

# PROMEO



LA METHODE MINTO - ARGUMENTER POUR CONVAINCRE



# LE CONTEXTE : L'INFOBÉSITÉ

## La saturation des décideurs

Dans un monde inondé d'informations, la clarté est un avantage concurrentiel. Les comités de direction disposent de peu de temps pour des analyses chronologiques.

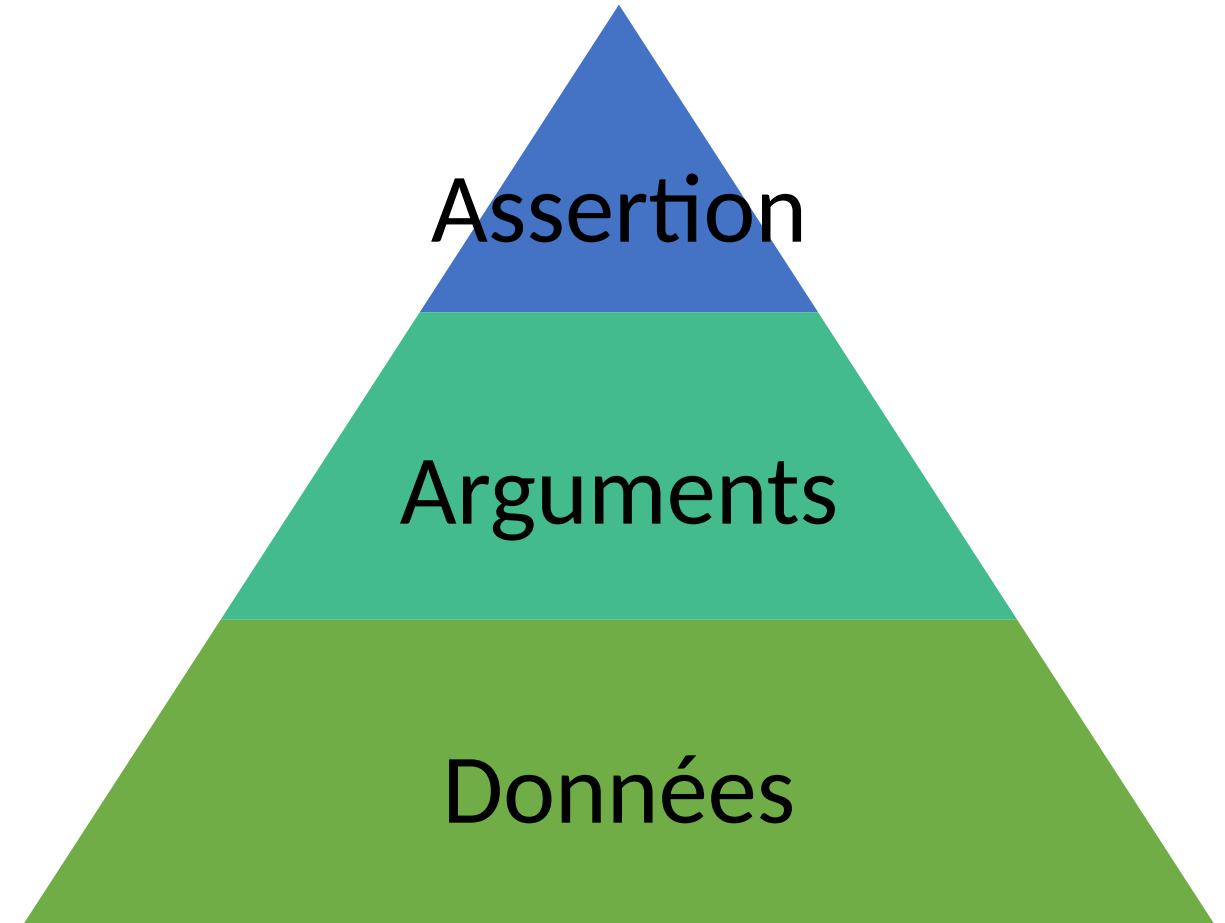
**L'enjeu** : Passer d'une logique de "recherche" (ce que j'ai fait) à une logique de "décision" (ce que vous devez faire).



## Une hiérarchie logique

La pyramide impose une structure descendante. On commence par la conclusion, puis on expose les arguments, et enfin les preuves.

Cette approche permet de capturer l'attention dès la première seconde et de ne descendre dans le détail que si nécessaire.



# LES 3 RÈGLES D'OR



## Assertion

La réponse en premier. Ne faites pas attendre votre public pour la "punchline".



## Arguments

Groupez vos idées de manière logique. Chaque groupe doit résumer les points du dessous.



## Données

Appuyez chaque argument par des faits indiscutables et des preuves chiffrées.

