



Secrétariat d'Etat auprès du
Ministère de l'Énergie,
des Mines, de l'Équipement et de



COMMUNICATION INTERPERSONNELLE ET PRISE DE PAROLE EN PUBLIC



My Hachem ALAOUI

Avril 2010

TABLE DES MATIERES

La communication réussie	2
Convaincre l'auditoire	3
L'exposé, la présentation et la prise de parole en public	4
- Etape 1 : Analyser la situation	4
- Etape 2 : Préparation de la présentation	7
- Etape 3 : Apprivoiser son trac	12
- Etape 4 : Parler pour agir	16
- Etape 5 : L'expression vocale et orale	20
Les 4 temps forts de la communication	21
- L'écoute active	21
- Le questionnement	23
- La reformulation	24
- S'exprimer La règle des 5 C	25
Moyens d'influence & règle des 3 V	26
Difficultés de la communication	27
La mémorisation	30

Donner du sens

Toucher la sensibilité

Avec quelle approche ?

L'exposé ou l'intervention lors d'une réunion, d'un séminaire

Le discours plus structuré et solennel

La conférence implique une grande expertise

La réunion ou table ronde implique une bonne expérience de l'animation

Le débat avec le public implique de l'aisance face à la contradiction

L'entretien suppose la maîtrise des techniques de communication interpersonnelle

Les 3 registres de la prise de parole

L'expression corporelle

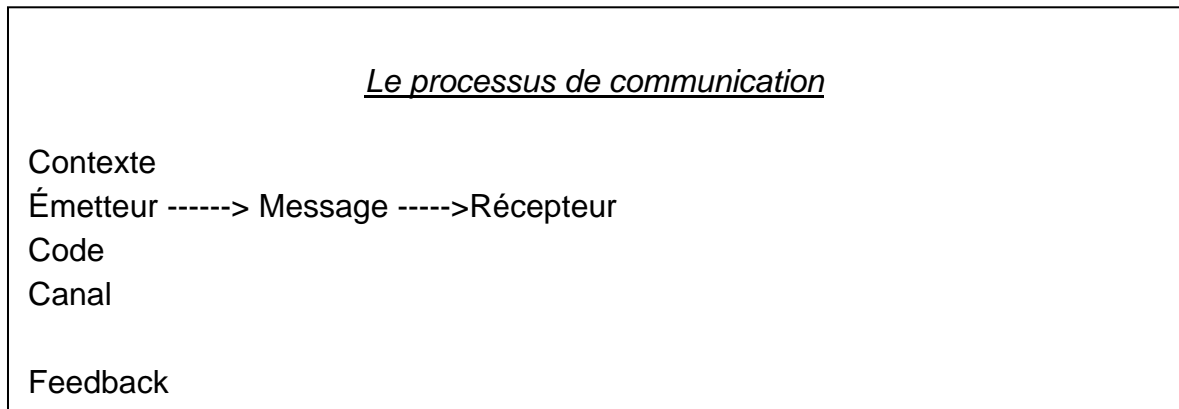
L'expression vocale

L'expression orale en tant que langage

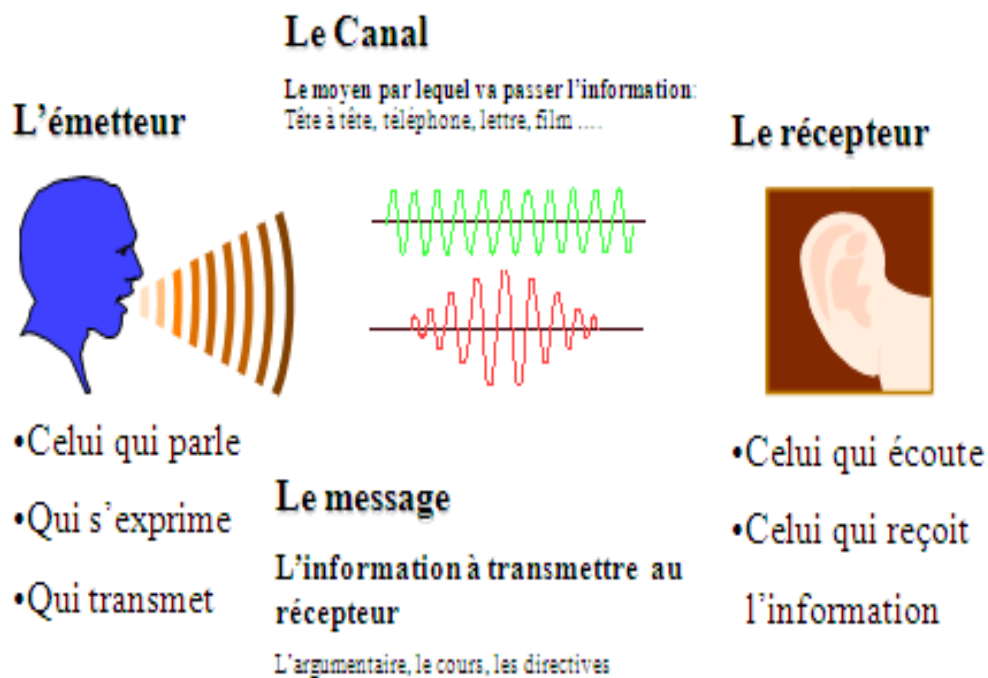
L'exposé, la présentation & La prise de la parole en public



Etape 1 : Analysez la situation de communication



Le schéma global de la communication



Les questions à se poser

Qui voulez-vous convaincre ?

