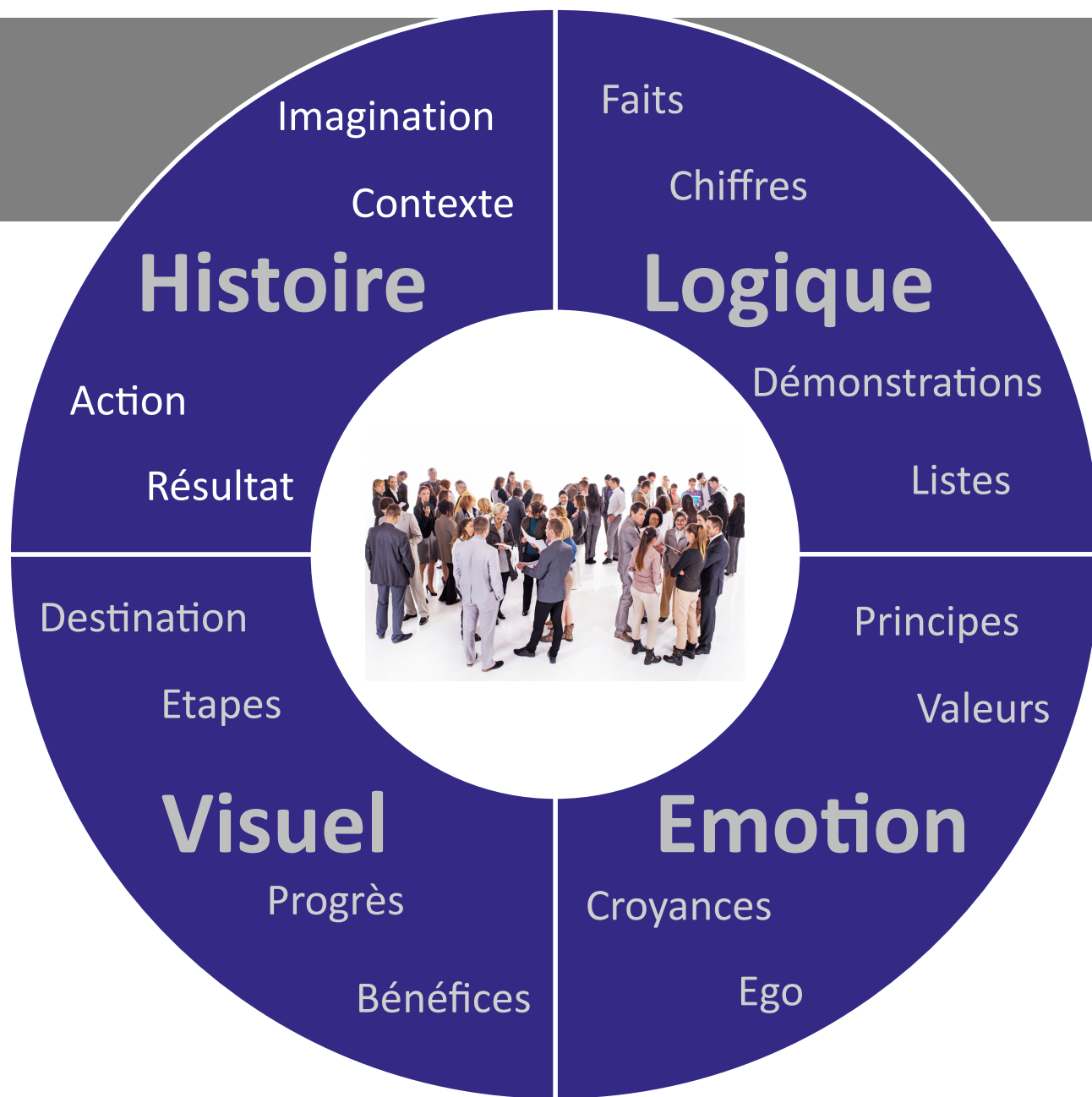
Logique: Faits, Chiffres, Démonstrations, Listes

