

C'EST MALIN

Yves Maire du Poset

BIEN SE VENDRE EN 2 MINUTES



**Toutes les clés pour construire un storytelling
efficace et convaincre rapidement**

LEDUC
poche

VIE PROFESSIONNELLE

« Parlez-moi de vous ! » Cette phrase, souvent redoutée, marque l'étape la plus difficile des entretiens professionnels et elle est rarement bien préparée. Que faut-il dire ? Et comment le dire ? Comment construire son storytelling ? Comment valoriser ses points forts et muscler ses points faibles ? Vous n'avez que quelques instants pour faire bonne impression : gare aux discours trop longs, confus, hors sujet ou ennuyeux !

Grâce à ce guide détaillé, présentez la meilleure version de vous-même en seulement 2 minutes en :

- **organisant votre démarche** afin d'enrichir votre discours ;
- apprenant à devenir un **meilleur communicant** ;
- construisant un **storytelling bref et convaincant** ;
- travaillant votre présentation au **téléphone, par e-mail et en rendez-vous**.

**TOUTES LES CLÉS
POUR CONVAINCRE ET RÉUSSIR
VOS ENTRETIENS !**

Yves Maire du Poset, expert en Ressources Humaines, a développé sa société de conseil. Il est déjà l'auteur de plusieurs best-sellers aux éditions Leduc.

Illustration de couverture : Marie Ollier
Rayon : Vie professionnelle

ISBN : 979-10-285-3321-2



7,50 euros
Prix TTC France



editionsleduc.com
LEDUC
poche

**BIEN SE VENDRE
EN 2 MINUTES**

DANS LA MÊME COLLECTION

Aller à l'essentiel, c'est malin, Leo Babauta et Olivier Roland, 2024

Gérer son temps efficacement, Peter Bregman, 2024

Maîtriser l'art de la repartie, Corinne Blanc-Faugère, 2024

REJOIGNEZ NOTRE COMMUNAUTÉ DE LECTEURS!

Inscrivez-vous à notre newsletter et recevez des informations sur nos parutions, nos événements, nos jeux-concours... et des cadeaux!

Rendez-vous ici : bit.ly/newsletterleduc
Retrouvez-nous sur notre site www.editionsleduc.com
et sur les réseaux sociaux.



Leduc s'engage pour une fabrication écoresponsable!

« Des livres pour mieux vivre », c'est la devise de notre maison.

Et vivre mieux, c'est vivre en impactant positivement le monde qui nous entoure! C'est pourquoi nous avons fait le choix de l'écoresponsabilité. Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre site.



Ce livre est une nouvelle édition de l'ouvrage *2 minutes... pour bien se vendre : l'art de parler de soi*, du même auteur, publié en 2008 aux éditions Leduc.

Design de couverture : Antartik

Illustration de couverture : Marie Ollier

Maquette : Patrick Leleux PAO

© 2025 Leduc Éditions
76, boulevard Pasteur
75015 Paris - France
ISBN : 979-10-285-3321-2
ISSN : 2425 - 4355

C'EST MALIN

Yves Maire du Poset

BIEN SE VENDRE EN 2 MINUTES

**Toutes les clés pour construire
un storytelling efficace
et convaincre rapidement**

LEDUC 
poche

*A tous ceux que j'ai accompagnés
qui voulaient développer leur carrière,
leur business...*

*Tous cherchaient à construire
un bon message pour se vendre.*

SOMMAIRE

INTRODUCTION	9
--------------	---

Parler de soi pour faire bonne impression, indispensable... mais si difficile !

Chapitre 1 PARLER DE SOI, POUR QUOI FAIRE ?	15
Chapitre 2 À QUI PARLER DE SOI ?	23

Parler de soi, bonne nouvelle, ça s'apprend !

