

Ecoute Active Et PNL

Sommaire

Techniques de la PNL au service de l'Ecoute Active	4
Le rapport	4
Généralités, le rapport	4
La définition du rapport.....	5
Les éléments pratiques sur le rapport	6
La synchronisation	7
Généralités, la synchronisation verbale.....	7
La reformulation.....	8
La synchronisation syntaxique et stylistique.....	9
Les prédicats et les canaux de perception	10
Généralités, la synchronisation non verbale.....	10
Les types de synchronisation non verbale.....	12
Les types de synchronisation non verbale, Suite.....	13
Le calibrage	14
Les mouvements oculaires	15
Généralités, les mouvements oculaires	15
Les mouvements oculaires	16
Le traitement de l'information	17
L'ancrage.....	18
Généralités, l'ancrage	18
La définition de l'ancrage	19
Les différentes catégories d'ancres	20
Les différentes catégories d'ancres, Suite.....	21
Les pratiques de l'ancrage	22
Les objectifs	23
Généralités, les objectifs	23
La définition d'un objectif	24
La méthodologie de définition des objectifs	25
La méthodologie de définition des objectifs, Suite	26
L'écoute active.....	27
Généralités, l'écoute active : présentation et techniques	27
La présentation de l'écoute active.....	28
La présentation de l'écoute active, Suite	29
Les techniques employées.....	30
Questions et re-formulation.....	31
Les différents types de questions	32

Le message en communication	42
Qu'est-ce qu'un message en communication ?	43
Les types de message	44
Le message constatation.....	44
Le message Affirmation	45
Le message « je »	46
Le message « tu »	47
Le message confrontation.....	48
Les objections.....	49
Comment lever une objection en communication ?	49
Le processus pour lever une objection	50

Techniques de la PNL au service de l'Ecoute Active

Le rapport

Généralités, le rapport

Introduction Ce module nous permettra d'aborder le processus relationnel qui se crée entre les individus.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- La définition du rapport
 - Les éléments pratiques
-

La définition du rapport

Définition Le rapport en PNL est le contact positif entre deux ou plusieurs personnes.

Conséquences L'établissement du rapport entraîne un mimétisme des comportements nécessaire à la création d'un climat de confiance dans la relation.

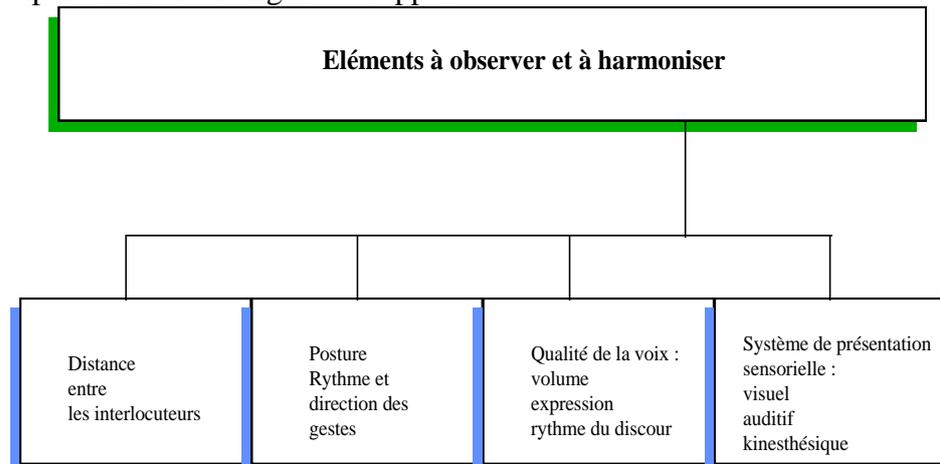
Les éléments pratiques sur le rapport

Création du rapport

La nécessité de la création du rapport va nous permettre de suivre l'évolution pratique de notre réflexion afin d'atteindre par un mimétisme comportemental une qualité de relation nécessaire à la réalisation de nos objectifs.

Illustration

Le schéma ci-dessous illustre le développement du mimétisme comportemental à l'origine du rapport :



La synchronisation

Généralités, la synchronisation verbale

Introduction Pour la Programmation Neurolinguistique, PNL, ce sont les processus de la relation, de la pensée et des comportements qui déterminent essentiellement l'échange.
C'est en jouant sur les formes verbales des processus inter-relationnels que l'on améliore la qualité des relations et le contenu de ce qui est échangé.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- La reformulation
 - La synchronisation syntaxique et stylistique
 - Les prédicats et les canaux de perception
-

La reformulation

Introduction

Ce n'est pas une technique spécifiquement PNL, néanmoins le mérite de la PNL est de l'avoir intégrée dans un ensemble plus large de méthodes pour établir le contact.