## Situation & Complication

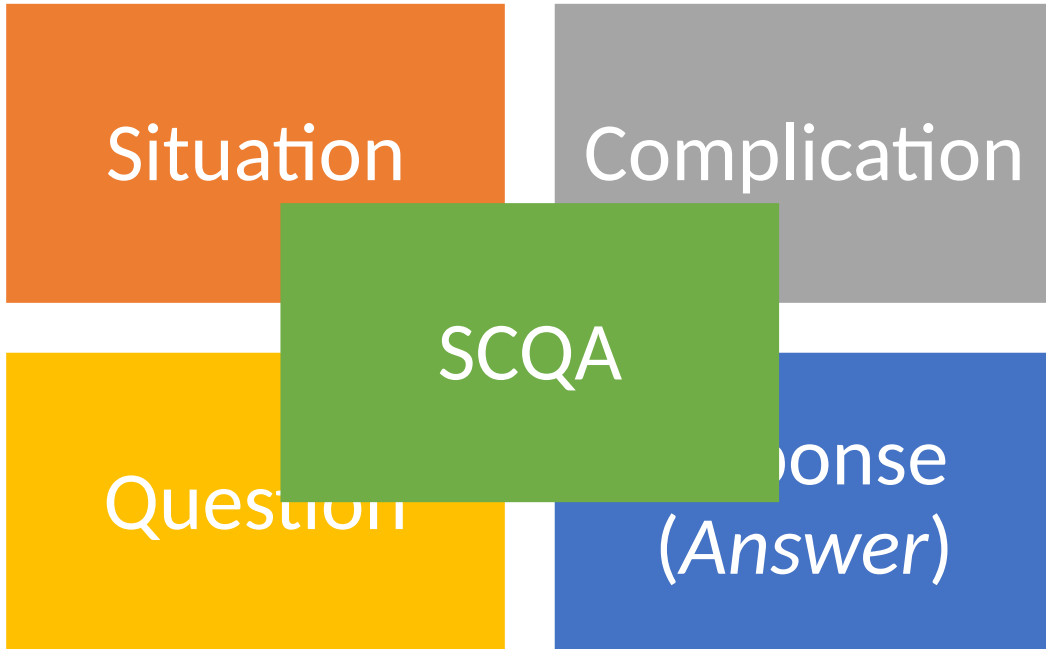
**Situation** : Le contexte connu de tous (le "statu quo").

**Complication** : Le changement ou problème qui rompt la stabilité et exige une action.

## Question & Réponse

**Question** : "Que devons-nous faire ?" La question découle logiquement de la complication.

**Réponse** : Votre recommandation stratégique (le sommet de la pyramide).



## Capter l'intérêt

Le cadre SCQA transforme une analyse froide en un récit captivant. Il établit un "terrain d'entente" avant de pointer le défi à relever.

Il force le décideur à reconnaître l'urgence de la situation avant même que vous ne présentiez votre solution.

**Mutuellement Exclusif** : Vos arguments ne doivent pas se chevaucher. Chaque point est distinct pour éviter la confusion,

**Collectivement Exhaustif** : Vous avez couvert tous les aspects du problème. Il n'y a pas de "trou" dans votre logique.

## La Règle de 3 :

Le cerveau humain retient idéalement 3 arguments. Au-delà, l'impact diminue.

## Cohérence :

Les idées à un même niveau de la pyramide doivent être de même nature et de même importance.

## Barbara Minto

Première femme consultante chez McKinsey, elle a développé ce principe dans les années 70 pour standardiser l'excellence de la communication interne.

Aujourd'hui, c'est le "Gold Standard" utilisé par les plus grands cabinets de conseil et les entreprises du Fortune





# IMPACT SUR LA DECISION

Efficacité accrue

Réduction massive du temps de lecture  
et d'interprétation pour les exécutifs.

Une structure Minto permet une  
validation stratégique plus rapide et un  
alignement total des parties prenantes.



# P R O M E O

[proméo-formation.fr](http://proméo-formation.fr)



## AMIENS

74 rue de Poulainville  
CS 50024  
80084 Amiens Cedex 2  
03 22 54 64 00

## BEAUVAIS

240 avenue Marcel Dassault  
BP 50204  
60002 Beauvais Cedex  
03 44 06 15 20

## COMPIÈGNE

87 avenue de la Mare Gessart  
ZAC du Bois de Plaisance  
60280 Venette  
03 44 20 70 10

## FRIVILLE

Rue Émile Zola  
BP 60094  
80534 Friville-Escarbotin  
03 22 60 20 20

## SAINT-QUENTIN

ZA La Vallée  
114 rue de la Chaussée Romaine  
02100 Saint-Quentin  
03 23 06 28 88

## SENLIS

1 avenue Eugène Gazeau  
60300 Senlis  
03 44 63 81 63

## SOISSONS

161 rue des Grands Prés  
02200 Billy-sur-Aisne  
03 23 75 65 75