Chapitre 3 PARLER DE SOI, UN EXERCICE DIFFICILE : LES OBSTACLES	33
Chapitre 4 ADOPTER UNE DÉMARCHÉ ORGANISÉE	39
Chapitre 5 LES CLÉS POUR ENRICHIR VOS DISCOURS	45
Chapitre 6 LE TRAVAIL DE SYNTHÈSE POUR PRÉPARER L'AVENIR	89
Chapitre 7 COMMENT ÊTRE UN BON COMMUNICANT ?	95

Parler de soi, « *storytelling* », mode d'emploi

Chapitre 8	LES DIFFÉRENTES FORMES DE PRÉSENTATION DE SOI	109
Chapitre 9	COMMENT BIEN DÉMARRER UN ENTRETIEN ?	113
Chapitre 10	COMMENT PARLER DE SOI EN 2 MINUTES ?	121
Chapitre 11	COMMENT POURSUIVRE L'ENTRETIEN APRÈS LES 2 MINUTES ?	171
Chapitre 12	COMMENT PARLER DE SOI EN QUELQUES SECONDES	195
Chapitre 13	COMMENT PARLER DE SOI AVEC SON CV ?	211
	CONCLUSION	219
	TABLE DES MATIÈRES	221

INTRODUCTION

Il convient sans doute de commencer par prendre conscience d'une réalité cruelle : sur de nombreux sujets parmi les plus simples, nous ne sommes guère préparés !

Savoir **parler de soi** n'est pas inné et pourtant qui pense à s'y former ? La plupart du temps, non seulement nous ne savons pas nous y prendre, mais nous improvisons, souvent sans grand succès...

Avez-vous remarqué, devant une présentation confuse, combien votre attention diminue rapidement ? Vous pouvez faire tous les efforts pour la maintenir, l'ennui vous envahit avec l'irrésistible envie de changer d'air...

Mais ce que l'on constate chez les autres est évidemment du même acabit chez nous : pour parler de nous, nous ne savons pas mieux nous y prendre ! La bouche à peine ouverte, on se sent embarrassé et emprunté face à nos propres propos. L'exercice achevé, les autocritiques fusent : a-t-on vraiment réussi à dire ce que l'on voulait dire, est-on parvenu à faire passer

tel ou tel message sur soi, n'a-t-on pas oublié l'essentiel ? A-t-on été suffisamment clair et concis ? Les premiers mots n'ont-ils pas été bafouillés ? Fallait-il commencer ainsi ? Et l'on s'interroge sur ce que notre interlocuteur a réellement retenu de nos propos, s'il a seulement retenu quelque chose...

Et quand on s'est pris les pieds dans le tapis sans savoir précisément pourquoi, on se retrouve bien seul avec soi-même. On se dit que l'on aurait pu être meilleur, qu'il faudra mieux se préparer la prochaine fois... ! Mais cette prochaine fois, cette nouvelle chance, quand se présentera-t-elle ? Et, à ce moment-là, sera-t-on mieux préparé ?

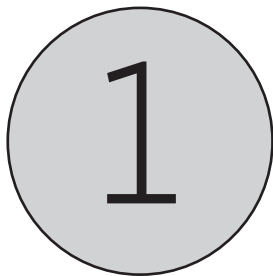
C'est parce que rater ce « passage obligé » fait courir bien des risques que nous avons pensé à ce livre. Son objectif : vous aider à réussir votre *storytelling*. En vous donnant les clés d'une bonne préparation et en vous mettant dans les meilleures conditions pour être à l'aise, dans toutes les situations.

Car, que cherchons-nous à dire dans un tel exercice ? Des choses fort simples mais qui sont toujours lourdes de conséquences. Notre présentation a ainsi un double objectif :

- il faut que ce que nous disions sur nous soit **retenu par les autres**,
- il faut que notre discours les entraîne à **agir en notre faveur**.

Or bien parler de soi donne davantage : cela permet de satisfaire ce besoin naturel de rompre sa solitude (professionnelle comme personnelle) et de créer des liens nouveaux. Bien s'exprimer permet de faire comprendre aux autres nos passions, nos techniques et nos projets mais aussi de comprendre les leurs.

Quand on sait bien **parler de soi**, on peut prétendre à un vrai confort dans les échanges, qu'ils soient professionnels ou personnels. Ce confort vient d'une confiance en soi retrouvée, d'une liberté dans le discours vis-à-vis de soi-même comme vis-à-vis des autres. Savoir parler de soi avec professionnalisme libère !



