

# BLEUBLANCROUGE

## CHANGEONS LE COURS DES CHOSES

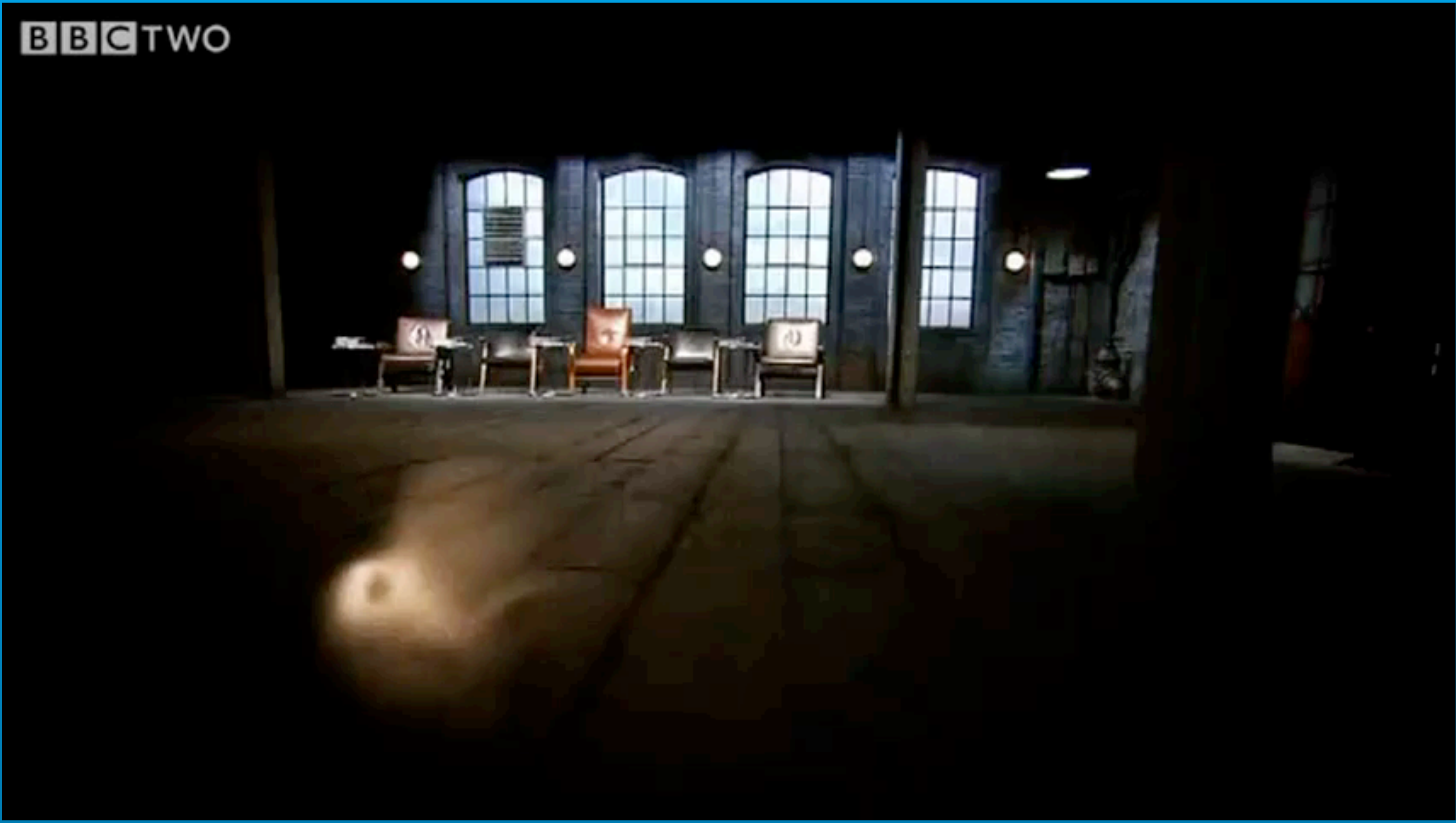
### Comment vendre ses idées

ACMQ

Vers de nouveaux sommets

15 mai, 2013

BBC TWO



# RECETTE

1.Contenu

2.Contenant

3.Succès

# CONTENU





OBJECTIFS  
ET  
STRATÉGIES

CIBLE

GRANDE  
IDÉE

STRATÉGIE  
D'AFFAIRES



CLIENTÈLES

STRATÉGIE DE  
MARQUE



INTERVENANTS

STRATÉGIE DE  
MAR-COMM



CLIENTÈLES CIBLES

APPROBATION

DESTINATION

PERTINENCE + ÉQUIPE = CONSENSUS



# GRANDE IDÉE

Originale, créative...



# GRANDE IDÉE

Inscrite dans une solution à une  
problématique

Structurante pour l'organisation et les  
gens

# GRANDE IDÉE

Basée sur un *insight*

Un insight est une vérité, un dénominateur commun. C'est simple.

# CONTENANT



# ÊTRE CONVAINCU

1. Présenter. Ne pas forcer.

# ÊTRE CONVAINCU

2. Honnête. Terre-à-terre. Soi-même.

# ÊTRE CONVAINCU

3. Choisir le bon moment et gérer le risque

# ÊTRE CONVAINCU

4. Laisser mijoter, absorber. Laisser votre auditoire vous questionner

# ÊTRE CONVAINQUANT

## Message

Force - 1 message  
Arguments de soutien  
Lien avec la cible

## Ton

Dynamisme  
Enthousiasme  
Émotion

Vous êtes le média. Croyez-y.



ÊTRE CONVAINQUANT

MEDIA IS THE MESSAGE

*Marshall McLuhan*



SUCCÈS



**CE N'EST PLUS VOTRE IDÉE**



# INGRÉDIENTS

PERTINENCE

PRÉ-VENTE

ÊTRE CONVAINCU(E) - SE PRÉPARER

COURAGE