Quel est votre but ?

Avec quelle approche ?

Sur quel mode ?

Avec quel style ?

Combien de temps ?

Où et avec quel dispositif ?

Avec quels moyens visuels et audiovisuels ?

Cinq actions pour bien commencer

Il n'y a pas de baguette magique et, pourtant, en appliquant quelques trucs les résultats sont immédiats. Voici cinq actions à respecter pour renforcer l'impact de votre arrivée face à un interlocuteur ou face au public.

Le club des cinq :

Aller vers le public : avancer.

Geste d'ouverture : accueillir.

Entrer en relation : regarder.

Posez-vous : expirer/souffler.

Faire plaisir : sourire.

Etape 2 : Préparez votre présentation

Les étapes de la présentation :

Le sujet : les limites, les informations, les idées

L'argumentation

Les objections

Les idées - clés

La conclusion

Le plan

L'introduction

L'aide- mémoire

Les visuels

L'argumentation

Un piège : l'exposé purement technique et didactique

Une solution : jouez sur les 3 registres d'arguments :

Tête

Cœur

Corps

La communication selon les penseurs grecs

Ethos	Pathos	Logos
Action	Emotion	Raison
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confiance ▪ Crédibilité ▪ Exemples concrets ▪ Preuves tangibles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacité à entrer en relation avec l'auditoire ▪ Émouvoir ▪ Toucher ▪ Jouer sur les valeurs et les motivations 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logique ▪ Raisonnement ▪ Argumentaire

Convaincre et/ ou persuader

CERVEAU GAUCHE

Rationnel et fermeture

Intellectuel et logique

Verbal (mots et syntaxe)

Pensée abstraite

Raisonnement mathématique

Contrôlé

Ordre

Actif

Mémoire des noms

CERVEAU DROIT

Relationnel et ouverture

Intuitif et symbolique

Visuel (images et formes)

Pensée globale et figurative

Intuition et émotion

Rêveur

Musicien

Créatif

Mémoire globale

Allez à l'essentiel

Dégagez votre idée - force

Le nerf de votre argumentation

Le cœur de votre message

Le fil rouge qui traverse votre raisonnement

Le fil d'Ariane qui évite aux auditeurs de se perdre

Commencez par la fin...la conclusion

Votre conclusion est précisément l'idée- force, déjà identifiée et qui vous a donné le cap.

Argument = Avantage

Préparez l'introduction pour en faire le tremplin de votre présentation



Pensez à vos enchaînements

Reformulation

Transition :

Faites appel à un bon « conducteur »

Inscrivez les mots- clés désignant vos arguments majeurs

Sélectionnez les exemples

Rendez vos transparents vivants et synthétiques

Visualiser vos idées, informations

Concentrer l'attention de l'auditoire

Faciliter la compréhension

Renforcer votre message



1ère impression

La 1ère impression est toujours la bonne, surtout quand elle est mauvaise.

H. Jeanson



1ère impression

Vous n'avez jamais 2 fois l'occasion de faire une première bonne impression.

anonyme

CONSTRUCTION DE LA PRESENTATION

VOUS POUVEZ

- Utiliser d'emblée une question
- Mettre l'accent sur une de leurs préoccupations
- Utiliser un fait d'actualité récent
- Citer une phrase célèbre

VOUS DEVEZ

➤ TENIR AUX FAITS

Rester sur le terrain des réalités et bien connaître les faits et les preuves.

➤ RAISONNER JUSTE

Être cohérent et avoir le souci de la logique et du « fil conducteur ».

➤ AVOIR UN ESPRIT GAGNANT - GAGNANT

Prendre en considération les intérêts, les enjeux, les valeurs des partenaires et interlocuteurs et chercher à faire converger les intérêts réciproques.

➤ GARDER LE CAP

Avoir de la suite dans les idées et se servir d'exemples pratiques.

Etape 3 : Apprivoisez votre trac

Le trac : C'est la prise de conscience d'un enjeu qui engendre le trac et la prise de parole en est un : il faut convaincre, s'exprimer clairement, séduire, sans quoi la teneur du propos, aussi intéressant soit-il, n'atteindra pas l'auditoire;

Le Trac est une source d'énergie : un trac bien négocié est un trac utile. Il mobilise l'énergie dont on a besoin pour faire face à une situation inhabituelle ou déstabilisante, il permet le passage à l'acte de la prise de parole qui, lui-même, fait disparaître le trac.

La Respiration, la décontraction aident à bien utiliser l'énergie libérée par le trac.

La respiration

Il existe trois types de respiration :
claviculaire, thoracique et abdominale.

Celle qui sollicite les muscles abdominaux est adaptée à l'expression orale, qu'elle soit parlée ou chantée.

Cette respiration par le ventre est la première que nous connaissons. Elle est innée. C'est celle des bébés, des petits enfants, des personnes qui ont pu conserver un rythme de vie proche de leur rythme biologique.

Régulièrement et sans précipitation, travaillez-la, vous parviendrez à respirer de cette façon à volonté. Il faut vous rééduquer. En dormant, vous respirez par le ventre, c'est donc que vous savez le faire. Une main sur le ventre, soufflez profondément et, ensuite, relâchez progressivement la tension abdominale.

Il faut décompresser ! Régulièrement et sans précipitation, travaillez-la, vous parviendrez à respirer de cette façon à volonté. Il faut vous rééduquer.