Technique

La reformulation, enseignée et développée par Carl Rogers consiste à refléter le contenu des idées principales qui ont été émises.

Exemple :

"Si j'ai bien compris, vous pensez que ..."

"Autrement dit, ce qui vous préoccupe, c'est..."

Intérêts

La pratique de la reformulation :

- donne l'impression à l'émetteur du message, que son discours a été écouté, bien compris, et que ses propos ne sont pas déformés
 - apporte un nouvel éclairage au message et introduit la possibilité de corrections, d'éclaircissements
-

Précautions nécessaires

Comme on le voit, les avantages sont nombreux et précieux. Cette méthode a le mérite d'évacuer tout filtre ou parasite dans la communication.

Cependant, à l'usage, quelques précautions d'emplois se révèlent nécessaires comme par exemple :

- éviter un emploi systématique de la technique de reformulation, afin de ne pas rendre le dialogue lassant et non créatif
 - adapter la technique au contexte où l'on se trouve, car on prend toujours le risque de fragiliser son interlocuteur. Celui-ci va être amené à s'exprimer plus qu'il n'en a l'habitude
-

La synchronisation syntaxique et stylistique

Introduction

Chaque personne a des façons particulières de s'exprimer. Refléter ces manières ajoute un impact, un plus, à notre façon de communiquer.

Technique

La synchronisation syntaxique et stylistique est la pratique qui consiste à calquer son discours sur :

- les formes caractéristiques
 - les structures
 - l'organisation spécifique
 - les phrases employées par son interlocuteur
-

Intérêt

Apparemment, comme pour la reformulation, celui qui se livre au mimétisme stylistique, n'apporte rien dans la conversation.

Cependant, il serait vain de croire que le filtre est total.

Si l'on n'intervient pas au niveau du contenu, on intervient au niveau de la qualité de la relation en reconnaissant momentanément la vision du monde de notre partenaire.

Les prédicats et les canaux de perception

Introduction L'attention que la PNL recommande de porter aux prédicats n'a pas pour seule fonction de satisfaire une reconnaissance intellectuelle du fonctionnement de l'autre.
Nous rentrons dans une dimension nouvelle, non encore explorée, qui débouche sur des applications pratiques, notamment la synchronisation.

Méthode L'idée est simple : exprimez-vous dans le même canal que votre vis-à-vis

- il visualise, exprimez-vous et questionnez le en termes visuels
- il ressent, parlez en termes kinesthésiques

Exemple :

"Ce poste exige une vision claire des choses et un sens des perspectives."
"C'est également mon point de vue. Je vois cela sous le même angle."

Intérêt Les prédicats sont des mots qui reposent sur une base sensorielle, et aussi étonnant que cela puisse paraître, nos interlocuteurs nous disent à tout instant ce qu'ils sont en train de faire intérieurement.
Le langage reflète la pensée.

Remarques :

Certains prédicats ne sont pas précis d'un point de vue sensoriel.
C'est le cas de mots comme : comprendre, penser, se souvenir, savoir, croire, etc...

Dans ce cas, une question de précision deviendra nécessaire pour obtenir l'information.

De plus, l'observation des mouvements des yeux, complète celle des prédicats.

Cette observation, permet de savoir comment un interlocuteur organise ses processus de pensée d'instant en instant.

L'apprentissage de cette observation sera développée dans un chapitre ultérieur.

Généralités, la synchronisation non verbale

Introduction La synchronisation, (ou le mimétisme), est le signe que le courant passe entre deux personnes.
En effet, renvoyer à quelqu'un, en miroir, des éléments de son comportement, c'est une façon de lui dire : " nous nous ressemblons d'une certaine façon ".
L'important est de ne pas méconnaître le "feed back" qui est fourni par notre

interlocuteur.

Plan

Nous aborderons les points suivants :

- Les types de synchronisation non verbale
 - Le calibrage
-

Les types de synchronisation non verbale

Introduction L'enfant qui n'a pas l'usage de la parole et veut jouer avec un autre, commence à jouer à côté de lui ; il imite ses gestes et par "contamination" progressive, les deux enfants finissent par jouer ensemble. Le mimétisme est un facteur essentiel d'apprentissage.