--	--

--	--

Visuel: Destination, Etapes, Progrès, Bénéfices

Emotion: Principes, Valeurs, Croyances, Ego



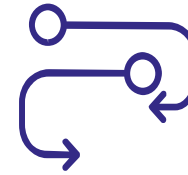
Formulez un “**pourquoi**” convaincant



Modèle

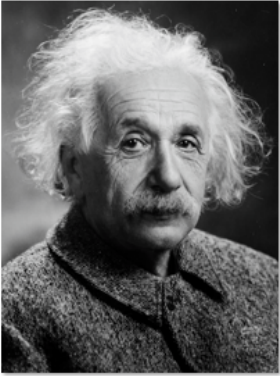


Application



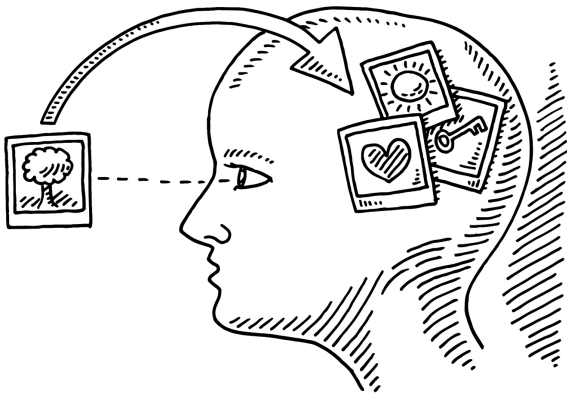
Pratique

Pratiquez le modèle du pourquoi convaincant sur votre changement



Si vous ne pouvez pas l'expliquer **simplement**, c'est que vous ne le comprenez pas assez bien.

Albert Einstein (1879-1955)



Nous connaissons la **vérité**, non seulement par la **raison**, mais encore par le **cœur**.

Blaise Pascal (1623-1662)

Exemple: Projets CI/360 chez Finesta Financial

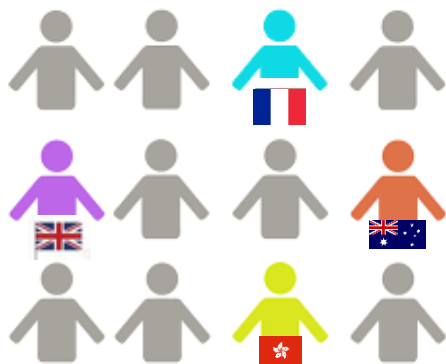


Sur le marché des services financiers, caractérisé par un rythme élevé de changement et une rude concurrence, nos clients attendent de nous que nous sachions qui ils sont et que nous les aidions à atteindre leurs objectifs, pas les nôtres. Leur succès est notre succès.



- Un projet de 3 ans pour collecter les informations des clients et mener l'innovation des solutions.
- Déployer un CRM en cloud.
- Augmenter les ventes (10%, 20%, 30%) et les taux de rétention des clients (25%, 50%, 75%).
- Standardiser les données.

Expérience personnalisée
Proactivité. Résultats.



"Unis par CI/360"

- Transition depuis un fonctionnement par transaction vers une **expérience client personnalisée**.
- Des solutions innovantes qui aident les clients à atteindre leurs objectifs de façon **proactive**
- Habilitier les employés à contribuer au **succès du client**

Exemple: Dossier électronique de patients EPIC

"Epic" signifie le récit glorieux des événements d'une nation. Tout comme l'Iliade ou l'Odyssée, nos dossiers électroniques de patients **constituent l'historique des soins de santé d'un patient au cours du temps.**



Notre logiciel est utilisé dans...



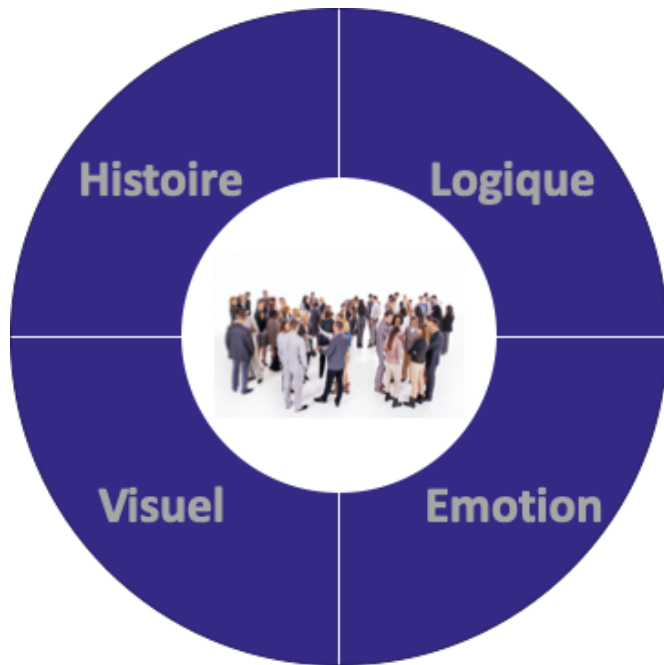
- Dossiers électroniques de patients pour les grandes organisations de soins de santé et les centres hospitaliers universitaires.
- Les hôpitaux qui utilisent ce logiciel détiennent les dossiers électroniques de 54% des patients aux Etats-Unis.
- Elu meilleure suite logicielle en 2018 (KLAS awards).

- Un logiciel qui aide les gens à être en bonne santé, qui aide les gens à rester en bonne santé, et qui aide les générations futures à être en meilleure santé.

