

DIRE BEAUCOUP DE CHOSES EN PEU DE MOTS



DE PYTHAGORE À L'ABBÉ PIERRE...

CE QUE LES GRANDS PERSONNAGES NOUS APPRENNENT
SUR LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE



DIRE BEAUCOUP
DE CHOSES
EN PEU DE MOTS

DIRE BEAUCOUP DE CHOSES EN PEU DE MOTS

DE PYTHAGORE À L'ABBÉ PIERRE... CE QUE LES GRANDS PERSONNAGES
NOUS APPRENNENT SUR LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Auteur: Samuel BIELKA

Édition 2019

© GERESO Édition 2019

Direction de collection: Catherine FOURMOND
Suivi éditorial et conception graphique: GERESO Édition
Illustration: © heraldodelsur/istockphotos.com

www.gereso.com/edition
e-mail: edition@gereso.fr
Tél. 02 43 23 03 53 - Fax 02 43 28 40 67

Reproduction, traduction, adaptation interdites
Tous droits réservés pour tous pays
Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal: Septembre 2019
ISBN: 978-2-37890-216-2
EAN 13: 9782378902162
ISBN numériques :
ISBN eBook : 978-2-37890-326-8
ISBN ePub : 978-2-37890-327-5
ISBN Kindle : 978-2-37890-328-2

GERESO SAS au capital de 160640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577
Siège social: 38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France

OUVRAGES DU MÊME AUTEUR :

- Le guide du Community Manager
- Techniques et astuces incontournables des réseaux sociaux

LES « HORS COLLECTION » GERESO ÉDITION :

- 60 minutes pour reprendre le contrôle de vos mails
- Bien organiser et réussir vos événements
- Ce boulot est pour moi !
- Concevoir un module de formation
- Conduire le changement en entreprise
- Conseils pratiques pour piloter votre PME
- Créer sa petite entreprise en 50 étapes
- Développez votre identité numérique
- Diagnostiquer la performance industrielle
- Écrire vite, écrire court, écrire bien
- Être l'acteur de sa retraite
- Et si on se parlait à table ?
- Homo Creativus
- Je lance ma start-up!
- La banalité du conformisme
- Le business plan en pratique
- Le Manager Samourai
- L'empire du mail

www.la-librairie-rh.com

la librairie RH
by GERESO

LES « HORS COLLECTION » GERESO ÉDITION :

- Le webmarketing en 150 questions
- Manager la performance industrielle
- Montez en gamme!
- Napoléon joue de la cornemuse dans un bus
- Parents-Ados : comme chiens et chats!?
- Plouf plouf ! Ce sera toi le manager !
- Relations humaines : entre raison et sentiments
- S.O.S. Management en détresse!
- Tous formateurs !

SOMMAIRE

Introduction	11
Thalès	15
Apprenez des erreurs des autres	15
Pythagore	17
Sortez de votre zone de confort.....	17
Pesez chaque mot.....	19
Confucius	23
Sortez de l'isolement.....	23
Sun Tzu	27
Apprenez à vous connaître.....	27
Socrate	29
Dialoguez pour être aimé	29
Redonnez une place aux émotions.....	31
Profitez des conflits pour nouer des liens	32
Platon	33
Privilégiez la qualité à la quantité	33
Aristote	35
Jouez avec l'effet miroir	35
Jules César	37
Flattez l'ego de vos lecteurs.....	37
Sénèque	39
Aimez vos lecteurs	39

Aimeriez-vous vraiment lire vos messages ?	40
Créez des contenus partageables.....	41
Plutarque	43
Gagnez le temps des autres.....	43
Ne touchez pas tout le monde	44
Charlemagne	47
Travaillez vos contenus	47
Érasme	49
Soyez fou.....	49
Machiavel	51
Rendez-vous indispensable	51
Martin Luther	53
Adaptez votre discours aux nouveaux médiums	53
Rabelais	55
Dépensez de l'argent.....	55
Miguel de Cervantes	59
Suivez une stratégie	59
William Shakespeare	63
Donnez un visage humain à votre entreprise	63
René Descartes	65
Soyez utile aux internautes	65
Déployez une communication visuelle	67
Baruch Spinoza	69
Jouez sur les émotions.....	69
Nicolas Boileau	71
Mettez vos idées au clair.....	71
Louis XIV	73
Changez de rythme	73
Voltaire	77
Faites connaître pour susciter le désir	77
Jean-Jacques Rousseau	79
Acceptez le jugement de vos lecteurs	79