Types Les types de synchronisation sont multiples, on parlera de :

- synchronisation posturale
- synchronisation sur le ton ou le rythme
- synchronisation sur les mouvements
- synchronisation sur la respiration

Posturale Une synchronisation posturale est la manière d'effectuer une transaction non verbale avec l'enfant (en termes d'analyse transactionnelle) et de s'adresser au cerveau droit qui perçoit de façon globale et intuitive.

Remarque :

La synchronisation pour obtenir l'effet escompté, ne devra pas être transformée en "singerie" caricaturale.

Ton et rythme La synchronisation sur le ton et le rythme est d'une utilisation subtile ; nous avons tous pu remarquer, que le ton employé pour dire un mot, est plus significatif encore que le mot.

Exemple :

Un mari qui répond à son épouse avec un calme olympien, ne fera bien souvent que l'énerver plus encore.

Non verbalement, il a induit le discours suivant : "Je suis différent de toi, je suis loin, invulnérable, je ne suis pas entamé par tes attaques".

Ce sujet continue page suivante

Les types de synchronisation non verbale, Suite

Mouvements Il va s'agir de reproduire le geste de son interlocuteur.
Il pourra cependant, être plus opportun de reproduire le mouvement par un geste différent : un battement de pieds qui remplacera, au même rythme, un mouvement des doigts.
Cette pratique est d'une efficacité redoutable.

Exemples :

Les gens qui sont à la terrasse d'un café ont tous la même posture.
Les élèves miment l'attitude de leur professeur : est-il énervé? les élèves le sont aussi, et l'ensemble du groupe, par escalade progressive, finit par réinventer le hard rock.

Respiration Cette méthode est certainement l'une des plus efficace. Elle permet après un temps d'adaptation, de donner un peu plus d'ampleur à la relation entre les deux interlocuteurs.

Remarques Ces synchronisations sont à éviter si elles sont inconfortables.
La synchronisation est un outil, une clé, qu'il ne faudra utiliser que si la porte n'est pas ouverte.
Autrement dit, si l'entente est cordiale, si le comportement le plus naturel et spontané (c'est-à-dire notre façon habituelle de procéder) suffit, la PNL n'est pas nécessaire.

Le calibrage

Introduction La pratique du synchronisme non verbal implique que l'on ait acquis une compétence suffisante dans l'observation de son interlocuteur.
Le calibrage est une technique qui va nous permettre de repérer certains indicateurs.

Définition Le calibrage c'est le repérage:

- des indicateurs comportementaux et physiologiques que notre interlocuteur associe à un état interne : postures, gestes, voix, mouvements des yeux, mouvements des muscles du visage ou même changement de couleur de la peau
- de la différence qui ne permet pas d'amener l'interlocuteur à notre conclusion

Exemple :

Il deviendra possible de savoir si la personne est hostile, hésitante, si elle est prête à acquiescer, ou, si au contraire, il est nécessaire de recentrer sur le rétablissement d'une relation de qualité.

Remarque Afin d'optimiser la communication, l'important est de ne pas méconnaître le "feed back" qui est fourni par l'interlocuteur.
Il faut accepter d'en tenir compte, d'effacer momentanément ses propres exigences pour se transformer, dans un premier temps, en structure d'accueil.



Les mouvements oculaires

Généralités, les mouvements oculaires

Introduction Autant que les mots notre corps parle !
L'objectif de l'observation du mouvement des yeux de notre interlocuteur est d'augmenter nos chances d'établir un bon contact.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- Les mouvements oculaires
- Le traitement de l'information

Les mouvements oculaires

Introduction

Il existe un moyen de repérer le système sensoriel privilégié par notre interlocuteur : il s'agit de l'observation des mouvements oculaires.

Langage des yeux

Les dessins ci-dessous représentent le visage de la personne que l'on observe :

Extrait de derrière la magie, la Programmation Neuro-Linguistique, A.Cayrol et J.de Saint-Paul, Intereditions, Paris 1984.