"avec le patient au cœur"

SOURCE: Epic.com

Application du modèle du pourquoi convaincant



Application à

“mobiliser les gens pour fournir des résultats” c.à.d. Change Management

Application à


tout projet ou initiative de changement

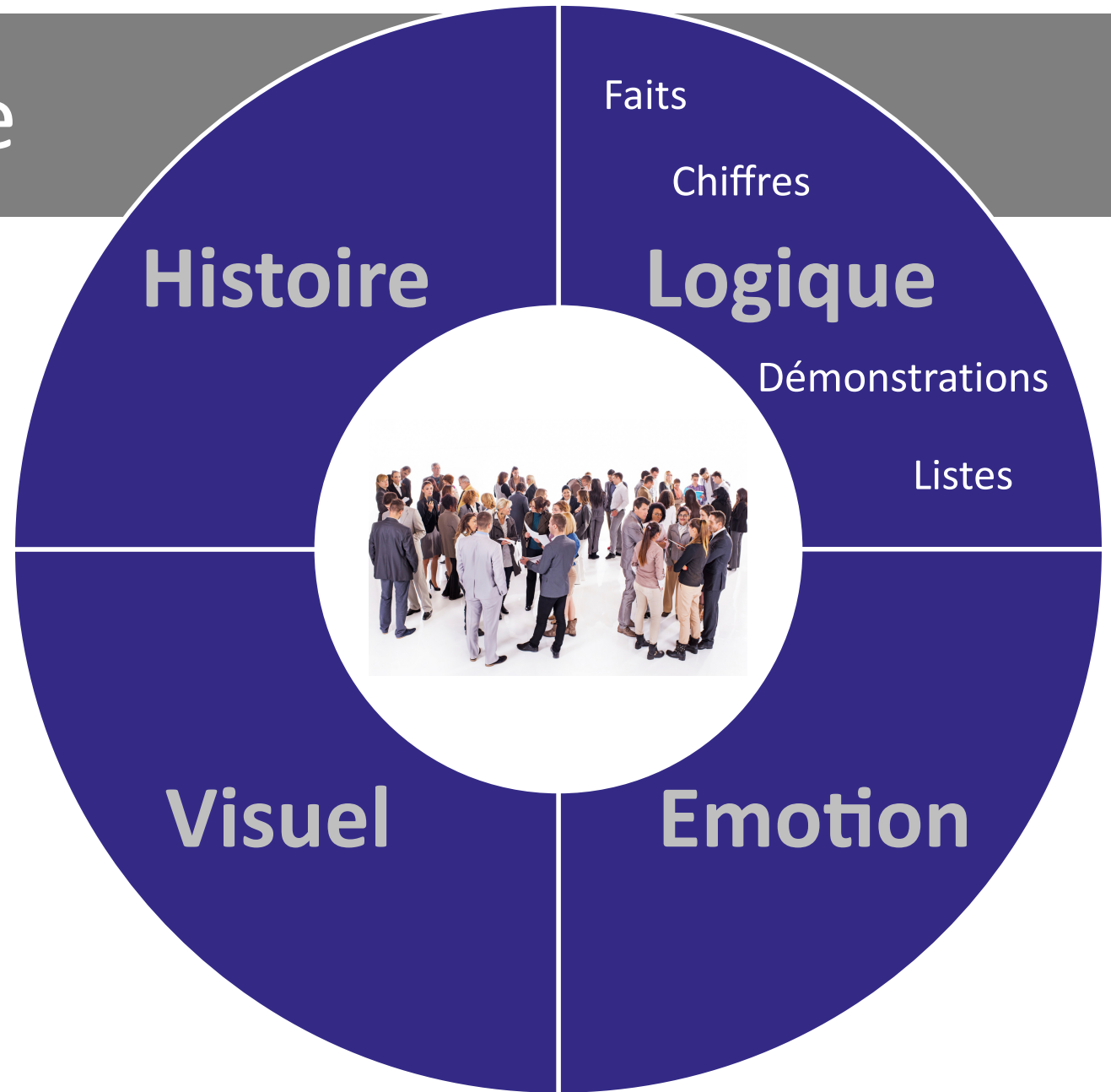
Logique/Business Case

Prosci Webinar Handout solutions@prosci.com | +1 970 203 9332

Craft a Compelling **"Why"**: Inspire People to Take Action

Name of Project or Change Initiative

Story: Imagination, Context, Action, Result	Logic: Facts, Figures, Features, Lists
<div></div>	
Visual: Destination, Steps, Progress, Benefits	Emotion: Principles, Values, Beliefs, Ego



🗨 Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📱 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

Quels sont les mots-clés de votre "pourquoi" logique?

