

## cours de technique d'expression

On ne communique pas par écrit comme on communique à l'oral. En fonction du message que l'on souhaite faire passer, il est plus opportun de se tourner vers un support écrit plutôt que vers une communication orale. N'a-t-on pas coutume de dire que "les écrits restent" ?

Aussi, est-il important de soigner son message dans toute sa globalité : canal via lequel on va diffuser (email, simple mémo, rapport écrit, courrier papier...) ; clarté de l'information partagée (vocabulaire utilisé, informations diffusées, longueur du message, ton, etc.) ; "packaging" du message (lisibilité, couleurs, illustrations, etc.)...

### Choisir le bon canal de communication

Plusieurs solutions sont à disposition dès lors que l'on souhaite communiquer par écrit. Selon le message à faire passer, il est important de choisir le canal de communication le plus adapté : email, lettre officielle, mémo, etc.

Ces supports ont tous leurs avantages et inconvénients. Par conséquent, il est essentiel de se poser les bonnes questions en amont afin de faire mouche et éviter le flop, un feedback négatif, voire un malencontreux malentendu.

### Quelques exemples d'utilisation :

- **Courrier sur papier** : désormais essentiellement utilisé pour les courriers "officiels" : convocations, licenciements, etc. La syntaxe ici sera précise, réfléchie. Le vocabulaire sera adapté à la situation.
- **Email/courriel** : pour rendre compte d'une réunion, communiquer avec des prestataires externes, avec ses collègues, son équipe, sa hiérarchie, transmettre le débriefing d'une rencontre entre collaborateurs (gestion de conflit, entretien annuel...), etc. On veillera ici à une syntaxe claire, ordonnée, reprenant tous les éléments nécessaires tout en étant agréable à lire.
- **Présentation powerpoint (ou tout autre logiciel)** : à utiliser essentiellement comme support lors d'une présentation orale, mais aussi lors d'une présentation de sa société, son service, son équipe.

## Construire et adapter son discours et son vocabulaire

Une fois le support choisi, il est important d'adapter sa rédaction en fonction du sujet et de la/les personnes à qui ledit courrier est destiné. Le vocabulaire et les structures de phrase ne seront pas les mêmes selon qu'il s'agit d'une convocation avant licenciement, d'un simple débriefing de réunion, de la présentation d'un nouveau projet ou encore d'une invitation à une réunion...

## Rendre ses écrits agréables à lire, aérés, colorés, concis et percutants

Pour être lu avec envie et surtout entendu, il est important de soigner non seulement le fond, mais également la forme de sa communication. Aussi, les textes seront aérés, les phrases et les paragraphes seront de longueur raisonnable et les potentielles illustrations en adéquation avec le texte. On veillera à ce que le tout soit compréhensible !

Les couleurs utilisées (tant pour les mots que pour les illustrations) ne sont pas anodines et devront être choisies avec attention. Par exemple, les pastels ont un impact moindre par rapport aux couleurs plus vives et plus fortes, qui, elles, seront accueillies avec plus d'enthousiasme. Attention toutefois à ne pas trop abuser du rouge (synonyme inconscient de danger).

Par ailleurs, si l'on communique de manière internationale, il est essentiel de bien se renseigner quant aux us et coutumes et à la symbolique des couleurs dans le pays cible. Ce, afin d'éviter les écueils qui pourraient s'avérer fatals.

## 2 - Communication orale

- apprendre à **maîtriser son stress** pour en faire un moteur et non un frein,
- **capter l'attention** de ses interlocuteurs avec un discours adapté, approprié et une gestuelle en adéquation avec ce que l'on dit,
- **structurer** son intervention pour ne pas perdre son auditoire en cours de route,
- travailler son **non verbal** : près de 95% de la communication passe par les gestes et le ton employé.

Pour approfondir le sujet, nous vous invitons à découvrir notre rubrique dédiée à la prise de parole.

## Programmation Neuro-Linguistique ou PNL

La PNL fut créée par John Grinder et Richard Bandier aux Etats-Unis dans les années 70 et repose sur 3 principes fondamentaux, dont elle tire son nom :

- **Programmation** : notre façon de réagir en fonction des expériences enfouies au fond de nous-mêmes qui nous servent de références pour nos comportements.
- **Neuro** : comment changer, reprogrammer nos comportements.



- **Programmation** : notre façon de réagir en fonction des expériences enfouies au fond de nous-mêmes qui nous servent de références pour nos comportements.
- **Neuro** : comment changer, reprogrammer nos comportements.
- **Linguistique** : les influences de notre langage verbal et non verbal sur nos interactions avec les autres.