En dormant, vous respirez par le ventre, c'est donc que vous savez le faire.

Une main sur le ventre, soufflez profondément et, ensuite, relâchez progressivement la tension abdominale. Il faut décompresser !

La décontraction

Votre attitude physique générale, vos mains, ou d'éventuels tics nerveux, sont autant de signaux que perçoit votre interlocuteur et qui le renseignent à votre insu.

Plus votre corps sera libre, plus votre parole coulera avec aisance

Comme un sportif, travaillez la détente du corps pour le rendre disponible et plus fort.

Une méthode simple : contractez une partie du corps puis relâchez progressivement la tension, faites le pour les muscles du visage et jusqu'au bout des orteils, petit bout par petit bout.

Plus forte sera la tension plus forte sera la détente ! (Commencez doucement)

La préparation

1°) La visualisation

Elle s'utilise de deux manières :

Premièrement, se visualiser en train de faire une prise de parole brillante, dans le lieu et face au public prévu. Comme au cinéma vous devenez l'acteur d'un film à succès !

Deuxièmement : visualiser des images personnelles qui vous mettent dans un état positif, agréable et disponible.

2°) L'auto motivation :

[La méthode Coué](#) et la pensée positive ont fait leur preuve. N'en minimisez pas les résultats. A consommer sans modération, abus conseillé !

3°) Le corps starter de l'émotion

Développée par le Studio Pygmalion pour le training de comédiens professionnels, cette approche a fait ses preuves : vous pouvez par le corps créer des émotions positives pour aborder la prise de parole.

L'utilisation des gestes, des postures et de la respiration va vous aider à exprimer par le corps vos émotions.

Le silence

Le silence est un bon moyen de reprendre sa respiration et de ménager ses effets.

Dans le jargon du spectacle, il est dit que le public respire comme "le plateau". Alors, comme en musique, faites des silences, des respirations et laissez respirer votre public.

Le silence est aussi un outil pour être à l'écoute du public.

En prenant votre temps, vous prendrez votre place et gagnerez en assurance.

Faites des pauses et posez vous !

Le sourire

Le sourire pour Soi : le corps starter de l'émotion, vous pouvez décider de votre humeur, choisissez d'être gai.

Le sourire pour le public : l'humeur possède la particularité de déteindre sur votre interlocuteur, vous l'avez sûrement constaté, et cela s'appelle l'empathie. Profitez-en pour lui insuffler une humeur positive. Il n'en sera que mieux disposé à votre égard.

Comme toute émotion, le sourire a besoin d'être respiré et se construit plus particulièrement sur l'expiration. Soupirez d'aise et souriez.

Souriez vous êtes filmé !

L'articulation

La diction est un élément fondamental de l'expression orale, étymologiquement c'est l'art de dire, qui se décompose en articulation et prononciation.

Dans un premier temps, c'est le minimum de la politesse que d'articuler pour bien se faire comprendre. Au-delà de ce premier constat, articuler c'est aussi se donner les moyens d'être plus fort et plus efficace.

L'appui sur les voyelles et les diphtongues donne de l'amplitude et renforce la notion de plaisir et de "gourmandise" des mots.

En s'appuyant sur les consonnes, vous donnerez du poids aux mots et vous consoliderez votre impact et votre conviction.

Entraînez vous régulièrement, et avant une prise de parole "rodez la machine".

Quelques phrases à prononcer et à articuler :

Dis-moi gros gras grand grain d'orge quand te dégros gras grand grain d'orgeras-tu ? Je me dégros gras grand grain d'orgerai, quand tous les gros gras grand grain d'orge se seront dégros gras grand grain d'orgés.

Le fisc fixe exprès chaque taxe fixe excessive exclusivement au luxe et à l'exquis.

Qui crut croquer une crevette crue croqua une croquette croquante.

Cinq conseils contre le trac

Gorge sèche, mains qui tremblent, difficultés à s'exprimer... Un cauchemar que connaissent bien ceux qui sont victimes du trac au moment de prendre la parole en public. Voici les conseils d'un spécialiste pour apprendre à faire face.

A chaque prise de parole, notre rythme cardiaque s'élève de 80 à 110 battements par minute environ et notre taux d'adrénaline augmente. Autant de moyens supplémentaires que nous offre notre corps pour faire face à une situation que l'on appréhende.

Préparation corporelle, mentale et intellectuelle...

Décontracter son corps

La première des choses à faire pour gérer cette montée d'énergie bloquante qu'est le trac est de respirer. Lorsque l'on prend la parole, un phénomène physique bloque la respiration. En conséquence, le cerveau n'est plus alimenté en oxygène et les fonctions intellectuelles sont arrêtées. Il faut donc pratiquer la respiration forcée, de façon à relancer la machine."La bonne technique est d'inspirer pendant quatre secondes puis d'expirer pendant huit secondes. Faire cela trois ou quatre fois suffit à relâcher le corps."

Se préparer mentalement

"Se mettre dans l'état d'esprit d'un gagnant». De même qu'un perchiste visualise sa course, sa prise d'appui, son saut et enfin les applaudissements du public, celui qui a le trac doit, tel un grand sportif, se représenter le déroulement de la situation et son issue la plus optimiste. Le but étant bien sûr de se mettre dans un état psychique positif.

Ensuite, relativiser l'enjeu. D'abord parce que, c'est une évidence, nul n'est parfait. Mais aussi parce qu'on va, par notre intervention, répondre à l'attente de nos interlocuteurs. Il est donc plus juste de les considérer comme des alliés.