Étudiez vos cibles au-delà des apparences.....	80
Madame du Barry	83
Descendez de votre piédestal	83
Louis XVI	87
Soyez à l'écoute des signaux faibles	87
Respectez les habitudes des utilisateurs	89
Talleyrand	91
Bannissez l'implicite.....	91
Napoléon	93
Tirez profit de vos réussites.....	93
Misez sur un discours visuel	94
Répétez sans radoter	96
Soignez l'exécution de votre stratégie	97
Lâchez prise	98
Écoutez pour mieux prendre la parole	98
Ne soyez pas dogmatique.....	99
Arthur Schopenhauer	101
Nouez des relations durables avec vos lecteurs.....	101
Adolphe Thiers	103
Acceptez l'échec	103
Victor Hugo	105
Persévérez.....	105
George Sand	107
Soyez authentique.....	107
Napoléon III	109
Facilitez la vie de vos interlocuteurs.....	109
Abraham Lincoln	113
Demandez-vous comment vos lecteurs s'imaginent	113
Anatole France	115
Profitez de la preuve sociale	115
Sigmund Freud	119
Rempotez de petites victoires.....	119
Ne mentez pas	121

Jean Jaurès	123
N'espérez pas changer la réalité	123
Jules Renard	125
Prenez le temps nécessaire.....	125
Hésitez.....	126
Gandhi	129
Soyez positif.....	129
Paul Valéry	131
Ne cherchez pas l'exhaustivité.....	131
Bertrand Russell	133
Détachez-vous de la forme	133
Winston Churchill	135
Acceptez de ne pas tout prévoir	135
Profitez des critiques pour vous améliorer.....	136
Soyez acteur et non spectateur	137
Joseph Staline	139
Ne cédez pas au mirage des grands nombres	139
Albert Einstein	143
Simplifiez vos messages	143
Donnez pour recevoir	145
Restez jeune.....	145
Pablo Picasso	147
Posez des questions	147
Redevenez un enfant.....	148
Provoquez des émotions.....	149
John Maynard Keynes	151
Doutez des vérités d'hier.....	151
Charles E. Wilson	153
Rentabilisez au maximum vos contenus.....	153
Charles de Gaulle	155
Ayez confiance	155
Louise Weiss	157
Donnez la parole à vos lecteurs	157

Antoine de Saint-Exupéry	159
Acceptez le regard des autres.....	159
Jacques Lacan	161
Ne parlez pas, dialoguez.....	161
Jean-Paul Sartre	163
Réenchantez le quotidien.....	163
Abbé Pierre	165
Ne visez pas la perfection.....	165
Conclusion.....	167
À propos de l'auteur.....	169

INTRODUCTION

Napoléon aurait-il su haranguer aussi bien les foules sur Facebook qu'il le faisait sur les champs de bataille ?

Victor Hugo aurait-il captivé des centaines de milliers de lecteurs s'il avait créé un blog hébergé en Angleterre pendant son exil ?

Jean-Paul Sartre aurait-il osé affirmer sur Twitter que « l'existence précède l'essence » ? (en seulement 29 caractères !)

Clemenceau aurait-il, pendant la Grande Guerre, transformé son journal, *L'homme libre*, censuré dès 1914, en une newsletter bouillonnante ?

Ces questions, qui relèvent de l'histoire fiction, peuvent sembler loufoques ! Pourtant, je me les pose régulièrement : comment ces figures historiques majeures auraient-elles communiqué au XXI^e siècle, ère du numérique ? Car au-delà du rôle historique que ces figures ont joué, rappelons qu'il s'agissait d'excellents communicants. Seraient-ils totalement dépassés ? Je ne crois pas. Peut-on encore en 2019 apprendre de ces grands personnages ? J'en suis persuadé.

Je m'interroge pour une raison très simple : sur Internet, tout change rapidement, très rapidement, voire trop rapidement. Un site Internet moderne et ergonomique il y a dix ans est aujourd'hui la relique d'un monde disparu. Chaque jour, de nouveaux logiciels naissent, d'autres meurent. Des métiers surgissent de nulle part et d'autres se métamorphosent. Pour tous les professionnels, cette révolution permanente a quelque chose d'angoissant, même si on refuse généralement de l'admettre. Disruptif, dit-on.