Selon les créateurs de cette méthode, toute personne possède les ressources nécessaires pour changer. C'est une question de technique et de volonté.

## Analyse Transactionnelle ou AT

Apparue dans les années 60, l'Analyse Transactionnelle (AT) est basée sur la personnalité (tout individu possède 3 états de son moi : Enfant, Parent et Adulte), les rapports sociaux et la communication interpersonnelle (échanges relationnels nommés ici "transactions"). Elle permet un réel décryptage psychique de ce qui se joue "Ici et maintenant" lors d'interactions entre plusieurs personnes.

En fonction des états de notre propre moi, nous fonctionnons de manière différente. Les 3 états peuvent être exprimés très succinctement comme suit :

- **mode enfant** : un fonctionnement au feeling, de manière spontanée, ou bien agitateur -voire provocateur - comme le font les enfants. Un tel mode, s'il s'avère optimal en matière de créativité et d'innovation, peut rapidement entraîner un encadrement trop souple, un manque - voire une absence - d'autorité.
- **mode parent** : un fonctionnement plutôt héréditaire et relativement peu souple. Fréquemment utilisé par les managers et cadres dirigeants, ce mode peut être critique, persécuteur ou bien alors plutôt bienveillant, parfois sur protecteur.

Le mode adulte est caractérisé par le faituel de l'ici et maintenant, découlant de nos propres expériences et non de nos émotions ou de nos croyances.

En prenant conscience de son propre mode de fonctionnement et de celui de ses interlocuteurs, le manager pourra apprendre à modifier temporairement sa façon d'être de manière à mieux communiquer. Un rééquilibrage essentiel pour une bonne harmonie au travail.

## Pitch

Utile - voire essentiel - le pitch, ou l'art de convaincre rapidement et efficacement un auditoire est un outil incontournable pour le manager. Que ce soit pour présenter un nouveau projet à son équipe et l'impliquer rapidement, argumenter efficacement pour une transformation réussie, ou encore soumettre une nouvelle idée à sa hiérarchie, le pitch est L'OUTIL à maîtriser !

Pitcher est un art qui s'apprend. Il s'agit de faire un discours succinct et percutant que l'on déroule ainsi :

1. **Accrocher** : capter l'attention de son auditoire,
2. **Proposer** : expliquer le pourquoi de son intervention,
3. **Balayer les réticences** : lever les doutes classiques,
4. **Argumenter** : présenter les points forts de son projet,
5. **Reformuler** : répéter son message de manière différente,
6. **Conclure** : enfoncer le clou par un élément disruptif.



# Quelles sont les quatre techniques de communication de base?

Pour développer la formation de la formation ce thème, une Inscrivez-vous de à proximité :  
- la formation Communiquer dans un environnement Industriel et technique, équipe

- Poser des questions
- L'écoute
- Prise de parole
- Reformulation

## Poser des questions

Poser des questions, c'est pour des partenaires une manière de se connaître, d'explorer une situation, d'obtenir des informations, d'approfondir certains points, de se préparer à agir.

Différents types de questions peuvent donner à la communication son efficacité. Les questions sont pertinentes si elles sont adaptées à la situation d'échange et si elles permettent de recueillir l'information attendue auprès de l'interlocuteur.

## Les questions fermées sont utilisées pour obtenir des informations.

Ce sont des questions délimitées qui impliquent des réponses précises qui permettent de faire le tour d'un sujet ou de recueillir à son propos les informations essentielles.

Par exemple : Quoi : De quoi s'agit-il ? Qui : De qui est-il question

Exemple :

- Êtes-vous libre jeudi matin ? Réponse : oui/non.

## Les questions fermées sont utilisées pour obtenir des informations.

Ce sont des questions délimitées qui impliquent des réponses précises qui permettent de faire le tour d'un sujet ou de recueillir à son propos les informations essentielles.

Par exemple : Quoi : De quoi s'agit-il ? Qui : De qui est-il question

Exemple :

- Êtes-vous libre jeudi matin ? Réponse : oui/non.
- Êtes-vous d'accord avec la proposition que je viens de vous présenter ?

L'interlocuteur est amené à donner une réponse du genre OUI ou NON, qu'il argumentera peut-être.

## Les questions ciblées (faits).

Ce sont des questions fermées. Quand : À quelle époque cela a-t-il eu lieu ? Où : À quel endroit l'événement a-t-il eu lieu ? Pourquoi : Quelles sont les causes du déclenchement du phénomène ? Comment : De quelle manière les choses se sont-elles déroulées ?

## Les questions à choix multiples.

L'éventail proposé est plus large, ce sont les questions posées dans les sondages par exemple.