Se forcer à regarder son public. Celui qui a le trac aura tendance à fixer ses chaussures ou à balayer les murs du regard. Pourtant, les personnes à qui l'on s'adresse sont le plus

souvent bienveillantes, à tout le moins attentives. S'en rendre compte aidera à ne pas s'imaginer l'inverse.

Se décontracter en plaisantant avec son audience. "Avant de lancer une réunion ou d'entamer un discours, on peut commencer par raconter une anecdote, qu'elle soit d'ailleurs réelle ou inventée". Cela mettra à l'aise le public et, par rebond, l'intervenant lui-même.

Se préparer intellectuellement

"La préparation intellectuelle représente 70 % de la gestion du trac et de la réussite d'une situation". Analyser à qui l'on va s'adresser et comment leur parler, préparer son sujet très en détail... tout cela contribue à se sentir sécurisé.

S'il arrive un imprévu, par exemple une question que l'on n'a pas préparée, la reformuler puis la recadrer permettra de mieux gérer la situation. Et si la question provient de quelqu'un qui cherche visiblement à vous déstabiliser, pas la peine de chercher à être parfait. Pour notre expert, il faut répondre très simplement : "J'ai besoin de chercher, je vous apporte la réponse d'ici une demi-heure." Gérer son trac, c'est aussi développer ses capacités d'improvisation.

Sur le long terme...

Il est important d'analyser les causes de son trac et de comprendre ce qui provoque un déficit de confiance en soi. Ensuite, "c'est en s'appuyant sur ses points forts que l'on améliorera ses faiblesses en communication."

Il faut sans cesse se mettre en situation. Pratiquer, pratiquer et pratiquer encore."

Une bonne façon de se débarrasser de son trac de façon pérenne est de s'inscrire dans une ligue d'improvisation. "On y apprend à déployer son schéma corporel avec aisance et on gagne en fluidité mentale", explique-t-il. D'autant qu'en pratiquant dans un contexte non professionnel, éventuellement avec des amis, on y prend plus facilement du plaisir.

L'objectif : améliorer sa confiance en soi. "Ce qui est d'autant plus rapide en ligue d'improvisation, c'est que l'on se rend vite compte que tout le monde est logé à la même enseigne !"

Pratiquer très régulièrement

De la même façon que les techniciens qui prennent un poste commercial doivent acquérir des compétences en communication, il faut sans cesse se mettre en situation. Pratiquer, pratiquer et pratiquer encore. Eventuellement avec la complicité d'un collègue qui pourra vous dire, a posteriori, si votre prestation a été bonne ou si elle est perfectible.

Il faut enfin essayer de ne pas repousser ses prises de parole. Dans le cas d'une réunion où chacun s'exprime tour à tour, il ne faut pas attendre d'être le dernier. Ce qu'auront pourtant tendance à faire les victimes du trac. Une seule règle : se lancer. L'attente ne ferait qu'augmenter l'anxiété, alors qu'il vaut mieux en finir rapidement. Et se convaincre que les échecs ne sont pas des voies sans issue, mais bien des occasions d'apprendre.

L'investissement émotionnel

Extérioriser vos émotions diminuera de beaucoup le risque de vous laisser déborder par votre émotivité et de perdre vos moyens ([le corps starter de l'émotion](#)).

De plus, vous y gagnerez en capital "sympathie" parce que vous "humaniserez" votre intervention.

Instinctivement les gens se sentiront plus proches de vous.

Votre message convaincra parce que vous vous y serez investi émotionnellement.

Votre public ressent des émotions, quelle émotion souhaitez-vous véhiculer ?
Il faut la prévoir et la travailler.

Rester vous même

Une règle d'or : ne pas s'imposer d'obligations de performance ; respecter son rythme amène seul à de bons résultats, à des résultats qui durent. Dites "simplement" et simplement, ce que vous avez à dire. Utiliser des analogies et méfiez-vous des termes "professionnels", adaptez-vous à votre public.

La Respiration, la décontraction aident à bien utiliser l'énergie libérée par le trac.

Utiliser ses ressources mentales :

Calme

Confiance

Concentration

Créativité

Combativité

Etape 4 : Parler, c'est agir

Bien plus que les mots, c'est votre langage non verbal qui persuade

Le corps parle

Postures, attitude générale, prise d'espace et déplacement

Gestuelle



Expression du visage détendue

Le regard circulaire et non scrutateur

La gestion de l'espace

Votre force est dans le sol

Votre impact est à la mesure de votre stabilité et de votre gestion de l'espace

Ayez de la présence

Prenez place avec calme et assurance

Les postures

Ne laissez pas la tension ou l'émotion vous envahir

Adoptez des postures droites

Enracinez-vous

Lâchez prise

Stabilisez votre base

Les gestes

Le geste est l'animation de la pensée ; il illustre nos propos et décrit nos attitudes aux yeux des autres.

Les catégories de gestes

Les gestes illustrateurs : ils accompagnent toujours le verbe, ils justifient les mots, les précise ou les soulignent.

Les gestes rythmiques : ils n'accompagnent pas le sens des mots ; ils scandent la fluidité verbale et accompagnent le rythme du locuteur ou du récepteur. Il faut apprendre à les maîtriser car ils fatiguent.

Les gestes qui vous dénoncent : ils peuvent être faits indifféremment, avec ou sans expression verbale ; ils ne sont pas contrôlés, nous échappent : on les appelle les adaptateurs.