Face à ce constat stressant, j'ai trouvé rassurante l'idée de réaliser ce petit manuel de communication numérique, qui partirait de grands personnages historiques n'ayant pourtant jamais touché un clavier de leur vie. Ces figures célèbres pour avoir marqué notre passé nous offrent en effet d'importants enseignements, souvent intemporels. D'où mon pari, un peu fou : et si Jules César, Louis XIV et Napoléon pouvaient nous servir de boussole, pour guider notre communication numérique ?

Bien entendu, il est impossible de réaliser un ouvrage sur la communication numérique en étant totalement fidèle à des personnages morts avant la création d'internet. Il va de soi qu'il s'agit d'un exercice divertissant, qui permet de soulever des thématiques contemporaines de façon originale et décalée. Je ne peux évidemment pas prétendre rendre compte de la pensée exacte de Napoléon lorsque j'évoque la bonne stratégie de mailing ou le bad buzz ! Si vous avez ce livre entre vos mains, vous avez probablement compris ma démarche, qui se veut ludique et insolite, et non scientifique.

D'un point de vue purement pédagogique, il est toujours intéressant de rattacher le savoir que l'on souhaite transmettre à un autre savoir déjà connu. Cela permet de créer ce que les spécialistes de l'éducation et du jargon appellent une chaîne cognitive. Au lieu de flotter au milieu de nulle part dans votre cerveau, les thématiques que j'aborde dans l'ouvrage seront liées à des figures que vous connaissez bien, facilitant la mémorisation, et même la compréhension.

L'objectif est aussi de prendre plaisir à lire l'ouvrage, en sortant de la communication pure et dure, et en l'élargissant à d'autres domaines. Je suis en effet très frustré de devoir choisir entre lire des ouvrages professionnels pour m'améliorer dans mon métier, ou des romans et autres ouvrages de sciences humaines pour me cultiver. Le rythme effréné du quotidien m'oblige à choisir, car le temps me manque pour tout lire ! Avec cet ouvrage, j'ai en quelque sorte, voulu résoudre ce problème qui me paraissait insoluble.

Précisons en toute transparence que les personnages choisis n'ont pas vocation à refléter de façon exhaustive l'histoire de l'humanité. De nombreuses figures marquantes manquent à l'appel, et celles retenues ne sont que le reflet de ma culture et de mes études. On pourra y voir une approche trop masculine, trop européo-centrée, ou pas assez artistique : je plaide humblement coupable et reconnais mes lacunes, qui je l'espère ne vexeront personne.

Cette approche a ses limites : difficile en effet d'évoquer des aspects techniques avancés en évoquant des personnages qui n'ont jamais connu Internet. Je vais donc me focaliser sur les bonnes attitudes qui expliquent la réussite de ces figures de notre histoire, et la pérennité de leur pensée philosophique ou artistique. Je suis persuadé qu'après quelques décennies de « folie de la communication », nous sommes en train de revenir à des fondamentaux, avec une communication centrée sur l'humain et l'échange. Or, ce sont précisément ces éléments immuables que l'histoire nous permet de cerner, et de nous réapproprier, loin des illusions récentes, entre automatisation à tout va et technicisation excessive du métier de communicant.

J'ai volontairement fait le choix de présenter les chapitres de façon strictement chronologique, afin de vous permettre de lire une histoire qui se déroule telle une bobine, siècle après siècle. Cette narration a parfois l'inconvénient d'éparpiller des éléments qui auraient pu être regroupés de façon thématique. Après avoir pesé le pour et le contre, j'ai choisi de donner la priorité à la progression historique, car elle constitue à mes yeux toute l'originalité du livre. Elle prouve en outre qu'à plusieurs siècles d'intervalle, l'histoire nous offre avec la même constance des leçons à retenir pour nous, communicants du XXI^e siècle. Cette continuité constitue ainsi un gage de fiabilité, les meilleurs enseignements étant ceux qui traversent les siècles sans perdre leur fraîcheur.

Enfin, si vous êtes un professionnel aguerri et que ce livre ne vous apprend rien en matière de communication numérique, il vous restera toujours quelques bonnes citations à replacer lors de vos repas mondains, ou de bonnes accroches pour vos futures publications !

