



“To listen well is as powerful a means of communication and influence as to talk well.” **John Marshall**

« *Bien écouter est un moyen de communication et d’influence aussi puissant que de bien parler* ». **John Marshall.**

Quatrième président de la Cour Suprême des Etats-Unis et homme politique, John Marshall (1755 – 1835) stipule que la capacité d’écoute d’un individu ou d’une organisation est un facteur tout aussi important que son habileté à s’exprimer dans ses activités d’influence.

L’influence d’une organisation peut être définie comme étant sa capacité à utiliser l’information comme moyen de promouvoir ses intérêts.

Le propos de John Marshall semble souligner le besoin pour chaque organisation de disposer d’une connaissance et d’une compréhension fines et exhaustives des acteurs auprès desquels elle souhaite partager son opinion et sa vision. Plus particulièrement, faire évoluer la réflexion des parties prenantes nécessite de cerner et de comprendre quels sont les contextes, arguments et raisonnements justifiant leur position.

L’étude de la position des parties prenantes permet d’assurer la création et la distribution d’une expertise contextualisée et personnalisée afin de faire évoluer leur appréciation. En tenant compte au préalable des besoins, problématiques et contraintes du récipiendaire, l’émetteur sera plus à même d’avoir un impact sur le destinataire. A travers la mise à disposition d’informations pertinentes, l’organisation amène ensuite les acteurs impliqués à modifier, par eux-mêmes, leurs raisonnements et positionnements.

Geneva Intelligence s’est donnée pour mission d’accompagner ses clients dans la collecte et le traitement d’informations stratégiques destinées à améliorer leur connaissance de l’écosystème et leur compréhension des mécanismes sur lesquels agir. L’analyse des positions de leurs parties prenantes facilitent l’élaboration d’un argumentaire plus adapté à leurs interlocuteurs et à leurs environnements. Des recommandations peuvent également être émises pour favoriser maximiser l’impact de nos clients pour expliquer leurs opinions et leurs visions.