“Valorisation de talents ”

“Sublimier l'expérience ”

“adoption outil ”

“Rester le numéro 1 ”

“Harmonisation des pratiques ”

“anticipation des projets clients ”

“Rapidité ”


“Augmenter notre Agilité ”

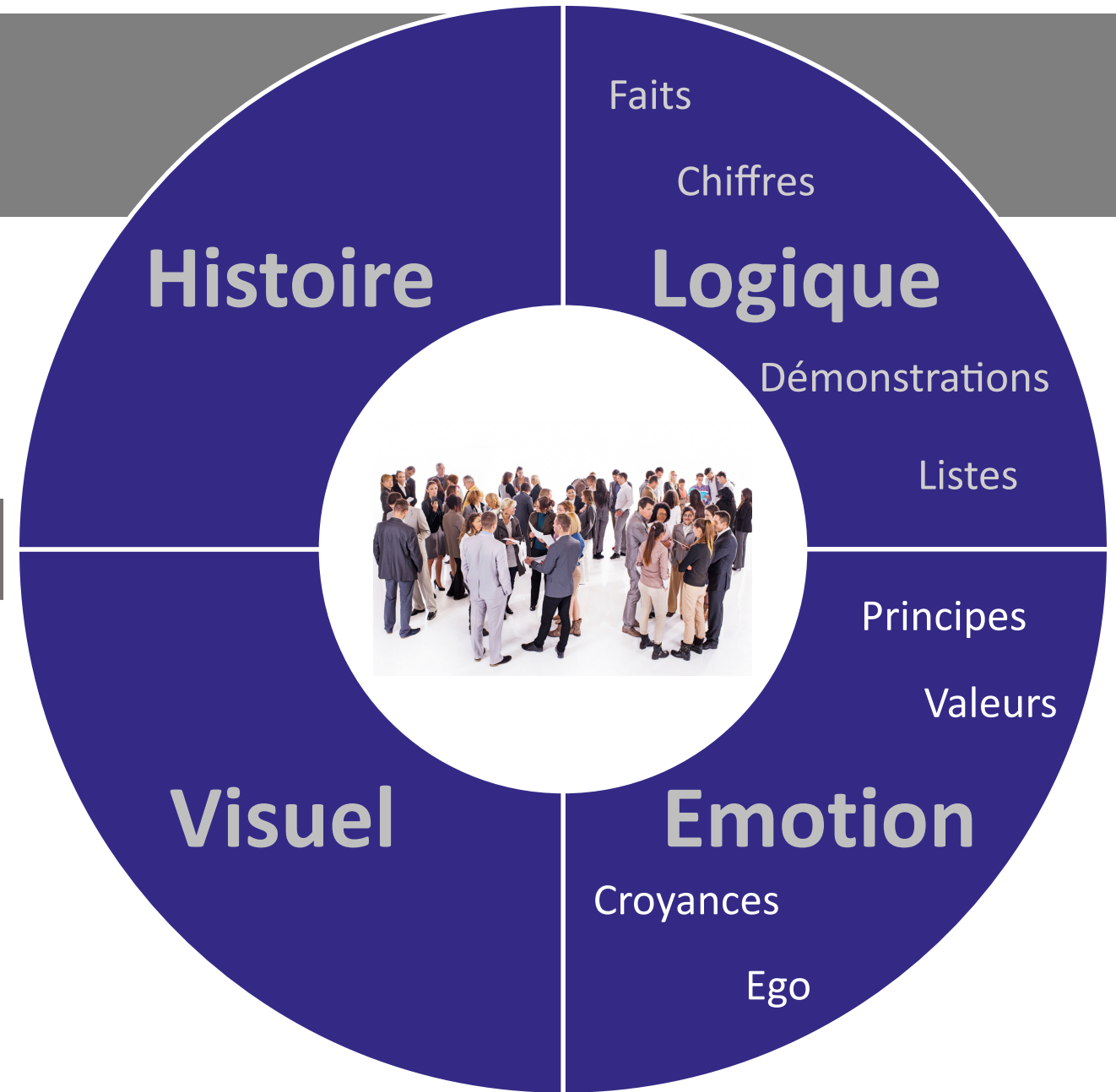
Emotion

Prosci Webinar Handout solutions@prosci.com | +1 970 203 9332

Craft a Compelling "Why": Inspire People to Take Action

Name of Project or Change Initiative

Story: Imagination, Context, Action, Result	Logic: Facts, Figures, Features, Lists
<div><div><div>Story</div><div>Logic</div><div>Visual</div><div>Emotion</div></div></div>	
Visual: Destination, Steps, Progress, Benefits	Emotion: Principles, Values, Beliefs, Ego



🗨 Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📱 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

Quels sont les mots-clés de votre "pourquoi" de type Emotion?

