

LE PAVÉ DANS LA MARE:

ROI des conférences

J'ai assisté à des conférences dans le cadre professionnel ou privé. J'y ai souvent renoncé par faute de temps, mais surtout parce qu'elles ont tendance à devenir de longs spots publicitaires pour les prestations du conférencier. Et ça m'énerve. Ceci est mon opinion et, je suppose, celle de beaucoup de mes pairs. Si tel n'est pas le cas, qu'ils me jettent la première pierre...

Mais, grands dieux, pourquoi faut-il que les conférenciers utilisent un espace de parole pour faire l'article et chercher à démarcher le chaland? Je comprends que l'indépendant qui est appelé à faire une conférence sur sa spécialité en profite pour réseauter. C'est probablement comme ça qu'il peut le mieux se rendre visible et aborder ceux qui pourraient devenir ses clients: retour indirect sur investissement (RII).

D'ailleurs, lors de conférences-débats, la tradition veut que l'organisateur aménage un espace-temps en fin de manifestation pour échanger autour d'un verre et de quelques cacahouètes (ou mieux s'il a les moyens). Alors le conférencier se fait harponner par les intéressés et, à défaut de se désaltérer, il peut distribuer des cartes de visite à tour de bras. De plus, c'est dans cette phase que ses clients potentiels vont venir chercher ses références (et remettre directement leur propre carte de visite).

Comme je le dis plus haut, je comprends que le conférencier cherche à se vendre. Mais pour ma part, je fais de l'urticaire (même mon médecin confirme) au contact de ces conférenciers qui consacrent l'essentiel du temps qui leur est imparti à présenter leur entreprise «Moi SaRL», puis leur palette de prestations au cœur de laquelle se trouve le

sujet du jour, qui vous démontrent que si vous faites appel à moi vous pourrez profiter d'une prestation exceptionnelle pour, finalement, en cinq minutes chrono, survoler la thématique centrale. La conclusion alors apportera l'information principale selon l'orateur: «info@moi.com - 079 123 xx x- n'oubliez pas ma plaquette à la sortie».

Je le dis clairement: mon disque dur cervical n'a que peu d'espace à disposition. Le conférencier cité plus haut sera effacé pour laisser de la place à celui qui m'a apporté quelque chose. D'ailleurs, je suis certain que le quidam qui traite le sujet demandé et se contente d'apparaître dans le flyer d'invitation ou qui va vous faire suivre le support qu'il a utilisé avec, à la fin en petits caractères, ses coordonnées, décroche plus de marchés que le marchand de tapis exécré.

Et j'en ai suivi des conférenciers vraiment intéressants. Ils traitent le sujet demandé. En tant que participant, je reçois de l'information utilisable. Je peux me concentrer sur le contenu et le message. De plus, je constate que celui qui ne se vend pas mais expose et argumente son propos, le fait avec passion et capture son public. L'autre lasse au mieux, exaspère au pire.

Pour conclure, mesdames et messieurs les conférenciers, oubliez votre société, oubliez votre chiffre d'affaires immédiat, démontrez vos compétences en traitant le sujet. La conférence sera intéressante, vous vous serez fait connaître, sans vous vendre ostensiblement, le public repartira avec du contenu. Il sera bien plus tenté d'acheter vos services par la suite. Ce sera alors juste du «Return On Investment win-win» (en bon français: «Retour sur investissement gagnant-gagnant»).



Blaise Neyroud

Directeur de cours
au Centre Patronal

bneyroud@centrepatronal.ch