La gestuelle

Les gestes à ne pas utiliser :

Les gestes bas

Les gestes autistes : tournés vers soi ;

Les gestes barrières : frontière derrière laquelle l'individu s'abrite.

Les gestes à utiliser :

Les gestes hauts

Les gestes ouverts : signes d'échange, de bienveillance, franchise, ouverture ;

Les gestes donnent de l'évidence à vos idées

Ils donnent de la force à votre conviction

Soyez vivant : osez les gestes

Le visage et les mimiques

Le visage est la partie du corps que nous regardons le plus lorsque nous parlons avec quelqu'un.

C'est là que s'expriment les mots et c'est là que les émotions sont les plus représentatives.

Etablir et maintenir un contact visuel

Détendu

Ouvert

Expressif

Souriant

Le sourire est communication

Le sourire pour Soi : le corps starter de l'émotion, vous pouvez décider de votre humeur, choisissez d'être gai.

Le sourire pour le public : l'humeur possède la particularité de déteindre sur votre interlocuteur, vous l'avez sûrement constaté, et cela s'appelle l'empathie. Profitez-en pour lui insuffler une humeur positive. Il n'en sera que mieux disposé à votre égard.

Comme toute émotion, le sourire a besoin d'être respiré et se construit plus particulièrement sur l'expiration.

Soupirez d'aise et souriez.

Souriez vous êtes filmé !

Le sourire :

Il marque la non agressivité et la reconnaissance de l'autre ;

Il incite à la convivialité.

Le sourire est un geste qui provoque une action communicative : Le sourire répond au sourire.

Etape 5 :L'expression vocale et orale

Pourquoi prendre la parole ??

Pour être entendu

Pour être écouté

Pour être compris

Etre entendu

Exploiter les ressources de la voix ; elle suscite une émotion et touche la sensibilité

L'intensité

L'intonation

Le débit

Ar-ti-cu-ler

La diction est un élément fondamental de l'expression orale, étymologiquement c'est l'art de dire, qui se décompose en articulation et prononciation.

Dans un premier temps, c'est le minimum de la politesse que d'articuler pour bien se faire comprendre. Au-delà de ce premier constat, articuler c'est aussi se donner les moyens d'être plus fort et plus efficace.

L'appui sur les voyelles et les diphtongues donne de l'amplitude et renforce la notion de plaisir et de "gourmandise" des mots.

En s'appuyant sur les consonnes, vous donnerez du poids aux mots et vous consoliderez votre impact et votre conviction.

Bien articuler est la première des politesses que vous devez à ceux qui vous écoutent.

C'est le détachement et l'enchaînement correct des sons et en particulier, la netteté des consonnes.

Une articulation claire donnera à votre parler une image de fermeté et d'assurance

Conseils pour se faire entendre

Placez votre voix dans les médium

Harmonisez votre force vocale avec la distance à
atteindre (+ regard)



Susciter et maintenir l'attention

Obtenir la participation des interlocuteurs

Être écouté

Sortez de la ponctuation écrite

Donnez de la couleur aux mots

La communication interpersonnelle

= Un acte de communication à 4 temps forts:

1/Écouter activement

2/Questionner pour obtenir de l'information

3/Reformuler

4/S'exprimer pour transmettre l'information



1/.. L'écoute active

C'est la perception juste de la façon dont l'autre définit la situation, le contexte et la relation. Cela suppose la capacité à faire une synthèse rapide des propos et à tirer les conclusions qui s'imposent.

Une écoute active a les exigences suivantes :

Se concentrer sur ce que dit l'émetteur

Contrôler sa propre pensée

Rechercher les idées principales de ce qui a été dit

Porter attention à la manière dont nos sentiments peuvent transformer et déformer le message.

Eviter de rejeter certains aspects du contenu (étrange, familier, insignifiant...)

Etre attentif à la communication non verbale et à la dimension affective

Continuer d'écouter attentivement même si on croit avoir déjà compris

Accepter les moments de silence

Retarder le plus possible l'évaluation du message

Les cinq avantages de l'écoute efficace

L'écoute efficace augmente :

La capacité d'aider autrui

La capacité de prendre des décisions plus réfléchies et plus raisonnables

Le pouvoir et l'influence (les gens respectent ceux qui les écoutent)

La connaissance d'autrui, du monde et de soi même.

La capacité d'éviter des problèmes et des difficultés

LE STYLE ORAL

L'oral est différent de l'écrit. A l'oral les mots sont plus courts, plus simples et plus familiers. Il y a un plus grand nombre de termes se référant au locuteur.

Le discours doit être clair. Pour cela il faut veiller à être concis et précis. Il importe d'employer des mots familiers ainsi que des répétitions, des reformulations des résumés internes.

Pour que le discours soit vivace, il faut utiliser des formes verbales actives des images et des figures de style.

Il faut veiller à ce que le style soit en adéquation avec le public.

Il est préférable d'utiliser des phrases courtes, directes actives et affirmatives.

Un discours est soit improvisé, soit lu, soit il est « improvisé préparé »

Le volume de la voix est fonction de plusieurs paramètres : la proximité ou l'éloignement de l'auditoire, l'environnement, l'acoustique de la salle, le relief qu'on veut donner au discours.

Le débit est lié au temps dont on dispose, du contenu du discours et des conditions d'écoute.

Le ton du discours change en fonction du sens qu'on donne au message.

Il faut éviter les défauts d'articulation et de prononciation.