**PARLER DE SOI
POUR FAIRE BONNE
IMPRESSION,
INDISPENSABLE...
MAIS SI DIFFICILE !**

Chapitre 1

Parler de soi, pour quoi faire ?

Dans notre vie professionnelle, bien parler de soi est plus utile et important qu'il n'y paraît. D'abord parce que la vie ne cesse de nous confronter à cet exercice. Les occasions sont en effet plus nombreuses qu'on ne le croie et aussi parce que nous sommes tous concernés. Sur le plan professionnel, cela va de soi. Sans une bonne maîtrise de cet art, comment parler de nos talents, de notre expérience ou de nos projets ?

Or que voit-on dans l'entreprise ? Dans neuf cas sur dix, des gens mal préparés sur ce sujet, improvisant de pâles présentations d'eux-mêmes, le plus souvent confuses ou incomplètes. Elles sont parfois même si pauvres que le résultat produit s'avère médiocre quand il n'aboutit pas à l'inverse de son objectif. Il arrive même assez souvent que lors d'une rencontre, il n'y ait pas de présentation de soi, comme si cela n'avait pas vraiment d'importance !

QUAND A-T-ON BESOIN DE PARLER DE SOI ?

Voici quelques-uns des cas les plus fréquents où l'on devrait être capable de parler aussi de soi sagement :

- **l'étudiant** qui, malgré son peu d'expérience et l'on pourrait dire en raison même de son peu d'expérience, doit donner le meilleur de ses motivations scolaires ou personnelles, ainsi que de ses réussites (participation à une association, engagement de toute sorte...).
- **le manager** qui prend en mains sa nouvelle équipe lors d'une première réunion et qui a besoin de donner tout de suite une image claire de son projet, de son ambition, de produire des interrogations positives chez ses collaborateurs, de créer les conditions d'un bon démarrage...
- **le nouvel arrivé dans une entreprise** qui doit imposer immédiatement sa présence, son expertise en s'appuyant sur son expérience passée ; il doit aussi montrer son esprit d'ouverture, sa souplesse, créer les conditions de relations de sympathie...
- **un commercial** qui, face à ses clients ou ses prospects, doit immédiatement faire apparaître avec clarté la personne de confiance

qu'il est, meilleur garant de la qualité de ce qu'il est en train de vendre...

- **un chef d'entreprise** qui, à maintes occasions, doit séduire et convaincre ses actionnaires, ses partenaires et ses clients de la force de son projet, de l'ambition de sa stratégie mais aussi de sa propre détermination et de ce qui la motive...
- **un demandeur d'emploi** qui doit trouver les bons arguments concernant son offre pour convaincre son interlocuteur de ses capacités et de son envie d'obtenir ce poste...
- **un cadre qui veut évoluer au sein de son entreprise** en donnant une impulsion nouvelle à sa carrière. Qu'il s'agisse d'une évolution verticale ou latérale, celui-ci doit convaincre qu'il peut réussir à tenir cette nouvelle responsabilité en produisant le discours le plus adapté sur ce qu'il a à offrir...
- **un recruteur** dans l'entreprise dont la réussite se mesure au nombre et à la qualité des collaborateurs recrutés. Au-delà des attraits de son entreprise, celui-ci doit savoir que c'est lui qu'il cherche à vendre et qu'il a donc tout intérêt à savoir parler de lui...
- etc.

Aucune situation professionnelle n'y échappe !
Du haut en bas de la hiérarchie et quelle que soit

la nature de la fonction que l'on occupe, nous sommes tous appelés, à un moment donné, à parler de nous. Ceci pour une raison simple : le plus important dans toute forme de transaction, c'est la personne humaine, quel que soit son objet. Si vous êtes franchement antipathique et si vous ne savez pas parler de vous de manière attrayante, vous aurez beau commercialiser le meilleur produit du monde, vous n'en vendrez pas un !