## Les questions ouvertes incitent à la réflexion et à la mobilisation des idées sur un thème.

Elles couvrent l'ensemble du sujet. La réponse est totalement libre. Ce sont des questions qui obligent l'interlocuteur à réfléchir. Elles l'obligent à s'engager personnellement. Elles entraînent parfois des digressions ou des blocages.

Exemple : Que pensez-vous de cette proposition ?



## Les questions à choix multiples.

L'éventail proposé est plus large, ce sont les questions posées dans les sondages par exemple.

## Les questions ouvertes incitent à la réflexion et à la mobilisation des idées sur un thème.

Elles couvrent l'ensemble du sujet. La réponse est totalement libre. Ce sont des questions qui obligent l'interlocuteur à réfléchir. Elles l'obligent à s'engager personnellement. Elles entraînent parfois des digressions ou des blocages.

Exemple : Que pensez-vous de cette proposition ?

Une question ouverte ne contient jamais sa propre réponse et laisse la possibilité à l'interlocuteur d'exprimer réellement son opinion et sa façon de voir.

Une question ouverte ne donne pas à l'interlocuteur d'idée précise sur la forme que devrait revêtir sa réponse : "Que pensez-vous du produit X ?"

Poser des questions ouvertes, c'est favoriser des échanges sur un problème, un sujet ou l'expression d'un sentiment ou d'un point de vue.

## L'écoute

Savez-vous Toujours Écouter Correctement ?

Écouter votre Interlocuteur, cela paraît simple. Mais en fait, que signifie réellement écouter ?

Écouter c'est d'abord se taire. Cela peut paraître évident, mais combien de fois lors d'une discussion, deux personnes parlent-elles en même temps ?

Combien de fois l'une d'elles est coupée, interrompue dans sa suite d'idées et même contrée par l'expression d'une opinion, par des conclusions hâtives ou des arguments agressifs ?

ÉCOUTER ce n'est pas seulement se taire, combien de fois avez-vous constaté que votre Interlocuteur n'avait pas entendu un seul mot de votre exposé ? Ne vous est-il pas arrivé souvent d'aggraver de même ? D'avoir la tête ailleurs ? De penser à ce que vous allez répondre ? En un mot, de ne pas écouter ?

SI L'ÉCOUTE est la technique de communication la plus évidente et la plus efficace, c'est également celle qui est la plus mal utilisée.

La non-écoute est souvent à la base des malentendus et des conflits de la vie de l'entreprise.

A long terme, l'ÉCOUTE est aussi un moyen de mettre en place une relation et un climat satisfaisant entre des personnes ou des groupes.

On se trompe profondément si on pense que l'écoute est un acte passif. Les mots que vous entendez ne se transforment pas en idées et en informations sans que vous ayez à intervenir.

Et puisque vous passez les trois quarts de votre temps dans des activités de communication orale avec d'autres personnes, autant faire que ce temps soit le plus rentable possible.

Ce qu'il faut faire :

- Laisser parler l'interlocuteur sans lui couper la parole, identifier les points importants, les arguments du discours de l'autre, rester attentif au ton, aux gestes, aux mimiques, à tout ce qui révèle les sentiments.
- Se concentrer sur ce que dit celui qui parle sans penser à ce que vous allez dire "si seulement il veut bien s'arrêter", prendre du temps pour bien enregistrer et penser à ce qui est dit.

Prendre la parole pour exprimer son point de vue ou ses sentiments, c'est développer sa spontanéité, ce qui implique :

- Un élan et/ou
- Une acquisition culturelle et/ou
- Une réponse nouvelle et adéquate à une situation nouvelle (Moreno)

L'expression libre favorise une diminution de l'anxiété personnelle et participe à l'évolution de la dynamique d'un groupe.

Les limites de la prise de parole :

- Ce que vous dites n'est pas ce que vous avez expérimenté.
- Ce qui est entendu n'est pas ce que vous avez dit
- Ce qui est interprété n'est pas ce qui est entendu

## La reformulation

Quand et pourquoi utiliser la reformulation

La reformulation est une intervention orale qui vise à redire avec d'autres mots d'une manière plus concise ou plus explicite ce qui vient d'être exprimé par une personne.

Reformuler ce n'est pas répéter mais redire avec d'autres mots ce que l'interlocuteur a dit. La reformulation est un instrument de l'écoute. Elle sert à améliorer l'écoute, à encourager la parole de chacun, à la mettre en valeur. Elle sert aussi à vérifier, à rectifier avec nuance, à dédramatiser ce qui a été prononcé.