“Valoriser nos talents ”

“Innovation ”

“Sublimer l'expérience ”

“Remettre l'humain au centre des préoccupations de notre entreprise ”

“Notre ambition ... ”

“Grandir ”

“Porter attention à nos collaborateurs ”

“Avec vous ”

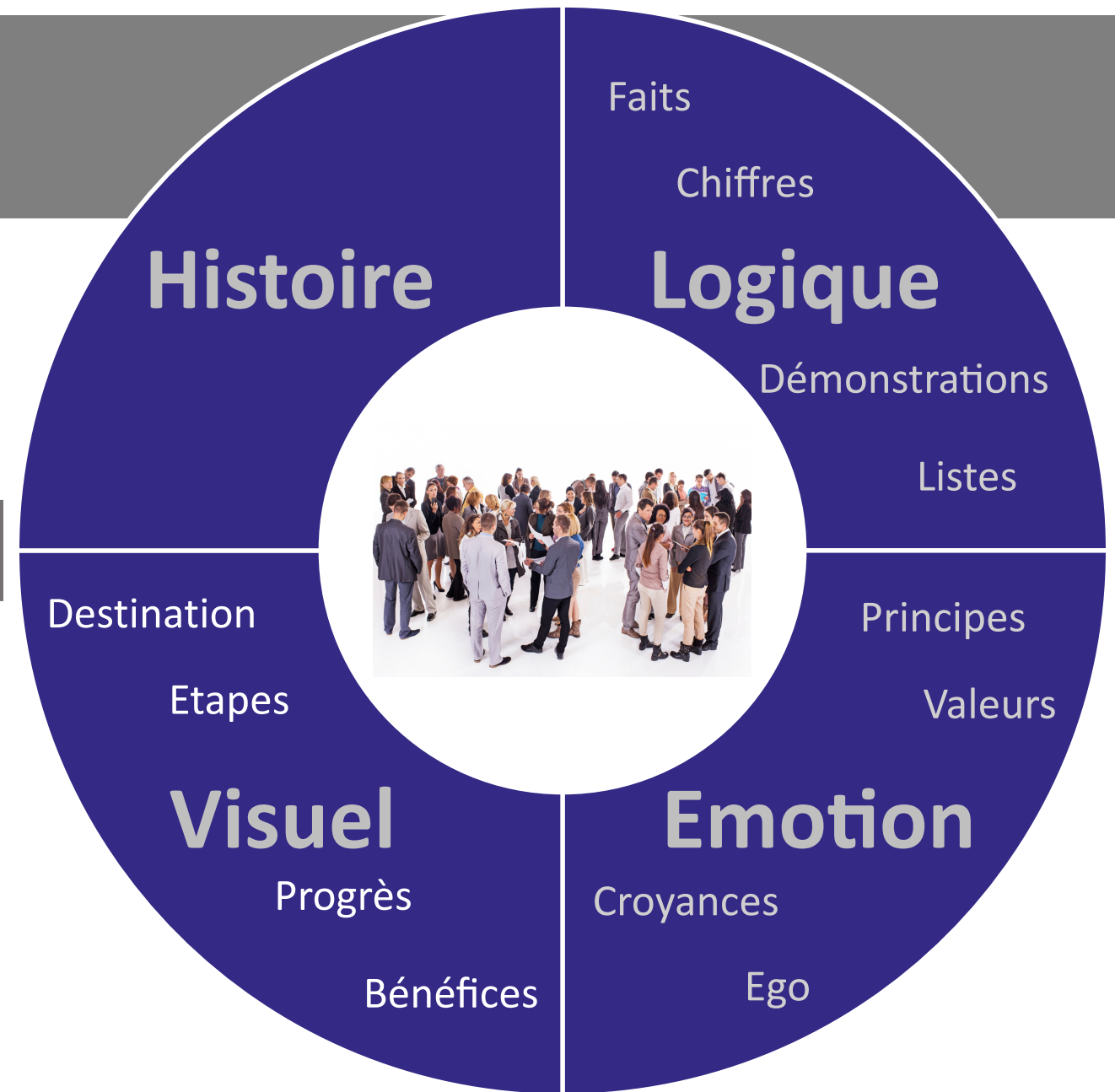
Visuel

Prosci Webinar Handout solutions@prosci.com | +1 970 203 9332

Craft a Compelling "Why": Inspire People to Take Action

Name of Project or Change Initiative

Story: Imagination, Context, Action, Result	Logic: Facts, Figures, Features, Lists
<div><div><div>Story</div><div>Visual</div></div><div><div>Logic</div><div>Emotion</div></div></div>	
Visual: Destination, Steps, Progress, Benefits	Emotion: Principles, Values, Beliefs, Ego