NE PAS NÉGLIGEZ LE CADRE PLUS PERSONNEL

Les opportunités, dans ce cadre plus personnel, ne sont pas moins nombreuses à saisir ! **Ne pas savoir parler de soi dans la vie de tous les jours nous prive de formidables opportunités et d'aides dont nous pourrions profiter.** Comment en effet apporter quelque aide que ce soit à un proche dont je ne connais rien ?

Dans mon métier, je suis toujours étonné de constater que ceux qui se disent isolés, sans réseau, en vase clos... possèdent comme tout le monde des liens naturels, de proximité, amicaux, etc. qu'ils négligent le plus souvent dans leur réflexion sur leur propre réseau. Eux aussi, ils ont un beau-père, des cousins, un frère,

des amis, un médecin, un plombier, un maire, des voisins... à qui ils n'osent pas dire quel est leur projet professionnel, leur souci de retrouver un emploi, de développer leur affaire. Ils n'osent tout simplement pas exprimer ce qui les anime dans l'instant ! De telle sorte que, se privant de ce ressort relationnel puissant, ils s'enfoncent dans leur état de solitaire, pensant sans doute que cela ne servirait à rien de remédier à une telle situation.

En agissant ainsi ils se privent doublement de la joie de s'exprimer, mais aussi de l'enrichissement que pourrait leur apporter le réseau de ces gens rencontrés !

Si vous n'êtes pas convaincu de ce que je dis, faites le test. Vous verrez, il sera édifiant.

Comment faire ? Sollicitez deux ou trois de vos proches (conjoint, ami...) et cherchez à vérifier ce qu'ils savent de vous sur le plan professionnel. Profitant d'un moment de disponibilité, posez-leur cette question simple : « *Que dirais-tu en quelques mots sur moi, sur le métier que j'exerce... à quelqu'un qui souhaiterait en savoir davantage sur moi ?* »

Vous constaterez vite leur embarras, leur difficulté à cerner la question, leur imprécision, leur manque de synthèse, de concret ou bien encore leur difficulté à manier les plus simples concepts de votre métier. Bref vous aurez une image sans doute caricaturale mais, en fait, pas si éloignée que cela de ce que vous êtes vous-même capable de faire, à votre propos, dans ce genre de circonstances !

Or si tel est le cas, dites-vous bien que ce n'est pas leur faute mais plutôt la vôtre ! Sans doute n'avez-vous pas fait ce qu'il faut pour qu'ils sachent s'exprimer clairement et simplement sur ce que vous êtes réellement sur le plan professionnel et personnel.

D'ailleurs l'inverse est vrai aussi : êtes-vous capable de parler avec justesse et concision du métier de votre frère, de votre cousin, de votre ami le plus cher... ?

Souvent la première difficulté provient de la complexité du métier. Prenons un exemple : si vous êtes boulanger, tout le monde pourra dire : « Pierre est boulanger » et chacun comprendra à peu près ce que ceci veut dire parce que nous avons tous une représentation claire de cette fonction connue quand bien même nous en ignorons les secrets. Dire qu'on est boulanger est plus facile en effet que de dire qu'on est

consultant ou bien chargé de la conformité dans une banque...Mais pourquoi, en dehors des métiers traditionnels bénéficiant d'une représentation claire pour tout un chacun, cet exercice est-il plus compliqué avec la plupart des autres métiers ?

Parce que ces métiers sont plus abstraits et constitués de réalités difficiles à caractériser si l'on n'a pas d'expérience sur le sujet et si l'on ne dispose pas du langage adapté à ce métier. Les productions de ces métiers ne sont pas facilement identifiables comme l'est la confection d'un pain pour un boulanger ou celle d'un mur pour un maçon...

Mais alors, est-il impossible de parler de soi ? Non ! Bien au contraire. Si l'on s'y prend bien, on peut expliquer à un enfant n'importe quel métier, quel que soit son degré de complexité ou d'abstraction. Ceci devra d'ailleurs constituer un bon moyen de vérifier que vous êtes parvenu à atteindre votre objectif de bien parler de vous : **arriver à faire comprendre à un enfant de 10 ans quel est votre métier !** Quand vous serez à l'aise avec un tel interlocuteur, vous pourrez prétendre l'être avec un adulte.