Les pauses (silences) indiquent que l'on passe d'une partie à une autre. Elles permettent aussi à l'auditoire de réfléchir à ce qui a été dit.

L'orateur adopte un comportement physique efficace. Maintient le contact visuel, son visage est expressif, fait des gestes naturels et bouge un peu.

L'orateur prépare son discours en prenant en considération tous ces aspects.

Sur le plan des organisations, c'est la forme de communication interpersonnelle la plus importante. (Diagrammes)

Or, souvent nous écoutons de façon inefficace.

Le facteur le plus important dans une communication n'est pas l'habileté à faire valoir son point de vue, mais plutôt l'habileté à saisir le point de vue de l'autre.

Sans écoute attentive, il est impossible d'agir avec pertinence sur les problèmes quotidiens.

Confusions possibles

Ecouter n'est pas entendre.

Le silence n'est pas écouté

Culturellement on peut considérer l'écoute comme une faiblesse (comme un enfant qui obéit). Se sont les subalternes qui écoutent les chefs.

On confond écouter et adhérer à ce qui est dit. Ne pas écouter devient synonyme de ne pas accepter ce que l'autre dit.

Ecouter c'est seulement comprendre. Ce n'est ni tolérer, ni accepter, ni excuser.

Il faut :

Une présence de soi : être capable de ne pas fondre dans l'autre parce qu'on l'écoute. Être capable de séparer son expérience de celle d'autrui. Être conscient du processus qui se déroule. Cette conscience nous amène à avoir un jugement plus lucide : ni préjugé, ni intrusion dans la vie des autres

Une tolérance à l'ambiguïté : Si nous n'avons pas cette capacité à accepter des situations nouvelles, nous aurons tendance à nous fier à la première impression. On essaiera par ailleurs de réduire les incohérences, de simplifier une réalité complexe.

Avoir une tolérance à l'ambiguïté c'est abandonner la logique du vrai ou faux, la causalité directe, la pensée linéaire.

La valorisation des différences : Sur le plan interpersonnel les différences existent du fait que chacun interprète les choses en fonction de son éducation, de ses valeurs, de ses croyances.

Chacun pense que sa manière de voir le monde est la meilleure.

On pense dans une organisation que l'homogénéité est une solution aux conflits.

C'est la reconnaissance des différences et l'accord sur les valeurs à promouvoir qui permet d'atteindre le plus certainement cet objectif.

Refuser cette réalité c'est refuser d'écouter l'autre parce qu'il ne peut pas avoir raison.

Valoriser la différence nécessite une certaine ouverture et une confiance en soi.

La disponibilité : c'est être prêt à donner à votre interlocuteur le temps et l'énergie nécessaires pour qu'il puisse exprimer son point de vue.

La plupart des gens n'écoutent pas pour comprendre mais pour être capable de répondre. Ils préparent leur réplique pendant que l'autre parle.

2/..Questionner permet d'aller plus loin

Même la meilleure écoute permet rarement de tout comprendre

Le seul fait de laisser l'autre s'exprimer ne lui permet pas toujours de bien s'exprimer

Les techniques d'interrogation sont un moyen de mener le processus de clarification et d'investigation jusqu'au bout

Les types de questions :

Ouvertes	Questions exploratoires qui visent à faire parler l'autre (QQOQCCP)
Fermées	Questions appelant une réponse oui ou non, une information ponctuelle, une vérification
Alternatives	Questions vers un choix restreint pour saisir une tendance
A choix multiples	Questions permettant de vérifier ou tester un ou plusieurs hypothèses

3/..La reformulation :

Pour relancer et accompagner

Elle est une intervention qui redit d'une manière plus concise ou plus explicite ce que vient d'exprimer l'autre :

Technique de clarification et d'investigation

Signe d'intérêt pour l'autre et ce qu'il dit

Attitude de compréhension.

Plusieurs modes de reformulation peuvent être utilisés suivant l'objectif visé.

Les types de reformulation

La reformulation écho

La reformulation reflet

La reformulation interrogative

La reformulation controversée

La reformulation suggestive

4/.. S'exprimer : Le message :

Votre message exprime ce qui est essentiel pour vous, ce que le public doit retenir.
Ce qui doit rester après votre intervention doit pouvoir se résumer en une phrase.

La règle des 5 C

Court : Plus de paroles introduit le doute

“ La parole a été donnée à l'homme pour cacher sa pensée “
Albert Camus

Concis : Allez à l'essentiel !!

Clair : Plus le message est clair plus il est percutant

Complet : Eviter de laisser des zones d'ombre ou de suspicion

Compréhensible : Evitez de forcer vos interlocuteurs à fournir un effort pour comprendre votre message