Histoire

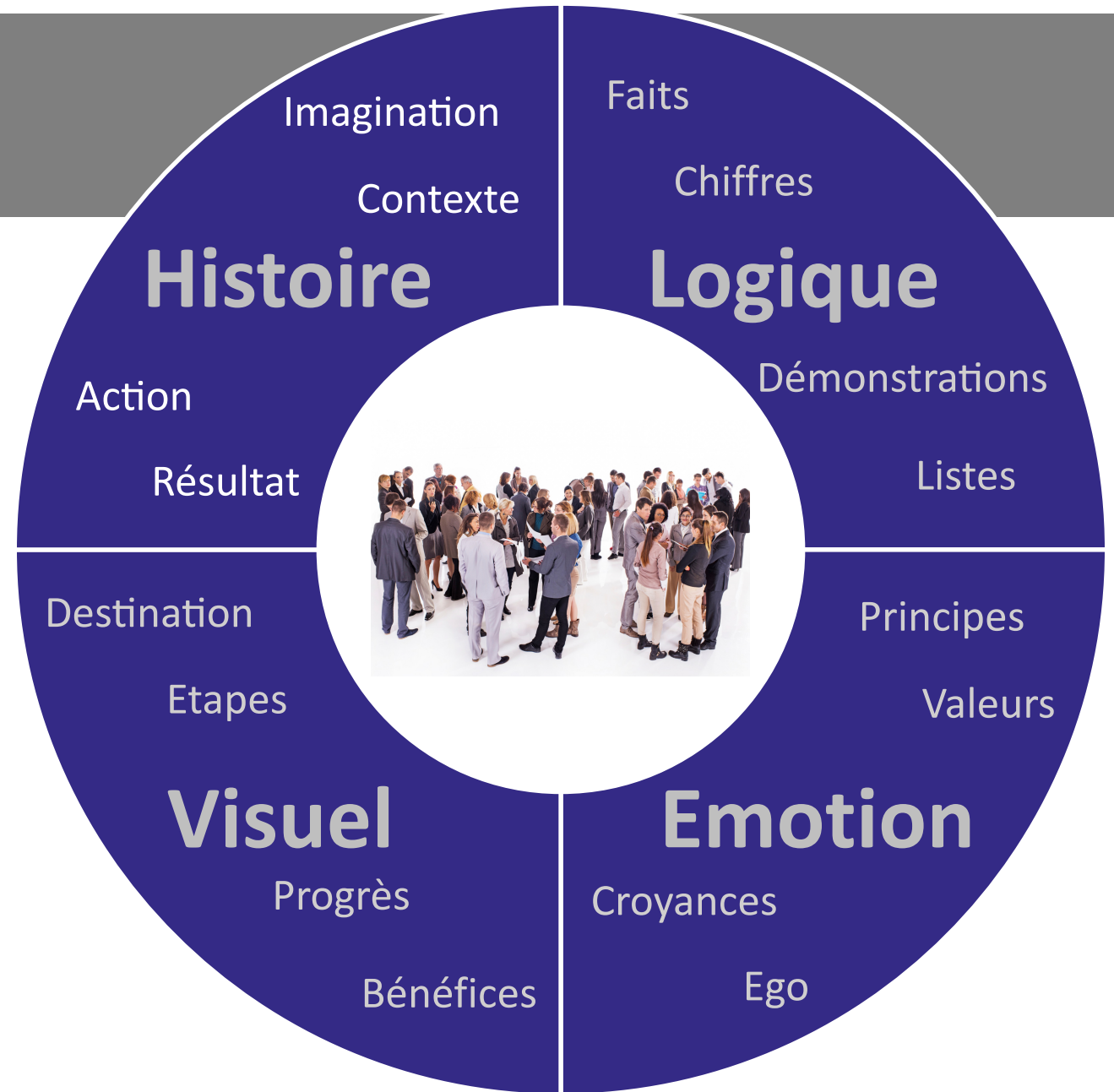
Prosci Webinar Handout solutions@prosci.com | +1 970 203 9332

Craft a Compelling “Why”: Inspire People to Take Action

Name of Project or Change Initiative

Story: Imagination, Context, Action, Result **Logic:** Facts, Figures, Features, Lists

