

SEMESTRE 2 – EXPRESSION/COMMUNICATION

Fiche 1 : Communication en milieu professionnel

L'intelligence collective correspond à une situation où une communauté met en avant ses connaissances personnelles pour un but commun. En effet, plus des trois quarts du temps d'un salarié sont passés à communiquer avec des collègues. La performance de l'équipe dépend alors des personnes (un peu de leur intelligence mais surtout de leur sensibilité interpersonnelle), de la qualité et de la fluidité des interactions, de la diversité des profils et de l'émergence d'opinions différentes. L'intelligence collective est supérieure à la somme des intelligences individuelles.

Le cadre de référence représente l'ensemble d'idées, d'opinions et de valeurs propres à un individu ou à un groupe, et cet individu donne un sens à ce qu'il dit ou reçoit en fonction de cet ensemble. Autrement dit, cela signifie que mes évidences ne sont pas les mêmes que celles d'autrui.

La culture d'entreprise désigne le fait de trouver une relation d'appartenance à l'entreprise. Elle passe des déjeuners (formels ou informels), des pause-café, mais surtout par la communication interne (*ex : le vocabulaire et les expressions utilisés entre les salariés*), qui permet le développement de cette culture avec la création d'une identité propre à l'entreprise. En effet, il est très important pour les salariés d'avoir des points de référence en termes d'image.

Les **principaux enjeux** de la communication en milieu professionnel sont :

- L'enjeu **informatif** : la personne qui va s'exprimer souhaite juste communiquer une ou des informations dans le but d'informer.
- L'enjeu d'**expression de son identité** : la personne qui va s'exprimer souhaite s'intégrer au groupe, a un besoin de considération, de valorisation personnelle ; autrement dit, elle a besoin de reconnaissance personnelle et sociale.
- L'enjeu de **pouvoir** : l'intervenant veut assurer son autorité sur une autre personne, il veut que son leadership soit imposé sur les autres membres du groupe.
- L'enjeu d'**influence** : la personne qui s'exprime a des idées, et il souhaite que les autres adoptent ses idées.
- L'enjeu de **séduction** : l'intervenant veut se faire apprécier, être aimé des autres. La séduction est un moyen pour y parvenir. Toute communication apporte donc des informations sur l'identité de la personne avec laquelle nous communiquons.

Les **objectifs** d'une entreprise qui investit fortement sur des outils de communication interne peuvent être :

- Mettre en relation les salariés de l'entreprise pour faciliter leur action collective.
- Faire connaître à chaque salarié les instructions relatives à son travail mais aussi le sens de son travail, sa mission (*utilitarisme*).

- Mener à bien une cohésion sociale et créer ainsi une culture d'entreprise propre à celle-ci.
- Préparer les salariés au changement en les informant grâce à une communication efficace.
- Avoir un rapport direct entre les différents membres d'une entreprise et éviter que l'information stagne entre les supérieurs hiérarchiques et les subordonnés.

⇒ La communication interne aide donc à la création d'une **identité propre** à l'entreprise.

Les clés de la réussite d'une **prise de parole** devant un auditoire sont les suivantes :

- Avoir un bon impact dans ma communication **non-verbale**, qui est essentielle pour me faire comprendre. Il faut que j'aie une bonne posture (debout ou assis, et les mains qui m'aident à m'exprimer vers les autres), je dois sourire (mon auditoire le ressentira) et je dois avoir un regard vers mes interlocuteurs (le moins possible vers mes notes) pour établir le contact.
- Avoir une bonne communication **para-verbale** : parler clairement et assez fort pour bien me faire comprendre, avoir un rythme relativement posé et rassurant.
- Il faut globalement que je sois en accord entre ce que je dis et la manière dont je le dis, pour assurer une bonne répercussion auprès de mon auditoire.

L'écoute active désigne le fait d'écouter son interlocuteur dans le but de **comprendre**, et non pas de l'écouter dans le but de **répondre**. Il est nécessaire d'être à l'écoute, et d'adapter ses propos en fonction de ce qu'a dit notre interlocuteur.

Dans certaines réunions professionnelles certains participants ne s'écoutent pas toujours car ils restent figés dans leur cadre de référence, ils voient le monde à leur manière et ne sont pas à l'écoute des propositions des autres, ce qui empêche une bonne évolution des relations.

L'assertivité désigne le fait de parler avec clarté, d'être précis dans ses propos, tout en restant dans le respect de l'autre. En situation de communication tendue, l'assertivité est très utile car elle permet de calmer les conflits tout en mettant au clair les éléments qu'il faut revoir dans le but d'avancer ensemble.

Il existe **différents outils** de communication interne :

- Les outils **oraux** : les réunions d'information et les réunions de services commençant par des informations générales, les repas (formels ou informels), les vidéos qui visent à informer...
- Les outils **écrits** : les journaux internes dans lesquels peuvent apparaître des rubriques qui informent sur les projets en cours, les résultats de l'entreprise, les projets à venir... L'objectif de ce journal interne sera de mettre en scène la culture d'entreprise et de diffuser les informations pour permettre à l'entreprise et à ses acteurs internes d'exister. Il est rédigé par les salariés chargés de la communication interne et des ressources humaines.

⇒ Globalement, le but est d'informer tous les salariés de façon précise sur ce qu'il s'est passé dans l'entreprise sur la période écoulée.

Une procédure est un outil d'aide à l'application d'un processus. Elle définit précisément la manière de réaliser une activité. Réaliser une procédure c'est répondre à la question : « Qui fait Quoi ? ». Elles sont datées et mises à jour régulièrement selon les nécessités, et peuvent être sous forme de logigramme.

Si je dois réaliser une procédure, je dois recenser :

- Les intervenants
- Les éléments déclencheurs
- Les actions à mener
- Les résultats attendus pour chaque action

Un compte rendu est un document rédigé à la suite d'une réunion ou de faits particuliers. Il doit contenir fidèlement les informations transmises lors de ces évènements, sans interprétation, ni parti pris.