

PERCEPTION



Conseils de pro

Aucune stratégie de communication ne tient la route si elle n'est confrontée à ses cibles, à leur retour. Sa valeur vaut par son résultat.

Tout texte a son lecteur. Tout discours, son auditeur. Tout spectacle, son spectateur. Et à travers ce processus se génère un contact, direct, comme en dédicace, ou indirect, épistolaire, ou plus court, via un *like* ou un commentaire à travers les réseaux sociaux.

Les cibles sont diverses, avons-nous écrit. La poésie, qui met en évidence le langage pour lui-même, touchera via ses allitérations, ses rimes, sa fluidité, celle ou celui, plus sensible à cette beauté des mots ; un acrostiche, à vocation de pense-bête, convaincra celui qui a besoin d'une touche de rappel bien concrète. À voir, car chaque public possède une âme aussi... Chacun devient cible pour l'autre.

Le tout est de tester, de questionner, d'être à l'écoute, ou d'encourager, ou de refaire, de préciser... Plus vous serez proche de vos cibles, lisible pour elles, plus vous serez compris, attractif. Plus vous aurez touché l'un des trois objectifs de communication, voire les trois !