

LA COMMUNICATION

Fiche conçue par **Mélissa Poirier**, conseillère en développement de carrière

CAPACITÉ À S'EXPRIMER AVEC CLARTÉ ET DE FAÇON INSPIRANTE,
À L'ORAL OU À L'ÉCRIT.

INDICATEURS DE SUCCÈS

- Adapte son discours en fonction de son public cible et en se préoccupant de l'impact qu'il veut avoir.
- Possède une capacité de synthèse et de vulgarisation qui facilite la compréhension de messages.
- Sait capter et maintenir l'attention des gens dans sa façon de présenter ses idées.

QUESTIONS CLÉS

- Comment est-ce que je m'y prends habituellement pour communiquer un message ou une idée ?
- Lorsque je communique, quel est l'impact de mon discours sur mon interlocuteur ?
- Quelles sont mes barrières personnelles à la communication ?
- Quels sont les obstacles à la communication dans mon milieu de travail ?
- Quels bénéfices pourrais-je tirer personnellement et professionnellement à améliorer ma façon de communiquer ?

Gamble, Teri Kwal; Gamble, Michael (2011)

Communiquer et interagir.

Chenelière Éducation

Cet ouvrage de référence est fondamental pour toute personne désirant apprendre à mieux communiquer au quotidien, autant dans ses relations interpersonnelles que dans son environnement de travail. Les auteurs emploient une formule pédagogique accessible et captivante pour décrire les principes de base de la communication et des théories modernes. Son contenu appréciable favorise la compréhension de soi et une meilleure analyse de ses interactions avec les autres. C'est à travers une abondance d'exemples, d'activités de réflexion, de mises en situation et de principes théoriques solides que l'apprenant sera amené à prendre conscience de son style de communication, qu'il puisera des connaissances essentielles ainsi qu'une foule d'outils à mettre en pratique afin de mieux communiquer.

Heath, Chip; Heath, Dan (2007)

Ces idées qui collent : pourquoi certaines idées survivent et d'autres meurent.

Village Mondial

Cet ouvrage inspirant et incontournable est le fruit de l'expérience conjointe de deux frères, Dan et Chip Heath, combinant une expertise en psychosociologie des organisations ainsi qu'en formation des dirigeants. Ils dédient leur œuvre aux gestionnaires, entrepreneurs, professeurs, hommes politiques et éditorialistes de ce monde. Leur objectif : aider le lecteur à faire adhérer ses idées. Les auteurs déchiffrent pour nous les idées qui collent et nous expliquent les mécanismes de leur adhésion. Ils décrivent, à la manière d'un guide, six principes pour rendre les idées plus efficaces et pour transmettre un message persuasif, un message qui laisse une empreinte durable. Chaque principe est présenté selon une mise en contexte et détaillé à travers une panoplie d'exemples, de suggestions et de conseils afin d'en faciliter la compréhension et la mise en pratique. Quelles sont les caractéristiques qui font qu'une idée adhère? Comment marquer notre interlocuteur afin de le pousser à la retenir longtemps et même à agir? Ce guide sublime saura répondre précisément à ces questions.

Cristol, Denis (2011)

Management et communication : 100 exercices : jeux et cas pratiques pour former autrement.

Issy-les-Moulineaux

Rédigé par un expert coach spécialiste en gestion, en ressources humaines et en formation continue, cet ouvrage « clés en main » présente 100 exercices originaux sous forme de cas pratiques et de jeux de rôles, judicieusement articulés à travers trois thèmes essentiels en communication : les relations au sein d'un groupe, la relation interpersonnelle et le développement personnel. Chaque exercice est présenté selon une structure accessible, détaillant le thème abordé, la durée, le matériel nécessaire, le but du jeu, le déroulement, l'exploitation que le formateur peut faire de l'exercice ainsi que des variantes possibles. Dédié aux formateurs, gestionnaires et responsables d'équipe, ce guide pédagogique regorge de conseils pratiques et d'activités qui sauront agrémenter vos réunions d'équipe, vos formations et stimuler l'implication des participants.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT

- Sensibilisez-vous au niveau de votre auditoire et prenez en compte les différences culturelles. Utilisez un langage avec lequel vos interlocuteurs sont familiers. Trouvez des mots simples et clairs et assurez-vous de bien articuler, de vous exprimer correctement. Pratiquez-vous à vulgariser l'information que vous transmettez et assurez-vous de bien définir les termes et les concepts, en évitant le jargon inutile. Pour ce faire, vous pouvez présenter votre discours ou une partie de celui-ci à une personne de votre entourage qui correspond à votre public cible. Demandez-lui de vous arrêter dès qu'elle ne comprend pas vos propos. En somme, limitez-vous au vocabulaire vraiment nécessaire, limitez le nombre de concepts et utilisez les synonymes du langage courant. Essayez aussi de connaître les motivations de votre public. Souhaite-t-il s'informer? Se cultiver? Se distraire? Pensez à ajuster vos propos en conséquence.
- Lorsque vous préparez un discours, prévoyez des exemples, des comparaisons, des métaphores, des histoires. Ils permettent de mémoriser l'idée transmise et la rendent plus vivante. Lors de votre exposé, prenez la peine de répéter les concepts importants à plusieurs reprises et à différents moments. Cette technique favorise également l'intégration d'une idée. Référez au concept en employant une courte expression. Par exemple : «La répétition favorise l'adhésion des idées ».
- Afin d'interpeller votre auditoire, prenez la peine de poser des questions. Interrogez, mais réfléchissez bien d'abord aux questions que vous vous apprêtez à poser ainsi qu'à leur formulation. En effet, les mots employés et la façon dont une question est structurée peuvent grandement influencer son impact sur votre auditoire. Une bonne question doit susciter la curiosité chez l'interlocuteur et inviter à la réflexion. Elle doit être simple, claire et précise. Comme un rayon laser. Utilisez des questions ouvertes en employant de préférence les mots « pourquoi » et « comment ». Par exemple : « Pourquoi souhaitez-vous améliorer vos compétences en communication ? » ou « Comment vous y prendrez-vous pour développer vos compétences en communication? ». Vous pouvez également employer les mots « quoi », « quel » ou « quelle ». Par exemple : « Quelles actions poserez-vous concrètement afin d'améliorer vos compétences en communication? ». Vous aurez sans doute remarqué que ces questions forcent à réfléchir, qu'elles encouragent la créativité, qu'elles concentrent l'attention et précisent la recherche de solution. Elles vous sollicitent personnellement. Soyez attentifs aux questions que l'on vous pose qui adhèrent à votre esprit et vous poussent à l'action. Vous remarquerez que les questions les plus stimulantes sont celles qui font intervenir les valeurs, les espoirs et les idéaux des gens.
- Lorsque vous faites un discours, prenez votre temps pour parler. Parler lentement présente deux avantages importants. D'une part, quand vous parlez d'un débit lent, le public est attentif. D'autre part, vous avez le temps de réfléchir à ce que vous dites. Ainsi, vous diminuez les risques d'erreur et d'angoisse. Prendre votre temps signifie également d'utiliser les silences, c'est-à-dire de prendre des pauses de quelques secondes. L'impact est puissant. Pensez aux discours des grands orateurs qui ont marqué l'histoire, comme Barack Obama ou Martin Luther King. L'un de leurs points communs est qu'ils font une pause entre deux phrases importantes.