Conseils pour l'expression orale

Dîtes- en moins pour mieux le dire

Soyez concentré à 100% dans chaque idée

Pensez vos idées l'une après l'autre

Variez le ton ; chaque idée a sa couleur, son ton

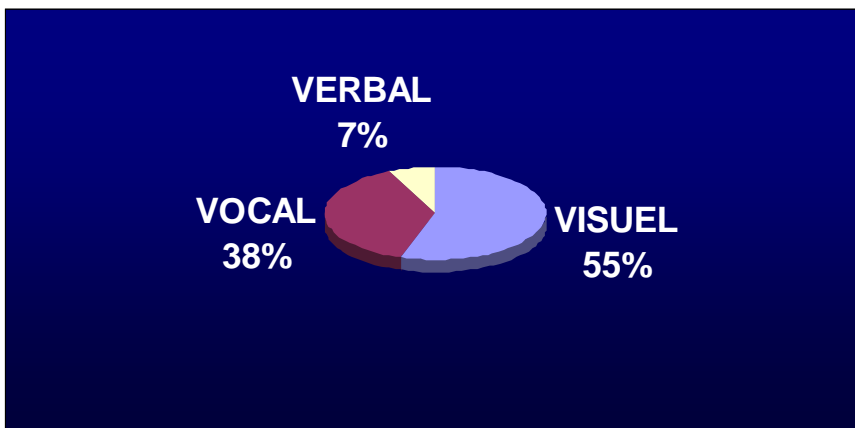
Affirmez vos idées en les ponctuant d'une finale et d'un silence

MOYENS D'INFLUENCE

REGLE DES 3 V

VISUEL + VOCAL + VERBAL

Les 3 V ce que retient votre auditoire



selon les études de Mehrabian

Visuel : fait référence à ce que vous voyez la personne faire. Faites une bonne première impression en regardant les personnes qui sont dans la salle plutôt que les diapositives ou votre texte. La plupart des membres de l'auditoire veulent vous supporter et vous souriront ou vous feront un signe de la tête si vous les regardez. Si vous êtes intéressé par le thème de votre présentation, aider l'auditoire à s'y intéresser aussi. Éviter les mouvements

distrayants comme des mouvements non pertinents des mains, mais sentez-vous tout à fait à l'aise d'utiliser des gestes qui enrichissent votre présentation.

Vocal : fait référence au son de votre voix. Parlez fort, même à la fin des phrases. Nous avons tous tendance à parler moins fort et plus rapidement lorsque nous sommes nerveux, mais tentez d'éviter cela. Parler lentement aide les personnes qui vous écoutent à suivre le fil de vos idées. Même si vous avez pratiqué votre discours 100 fois, il demeure que c'est la première fois que l'auditoire l'entend. Donnez-leur la chance de traiter l'information. Planifiez de faire de brèves pauses à quelques endroits dans votre présentation. Soyez enthousiaste à propos de votre projet et évitez d'être monotone - Rappelez-vous que c'est votre sujet sur lequel vous avez travaillé très fort. Soyez-en fier et exprimez-vous! Parlez fort sans crier. Parlez aussi fort que vous parleriez à un ami assis à l'arrière de la salle. Respirer profondément aide au maintien du volume de la voix, utilisez diverses vitesses d'allocution et ralentissez pour mettre l'emphase.

Verbal : fait référence aux mots que vous choisissez et à l'organisation de votre présentation. Assurez-vous que votre présentation ait une introduction, un corps et une conclusion clairs. Assurez-vous de bien définir les termes de votre présentation et de bien les organiser. Incluez des éléments qui attirent l'attention tels que des photos, des citations ou des statistiques reliées à votre projet et énoncez, dans une phrase, les objectifs de votre présentation. Présentez à l'auditoire l'organisation de votre présentation. À la fin de chaque section, avisez l'auditoire que vous changez de section. Lorsque vous bâtissez votre présentation, commencez par la fin et allez-y à reculons. L'élément le plus important pour l'auditoire est la conclusion.

DIFFICULTES DE LA COMMUNICATION

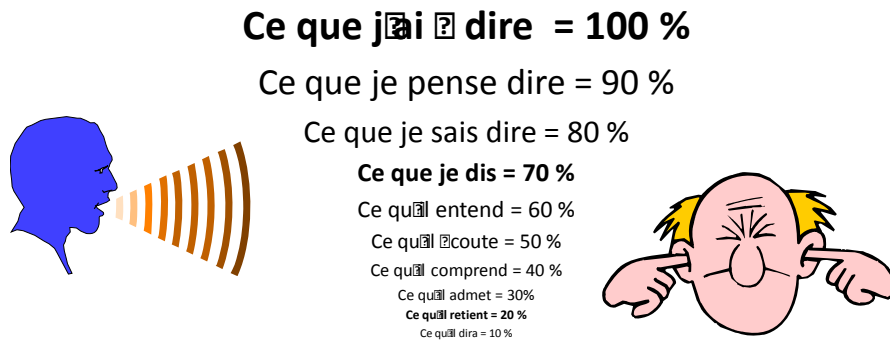
AU NIVEAU DE L'EMETTEUR

- Ce que je veux dire.
- Ce que je dis.

AU NIVEAU DU RECEPTEUR

- Ce qu'il entend,
- Ce qu'il écoute,
- Ce qu'il comprend,
- Ce qu'il retient,
- Ce qu'il utilise, ce qu'il répète.

