



Pour prendre votre place de Business Partner

Mentoring | Ateliers en équipe | Communauté

Bonjour,

Vous construisez l'influence des autres, mais qui construit la votre ?

Quand j'étais Dircom, c'était mon angle mort. Je savais construire l'influence de mon DG. Je préparais ses prises de parole, je structurais ses messages, je savais quoi dire à qui et quand.

Ma propre influence en interne ? Je l'improvisais.

Ce n'est pas en travaillant plus dur que j'ai changé de place. C'est en travaillant différemment : sur mes alliés, mon cadre, mes indicateurs d'impact. C'est là que le Dircom prend sa place de business partner.

Ce mois-ci, j'ai co-rédigé un article sur ce sujet avec [Maud Bandon](#), Conseil en communication corporate d'influence | Leader Advocacy • Réputation • IA. Elle travaille l'influence externe des Dircoms. Moi l'influence interne. C'est d'ailleurs ce qui nous a amenées à construire le live du 5 juin ensemble.



Le 5 juin - 12h-13h en visio, Maud intervient dans la communauté Take Your Place sur le leader advocacy du Dircom.

Ce live est réservé aux membres.

✉ Si vous voulez y accéder, répondez à ce mail.

Le levier que la plupart des Dircoms sous-estiment : la cartographie des alliés

Quand je travaille avec un Dircom sur son influence interne, je commence toujours par le même endroit.

Pas par la stratégie. Pas par les KPI.

Par la cartographie des alliés : les personnes qui tiennent les arbitrages qui vous concernent et qui peuvent porter votre contribution quand vous n'êtes pas dans la pièce.

Ce n'est pas savoir qui vous apprécie. **C'est savoir qui rencontrer en amont d'un comité**, avec qui faire un point avant que la décision se prenne, et comment activer les bons alliés au bon moment pour faire accepter vos propositions.

Comment la construire en deux heures

Prenez une feuille et listez vos dix parties prenantes clés.

Pour chacune, **posez-vous trois questions** :

- Quel est son niveau d'influence sur mes sujets ?
- Quelle est sa lecture réelle de la valeur de la communication ?
- Est-ce qu'il ou elle me sollicite en amont des décisions, ou après ?

Ce travail révèle presque toujours la même chose : **vous investissez votre énergie relationnelle au mauvais endroit.**

Une directrice communication que j'accompagne ciblait son DRH depuis deux ans pour faire reconnaître sa fonction. **Via cet exercice, elle a réalisé que c'était le DAF qui pilotait les arbitrages budgétaires sur ses sujets**, et qui cherchait des indicateurs d'impact qu'elle avait déjà. Trois mois après cette conversation, ils co-construisaient ses KPI d'impact. Le DAF les portait en Comex.

Ce que la cartographie change concrètement

Vous arrêtez de convaincre tout le monde en même temps. **Vous préparez vos réunions différemment** : qui contacter avant, quel argument porter à qui, quel allié activer avant que la décision se prenne sans vous.

L'influence interne ne se défend pas en réunion. Elle se prépare en amont.

Le lien avec le live du 5 juin

Vous savez maintenant qui activer en interne. Maud travaille l'autre face : le rayonnement externe.

Un Dircom identifié comme référent dans son écosystème n'arrive plus en Comex en défendant sa légitimité. Il l'incarne, parce que son influence externe agit déjà comme **un signal de crédibilité**. C'est le sujet du live du 5 juin.

Ce live est réservé aux membres de la communauté Take Your Place.

Ce que j'entends le plus souvent chez les Dircoms qui nous rejoignent : "Je ne savais pas que d'autres vivaient ça aussi."

Plus de 40 Dircoms. Un live d'expert par mois. Des afterworks. Des fiches ressources, une plateforme pour poser vos questions sans filtre.

Abonnement annuel : 100€ HT par mois.

✉ Répondez à ce mail si vous souhaitez découvrir la communauté et assister au live du 5 juin, je vous rappelle dans la foulée.

P.S. L'article que j'ai co-rédigé avec Maud sur l'influence interne et externe du Dircom est [à lire ici](#)

Si vous me découvrez, je suis **Fanny Viano, la fondatrice de Take your place.**

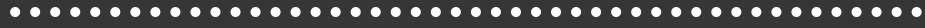
Dircom avec plus de 20 ans d'expérience, j'accompagne désormais mes pairs à prendre leur place de Business Partner en renforçant 3 dimensions : leur stratégie, leur organisation et leur leadership.



À très vite,

Fanny Viano

On vous a transféré cette newsletter, [inscrivez-vous](#) aux prochaines !



Vous recevez cet email car vous êtes inscrit(e)
à la newsletter de Take your place.

[Se désinscrire](#)