

<https://www.forbes.fr/business/charlie-clarck-ceo-whistcom-la-star-nest-pas-celui-qui-parle-mais-doit-etre-le-public-cest-ce-changement-detat-desprit-que-nous-proposons-dans-la/>

---

**“ Charlie Clarck (CEO Whistcom) : “La star n’est pas celui qui parle, mais doit être le public ! C’est ce changement d’état d’esprit que nous proposons dans l’aventure Whistcom ”**



**Charlie Clarck est le président et fondateur de Whistcom, la solution au service des dirigeants, entreprises et futurs leaders de demain, afin de les aider dans leur prise de parole et favoriser leur communication orale.**

**Présentez l'entreprise Whistcom. Quelle est sa mission ?**

**Charlie Clarck :** Chez Whistcom, nous croyons que la [communication](#) orale est un levier essentiel d'engagement des salariés et de performance des entreprises. Notre dernière étude Whistcom-OpinionWay confirme que **pour 75% des salariés, un message oral de leur dirigeant a plus de poids qu'un message écrit**. Pourtant, seulement 12% des salariés trouvent leur dirigeant très inspirant lors de ses prises de paroles ! Fort de ce constat, nous aidons les dirigeants à adopter une véritable **stratégie orale** en alignant les **3F de leurs prises de parole** : le Fond, la Forme et le Format.

**Le Fond, c'est le message.** Qu'est-ce qu'il faut dire à l'oral pour inspirer les équipes ?

**La Forme, c'est le non-verbal.** Comment utiliser son corps pour être percutant et donner de l'impact à son message ?

**Le Format, c'est le cadre.** Quel est le canal le plus approprié et quelle scénographie choisir pour engager les collaborateurs ? (Vidéo, E-Live, discours...).

**Comment est née l'entreprise ?**

Je suis né dans un cadre anglo-saxon et j'ai toujours été choqué par l'attitude « très française » vis-à-vis de l'oral. En France, soyons honnêtes, il y a un vrai malaise avec la prise de parole. Le système scolaire et l'éducation ont beaucoup mis l'accent sur l'écrit et très peu sur l'oral. Inévitablement cela se retrouve dans

le monde professionnel. La plupart des dirigeants pensent qu'il y a peu de marge de progression et que les compétences orales sont innées (ou non !). Or, l'oral ça s'apprend ! Ne plus avoir peur et être impactant à l'oral, c'est possible pour tout le monde... à condition de maîtriser les techniques et de s'entraîner. Il y a 7 ans, nous avons donc développé avec une équipe d'experts une méthode unique pour bien communiquer à l'oral : c'est notre « méthode SPORT ». La méthode SPORT est une mécanique simple, très opérationnelle, utilisable par tous, qui permet de progresser en très peu de temps et d'avoir de l'impact en toute situation.

### **Qu'est-ce qui dans votre parcours vous a poussé à créer Whistcom ?**

Depuis l'âge de 8 ans, je suis passionné par la scène et la télévision. Avant d'accompagner les dirigeants, je me suis d'abord longtemps produit sur scène en tant que prestidigitateur puis j'ai été journaliste-animateur dans de nombreuses émissions TV. J'en ai acquis une conviction : ce qui est important ce n'est pas ce qui est perçu du côté de celui qui parle mais ce qui est perçu par le public. C'est cette même logique que nous appliquons chez Whistcom. On a coutume de dire que vous ne venez pas chez nous pour vous et que « vous on s'en fout » ! La star n'est pas celui qui parle, mais doit être le public ! C'est ce changement d'état d'esprit que nous proposons dans l'aventure Whistcom... et nous pensons que cela vaut la peine d'être vécu !

### **Quels sont vos objectifs à court terme ?**

Pour accompagner notre méthode SPORT, nous avons ouvert un training center aux Invalides. C'est un lieu atypique en plein cœur de Paris, conçu comme un club, où les dirigeants viennent s'entraîner à la prise de parole en situation réelle. Nous avons notamment un théâtre, un plateau TV et différentes salles de

training (type boardroom, salle de visio). Surtout, nous y cultivons un esprit familial, professionnel et détendu qu'apprécient particulièrement nos clients. En parallèle de notre activité de formation, nous lançons cette année le Whistclub, qui rassemble tous ceux qui ont suivi nos parcours en techniques de communication et qui souhaitent continuer à progresser sur ce sujet de la stratégie orale en se réunissant, en échangeant et en participant à des événements uniques sur le sujet de la parole. Notre chiffre d'affaires doublant chaque année, comptez-sur nous pour continuer à investir afin de promouvoir la stratégie orale auprès de toutes les entreprises : nouveaux locaux, embauches, nouvelles solutions pour nos clients... on sera sur tous les fronts !

### **Quel est le modèle économique ?**

Concrètement, Whistcom a deux activités. Notre première activité est la formation des dirigeants à la prise de parole à travers des parcours de formation et de l'accompagnement personnalisé. Notre parcours phare est le parcours ORALITY : les dirigeants passent 4 demi-journées dans nos locaux (et 1 à distance) et sont formés et entraînés par des experts à travers notre méthode SPORT. Nous proposons aussi d'autres parcours adaptés à des publics ou des situations variées (parcours CREVER L'ECRAN pour être impactant en visio, parcours CONTRE-ATTAQUE pour les situations conflictuelles). Notre deuxième activité est l'accompagnement des entreprises et dirigeants dans la création de contenus et de formats de communication orale : nous écrivons, produisons et mettons en scène des conventions, des événements, des *Lives*, des vidéos... Nous travaillons avec de nombreuses entreprises du CAC40 et développons constamment ces activités auprès de nouveaux clients.

### **Pour finir, j'aimerais savoir, pourquoi le nom Whistcom ?**

Whist en anglais signifie « Chut ! ». Pour nous la maîtrise du silence est un aspect essentiel d'une prise de parole réussie. Mais surtout, le Whist, c'est un jeu de cartes très stratégique. Il me semble que c'est une belle analogie de la communication orale : on ne choisit pas ses atouts, mais on choisit sa stratégie... et quelque soit le point de départ, on peut gagner !

Par Sébastien **LARBAUD**