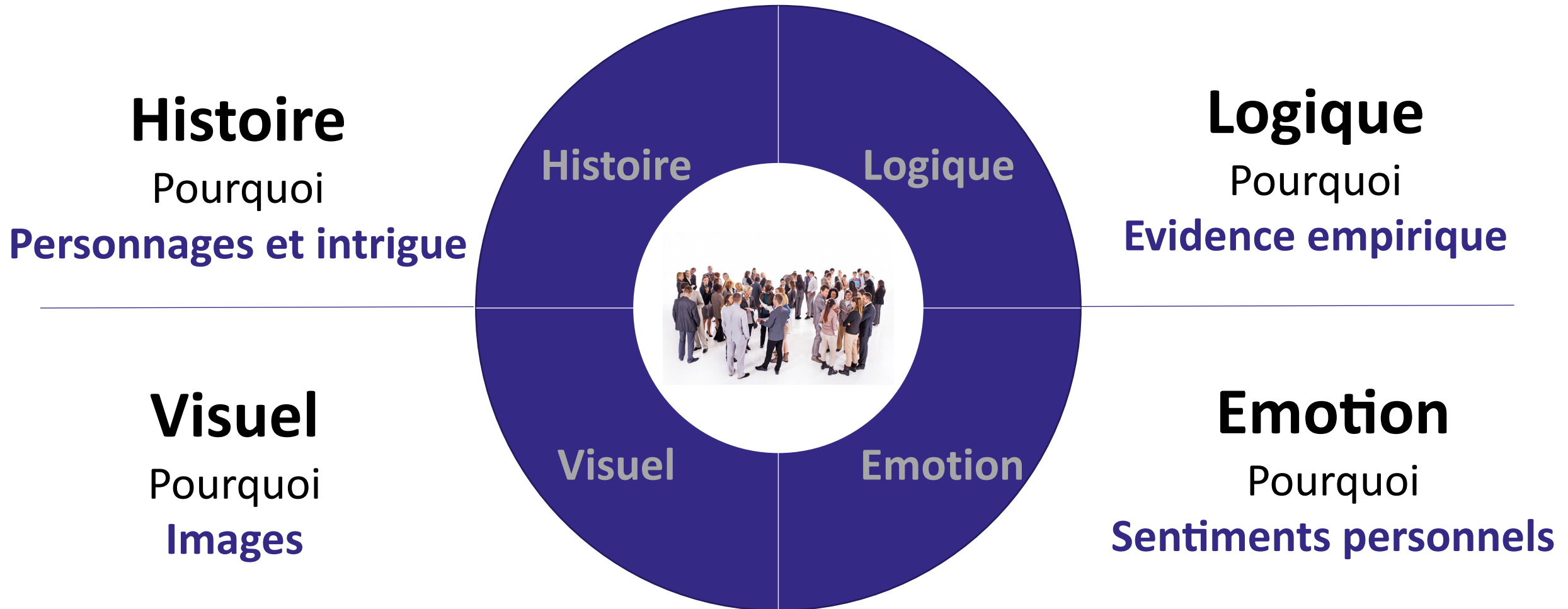
Story	Logic
Visual	Emotion
Visual: Destination, Steps, Progress, Benefits	Emotion: Principles, Values, Beliefs, Ego



Un 'pourquoi'
conçu en
fonction des
interlocuteurs
inspire
différentes
personnes à
prendre action