La transmission de l'information



3

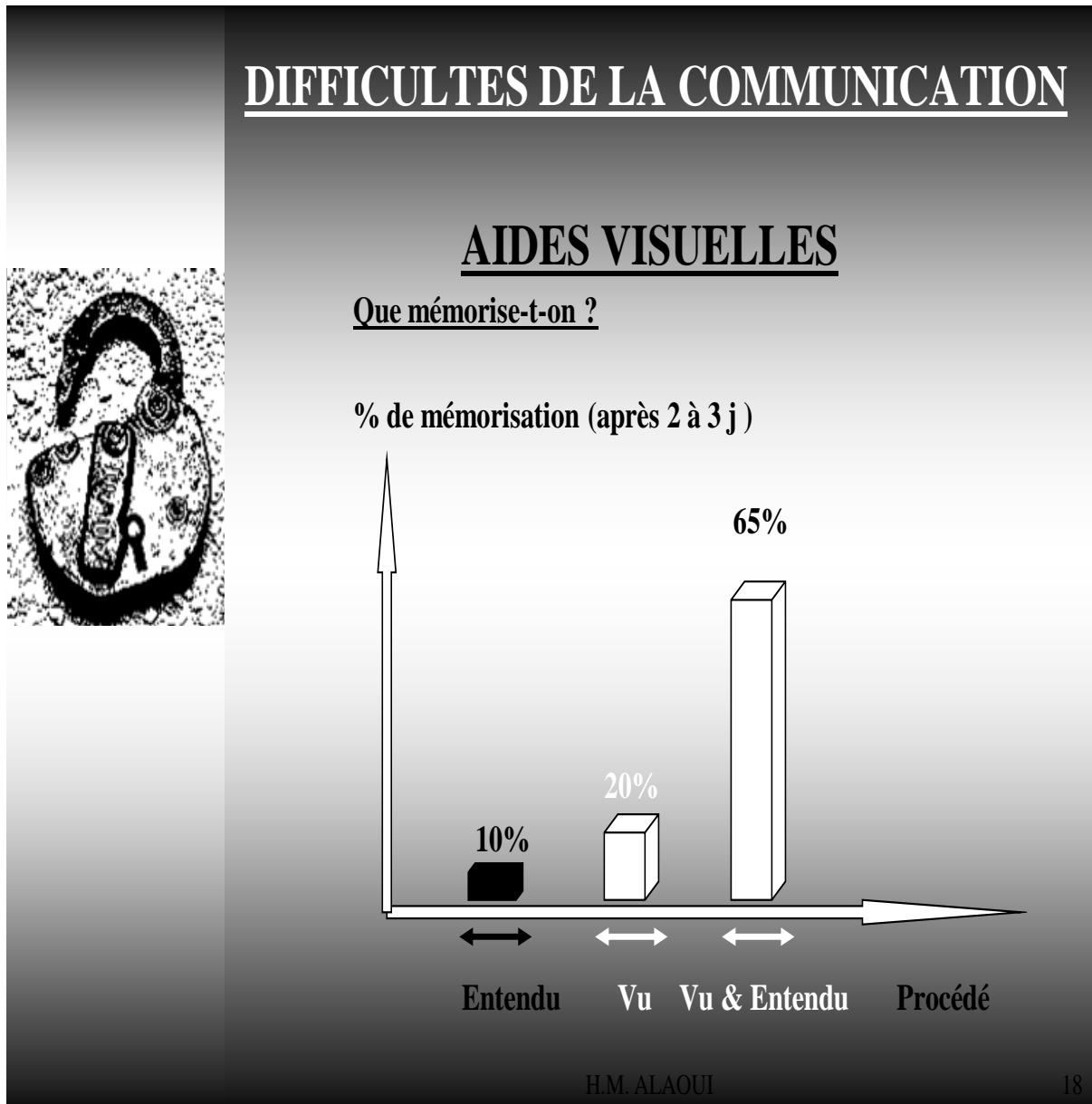
Les causes possibles de déformation d'un message

EMETTEUR		CAUSES DE DEFORMATION
Ce que l'émetteur veut dire	100 %	
Ce que l'émetteur dit	↓ 70%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mises en ordres des idées ■ Adoption du code ■ Expression ■ Prononciation ■ Émotivité
Ce que le récepteur entend	↓ 60%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bruits extérieurs ■ Audition défectueuse
Ce que le récepteur écoute	↓ 50%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Attention-Intérêt ■ Disponibilité physique ■ Émotivité

4

EMETTEUR		CAUSES DE DEFORMATION
Ce que le récepteur comprend	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">40 %</p>	Instruction, entraînement mental Filtre personnel Projections Cadres de références
Ce que le récepteur retient	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">20 %</p>	Mémoire Filtre personnel
Ce que le récepteur répercute	<p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">10 %</p>	Mises en ordre des idées Adoption du code Prononciation Émotivité Filtre personnel

LA MEMORISATION DES MESSAGES



Suite à certaines études psycho-sociologiques, il s'avère qu'en moyenne un homme (ou femme) :

Ne mémorise que 10% des messages qu'il reçoit auditivement seulement

Ne retient que 20% des messages qu'il reçoit visuellement seulement

Mémorise 65% des messages qu'il reçoit auditivement et visuellement simultanément.

C'est ce que les spécialistes appellent :

Le phénomène de synergie

Le phénomène de résonance (En physique électromagnétique)

L'effet Doppler (En acoustique)

Conclusion

Si vous recherchez une mémorisation maximale de vos messages par vos auditeurs :

Associez toujours des visuels à vos présentations verbales

Cette association doit absolument être simultanée

Vous devez traiter un point après l'autre

Pointez sur le visuel, le point que vous traitez verbalement pour pousser l'œil de votre interlocuteur à se poser sur ce visuel

Provoquez le feed-back

Quelques références bibliographiques de référence :

- Le guide du face à face : Jean Claude Martin Ed. Marabout 2001
- Le communicateur : Marie-Hélène Westphalen : Ed. Dunod 1994
- Comment réussir une négociation : Roger Fisher/William Ury. Ed Seuil 1993
- Stratégie d'entreprise et communication. Dominique Beau et Sylvain Daudel. Ed Dunod 1992