



## COMMUNICATION ET MANAGEMENT

Durée 3 à 5 Jours -

### Objectifs :

La confiance en soi : avoir une image positive de soi-même et des autres. La clarté d'expression : style direct, mots concrets, imagés, voix expressive, débit rythmé, diction articulée.

La capacité d'écoute : empathie, neutralité bienveillante.

### Programme de formation

Les facteurs de bonne communication

La confiance en soi : avoir une image positive de soi-même et des autres.

La clarté d'expression : style direct, mots concrets, imagés, voix expressive, débit rythmé, diction articulée.

La capacité d'écoute : empathie, neutralité bienveillante.

La capacité à exprimer ses sentiments : capacité à parler de soi-même, de ses goûts, capacité à exprimer aussi son agressivité.

La force persuasive : personnalité (image de soi, statut, prestige), engagement (énergie et motivation), stratégie oratoire (ethos, logos, pathos).

La communication est un résultat

Elle s'évalue en effet à la manière dont chacun perçoit l'ensemble des discours et des signes.

## COMMUNICATION ET MANAGEMENT

La communication est un résultat

L'ensemble de ces discours et signes génère un certain niveau de :

Connaissance

Généralement obtenue par la diffusion d'informations sur des faits.

Compréhension

Généralement obtenue par l'organisation d'échanges sur la signification à donner aux faits.

Adhésion

Généralement obtenue par l'affirmation de valeurs collectives à travers une décision.

Contribution

Généralement obtenue par le respect des enjeux individuels, au travers d'une action.

Maîtriser la communication managériale par :

La diffusion d'informations sur tout ce qui constitue des faits pouvant influencer l'Unité.

L'organisation d'échanges permettant de donner du sens aux faits.

L'affirmation des valeurs collectives de l'Unité à travers le contenu des décisions et la manière dont elles sont prises.

Le respect des enjeux individuels à travers l'écoute et la prise en compte des aspirations individuelles.

## LES OBSTACLES A LA COMMUNICATION

Le cadre de référence

Le récepteur n'assimile jamais passivement un message. Il réagit à la signification en fonction de ses préoccupations, de son cadre de référence.

Toutes différences de caractéristiques entre émetteur et récepteur sont sources de « bruits » : différences de sexe, d'âge, de culture, de statut. Toutes ces différences sont source d'Incompréhensions.

Lorsqu'une information reçue par un individu ne s'accorde pas avec l'ensemble de son système d'opinion, il se crée une situation de dissonance cognitive.

Pour réduire cette dissonance, l'individu pourra :

Soit, nier la valeur de vérité de l'information et tenter d'en convaincre par exemple son entourage ;

Soit modifier son système de croyance, son cadre de référence.

L'image du récepteur

Selon l'image que l'émetteur se fait du récepteur, image positive ou négative, l'impact de la communication est différent (effet Pygmalion).

## LES ATTITUDES FONDAMENTALES DANS LES RELATIONS HUMAINES

A quoi sert la reformulation ?

Elle permet de vérifier que l'on a bien compris ce que l'autre voulait dire.

De lui faire savoir que l'on a réellement bien écouté.

De dépassionner un discours violent.

Si la reformulation est juste, d'amener l'autre à une ouverture mentale.

D'amener l'interlocuteur à préciser sa pensée, à prendre conscience de ce qu'il a dit (effet miroir).

De relancer un entretien sans influencer et interrompre le fil des idées.