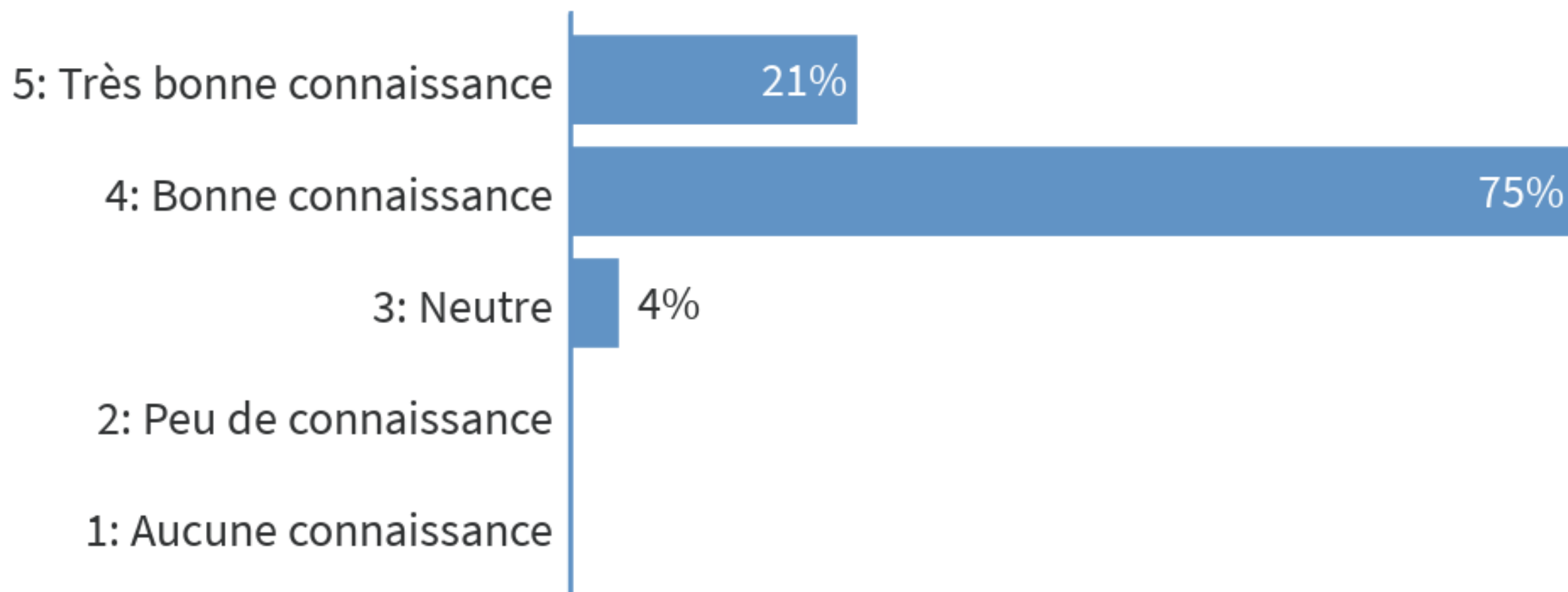
Le modèle du pourquoi convaincant



🖥️ Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📱 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

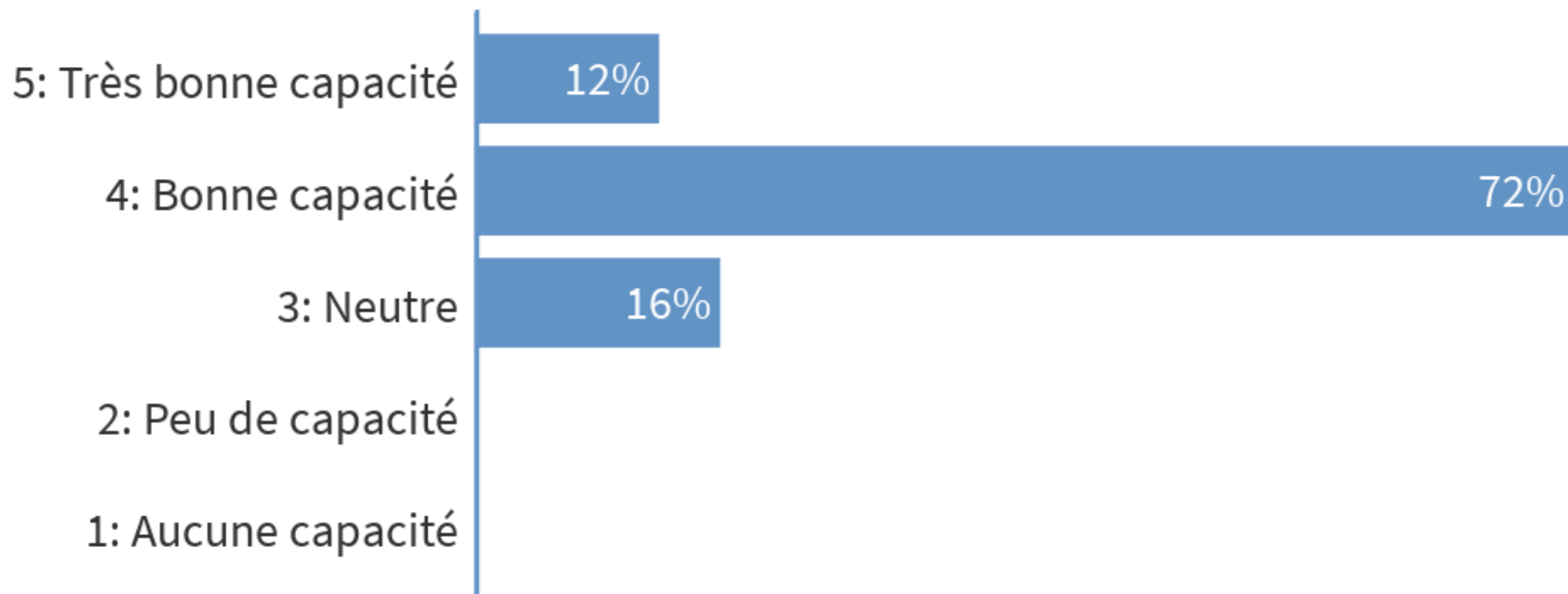
Evaluation ADKAR: Comment évaluez-vous votre **CONNAISSANCE** actuelle sur comment formuler un pourquoi convaincant?



🗨 Lorsque le sondage est actif, répondez à **PollEv.com/nexum2020**

📠 Envoyez **NEXUM2020** au **22333** une fois pour participer

Evaluation ADKAR: Comment évaluez-vous votre **CAPACITE** actuelle à formuler un pourquoi convaincant?





Prosci

PEOPLE. CHANGE. RESULTS.

vincent.piedboeuf@nexum.eu

antoine.wouters@nexum.eu

www.nexum.eu

www.linkedin.com/company/nexum.eu

Nexum

People solutions for business challenges