

La communication positive

Ou comment communiquer pour aborder de façon positive les oppositions en les transformant en relations de coopération.

15/10/2014

Attitude Management Conseil - www.amconseil.eu

Patrice varez



1. LES 6 FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION POSITIVE	2
1.1. UN ÉTAT D'ESPRIT GÉNÉRAL OUVERT ET OPTIMISTE :	2
1.2. UN COMPORTEMENT MANIFESTE :	2
1.3. UN VOCABULAIRE CHOISI :	3
1.4. UNE TRANSFORMATION DES NÉGATIFS D'AUTRUI :	3
1.5. UN EXPOSÉ DES FAITS :	3
1.6. UNE DÉMARCHE :	3
2. LA RÈGLE DES "3V" :	4
3. LES OCCASIONS OÙ UNE "COMMUNICATION POSITIVE" PEUT ÊTRE MISE EN ŒUVRE :	4

La "Communication positive"

Elle permet de mieux communiquer (écouter, répondre, convaincre, construire) pour aborder de façon positive (c'est-à-dire factuelle et bienveillante) les divergences, oppositions et conflits en les transformant en relations de coopération, grâce à un dialogue constructif, engageant les parties en présence sur un plan d'action.

1. Les 6 fondamentaux de la communication positive

Le terme "positif" se réfère à 6 volets fondamentaux et utiles dans toute relation délicate où l'autre s'oppose, ne veut pas, ou dit qu'il ne sait pas.

1.1. Un état d'esprit général ouvert et optimiste :



Le mental

Un état d'esprit général ouvert et optimiste inspire le communicant, dans la mesure où il faut et il suffit de décider instantanément d'être positif pour le montrer ensuite immédiatement dans son comportement.

Pour se faire, il faut respirer profondément, penser, percevoir, ressentir, et agir "positif" et orienter son cerveau de même.

1.2. Un comportement manifeste :



Le physique
(corps et voix)

Un comportement manifeste se traduit par un corps et des gestes ouverts, envoyant ainsi un message général d'accueil de l'autre et de satisfaction concernant la rencontre qui s'annonce.

Pour se faire, il faut respirer profondément en activant l'état d'esprit positif afin de commander au corps cette ouverture : Pieds à plat sur le sol et jambes disjointes pour se stabiliser, buste tonique, épaules relâchées, mains et bras décroisés, visage ouvert et regard attentif, intonation dynamique, articulation posée et rythme ralenti.

1.3. Un vocabulaire choisi :



Les mots

Un vocabulaire choisi amènera le communiquant à utiliser des formulations affirmatives, une syntaxe positive, et à faire un effort constant pour éviter les négatifs absolus, ou les vocabulaires négatifs, qui pourraient le mettre, de façon incontrôlée, en opposition avec autrui. Ces négatifs absolus sont du genre : non, oui ... mais, mais si!, essayer, petite question, problème..., ne ... pas, faute, coupable, critique, réclamation, cher, etc.

Des négatifs absolus formulés, peuvent déclencher une opposition instinctive de l'interlocuteur voire une rupture de la communication manifestée par la colère, ou le refus d'écouter la suite ...

1.4. Une transformation des négatifs d'autrui :



L'écoute

Les négatifs d'autrui se manifestent par des objections, des questions pièges et des critiques que le communiquant s'efforcera de transformer en valeurs de convergence et de progression du dialogue.

Pour se faire, dans ces situations d'opposition, le communiquant devra prendre une profonde inspiration pour se détacher de la contrariété. Il prendra, ainsi, la distance suffisante pour repérer le mot-clé dans le propos de son interlocuteur. Sa réponse utilisera une formule d'amortissement valorisante qui permettra de garder le cap du dialogue et d'impliquer son interlocuteur dans une nécessaire poursuite de la relation engagée.

1.5. Un exposé des faits :



L'information

Le communiquant exprimera ses propos de manière factuelle afin de toujours rester dans le sujet et de resituer son interlocuteur qui pourrait s'échapper dans de grandes idées générales ou des formulations hors de propos.

Pour se faire, l'exposé des faits sera toujours factuel et accompagné de preuves, d'exemples concrets et d'informations vérifiées.

1.6. Une démarche :



L'organisation

Enfin, une communication réussie s'appuiera sur une démarche anticipatrice, rigoureuse et stratégique.

Pour se faire, le communiquant se préparera de manière minutieuse et rigoureuse en identifiant les points forts et arguments majeurs du dossier à traiter et en élaborant des supports de communications clairs et précis. Il anticipera le déroulé de la réunion en imaginant, les scénarii et les objections qui pourraient être fournis par un interlocuteur prompt à critiquer. Il aura défini les objectifs et points stratégiques qu'il souhaite atteindre lors de la réunion.

2. La règle des "3V" :

La « règle du 7 % - 38 % - 55 % », également appelée « règle des 3V », est basée sur deux études publiées en 1967 et mentionne que :

- * 7 % de la communication est verbale (par la signification des mots)
- * 38 % de la communication est vocale (intonation et son de la voix)
- * 55 % de la communication est visuelle (expressions du visage et du langage corporel).

L'expérience d'Albert Mehrabian consistait à estimer l'importance relative des mots, de la voix et des expressions du visage dans l'établissement, l'appréciation ou le rejet de quelqu'un, par exemple lors d'un entretien d'embauche, d'un rendez-vous amoureux ou d'une opération de vente.

Généraliser à tous type de messages et toutes les situations de communication serait abusif mais - hors d'exemples très spécifiques - l'application de cette règle s'y rencontre parfois.

3. Les occasions où une "communication positive" peut être mise en œuvre :

- Exprimer une idée.
- Donner une information.
- Intéresser un collaborateur.
- Convaincre un interlocuteur.
- Faire adhérer son supérieur, son collaborateur, membre d'une équipe à un projet.
- Garantir un réel service à un client ou un fournisseur.
- Prévenir ou régler des conflits dans le respect de tous.
- Dialoguer entre partenaires sociaux.
- Transmettre un savoir, une compétence.
- Former et enseigner.
- Parvenir à des décisions partagées, à un engagement pérenne dans l'action.
- Motiver ses collègues.
- Effectuer entretiens annuels dans un échange constructif.
- Recruter ou évaluer.