Toutefois, pour y arriver, il faut travailler d'autant plus que ce métier ne bénéficie pas d'une image claire dans le grand public.

Autre avantage d'être à l'aise sur ce sujet : la présentation de votre activité est un bon témoin du recul que vous avez sur votre métier et de votre capacité à l'expliquer, à en transmettre aux autres les connaissances. C'est d'ailleurs pour cette raison que se transformer en formateur, le temps d'une action de formation, est un excellent moyen d'améliorer la maîtrise de son métier. La formation oblige en effet à structurer, formaliser, clarifier, rendre logique mais aussi à simplifier son sujet.

Chapitre 2

À qui parler de soi ?

LA QUESTION DU RÉSEAU, UNE QUESTION IMPORTANTE

Notre parcours est jalonné de rencontres qui constituent un vrai tas d'or sur lequel nous sommes assis et dont nous ne sommes pas toujours conscients : les gens que nous avons rencontrés professionnellement, ceux de notre entourage proche mais aussi plus lointain, les gens que nous côtoyons dans des cadres divers (l'école de nos enfants, l'activité sportive, les cercles plus institutionnels comme ceux de la commune, etc.). Si nous faisons le compte de manière sérieuse, notre réseau est riche de plusieurs dizaines de personnes auxquelles on peut aisément s'adresser !

Et ce réseau est, sans conteste, l'un des bons moyens d'**aller vers le marché** : qu'il s'agisse de trouver de nouveaux clients, de retrouver un

nouvel emploi, des partenaires nouveaux, d'enrichir la connaissance que nous avons de notre domaine par de nouvelles informations, etc. On peut évidemment trouver d'autres moyens d'atteindre ce marché mais le réseau est le plus simple, le plus rapide et le moins coûteux.

Or si nous ne sommes pas conscients de l'intérêt de ce réseau, c'est parce que, lorsqu'il s'agit de faire le point sur lui, nous trouvons toujours de bonnes raisons de penser que nous ne pouvons sérieusement compter sur telle ou telle personne pour nous apporter une aide quelle qu'elle soit ! « *Non, celui-ci est décidément trop proche, je ne peux m'ouvrir à lui de ma préoccupation...* » ou bien « *Non, celui-là a sûrement oublié mon existence depuis le temps...* » Ou bien encore « *Non, cet autre est vraiment dans un domaine si éloigné du mien que je ne vois décidément pas comment il pourrait s'intéresser à mon cas spécifique...* » Ce qui est sûr, c'est que tous les prétextes sont bons pour renoncer à retrouver ce réseau pour le faire revivre ! Mais le fait le plus drôle à constater consiste en ceci : demandez à quelqu'un quels sont les gens ayant un peu de notoriété qu'il a côtoyés de près ou même de très loin. Vous verrez, il connaît du monde... Mais si vous lui demandez quels sont les gens sans notoriété qu'il a aussi côtoyés et

sur qui il pourrait compter, alors là, il n'y a plus personne !

En effet, on ne se souvient vraiment que des gens qui ont su susciter notre intérêt.

Autre fait à noter : vos proches ne savent pas ce que vous faites ! Je pousserais même le paradoxe suivant en théorème : **le degré de connaissance que vos proches ont de ce que vous faites sur le plan professionnel est inversement proportionnel au degré de proximité !** Et oui, vos proches en savent moins sur vous que vos fournisseurs, vos clients, vos collègues. Une seule explication à ceci : notre civilisation est si peu relationnelle qu'elle ne prédispose guère à aller vers l'autre, surtout s'il s'agit de lui demander quelque chose ! Et, avec la perte du lien social que notre société connaît, ce constat inquiétant ne risque pas de s'arranger !

Votre réseau n'est pas uniquement constitué de vos proches. Il faut y ajouter vos amis et vos relations, ceux que vous avez croisés quel que soit le cercle (professionnel ou personnel) et dont vous vous souvenez mais pas forcément... Il s'agit de ceux que vous avez rencontrés jadis