 <p>yeux en haut à gauche : voit quelque chose qui n'a pas été vu avant. <i>Image construit</i></p>	 <p>Yeux en haut à droite : se souvient de quelque chose de déjà vu. <i>Mémoire visuelle</i></p>
 <p>Yeux au milieu, dans le vague, regarde dans le vide avec légère dilatation de la pupille. <i>Image mémorisée ou construite</i></p>	 <p>Yeux au milieu, à droite ou à gauche : entend des sons extérieurs ou internes (mémorisés ou imaginés). <i>Auditif</i></p>
 <p>Yeux en bas à gauche : sensations, émotions. <i>Kinesthésique</i></p>	 <p>Yeux en bas, à droite : dialogue interne. <i>Auditif</i></p>

Le traitement de l'information

Objectif L'objectif de cette observation est d'augmenter nos chances d'établir un bon contact.

Interprétation Les modèles présentés ci-dessus semblent se vérifier statistiquement : généralement un visuel va chercher ses informations en regardant vers le haut, s'il s'agit d'une invention, vers la gauche s'il s'agit d'un souvenir.

Remarques :

Si un interlocuteur ne correspond pas avec les modèles analysés, il nous reste l'information que la personne reproduira lors d'un travail de réflexion identique.

Ces attitudes oculaires sont le plus souvent systématiquement inversées chez les gauchers.

L'ancrage

Généralités, l'ancrage

Introduction Les processus de perception nous permettent de prendre contact objectivement avec le monde extérieur. Ils sont eux aussi soumis à notre appréhension interne du monde.

Nous allons essayer de comprendre le phénomène qui fait réagir subjectivement nos processus de perception.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- La définition de l'ancrage
 - Les différentes catégories d'ancres
 - Les pratiques de l'ancrage
-

La définition de l'ancrage

Définition Un ancrage est une information visuelle, auditive, kinesthésique (ou stimulus) que l'on associe à une expérience.

Exemple Qui n'a pas en mémoire la fameuse "Madeleine de Proust", on ne pourrait mieux imaginer le phénomène subjectif que la PNL a mis en évidence et a nommé ancrage.

Expérience Suivez la procédure suivante qui vous permettra de pratiquer sur vous un ancrage positif :

Etape	Actions
1	Penser à une expérience agréable, valorisante, positive.
2	Croiser les doigts et effectuer une légère pression quand l'état intérieur est le plus intense.
3	Maintenir la pression.
4	Revenir à la situation précédente sans relâcher la pression.
5	Penser à une situation future où il sera nécessaire d'avoir un état positif.
6	Activer l'ancrage pour constater la résurgence de l'état positif ressenti en étape 2.

Remarque :

Cet exercice peut être pratiqué, également, avec un partenaire à qui l'on demandera de penser à une situation désagréable, que l'on ancrera par une pression de la main.

Le calibrage permettra de constater, après un intermède, que le même geste fera resurgir chez le partenaire la réaction initiale.

Les différentes catégories d'ancres

Catégories

Les ancrés sont classées en plusieurs catégories déterminées selon :

- **la nature de l'ancre**,
et sous cet angle, on distingue deux sortes d'ancres :
 - les ancrés positives
 - les ancrés négatives
 - **le support** dont on se sert pour les poser.
Ainsi, une ancre peut être :
 - visuelle
 - auditive
 - kinesthésique
-

Ancres positives

Les ancrés positives sont celles qui suscitent des états intérieurs agréables.
Les ancrés positives renforcent la confiance, l'assurance, la joie.

Ancres négatives

Les ancrés négatives sont celles qui provoquent des émotions, des états internes désagréables, gênants, vis-à-vis desquels on cherche à se prémunir par l'agressivité ou la fuite (passivité, inhibition).

Ce sujet continue page suivante

Les différentes catégories d'ancres, Suite

Ancres visuelles

Les ancrés visuelles sont essentiellement :

- un geste de la main
 - un signal particulier
 - un froncement de sourcil
 - un déplacement du corps dans l'espace
-

Ancres auditives

Les ancrés auditives sont multiples, mais on peut citer comme les plus courantes :

- un cri
 - une parole répétée régulièrement - un mot particulier
 - un grattement de gorge
 - un coup de sifflet
-

Ancres kinesthésiques

Comme nous l'avons vu dans l'exemple précédent, il peut s'agir :

- d'une pression de la main
 - de tout contact physique, en général
-

Les pratiques de l'ancrage

Objectif

Pratiquer un ancrage va permettre de fixer délibérément une réponse afin de stimuler presque à volonté.

Critères d'utilisation

Le domaine d'utilisation de l'ancrage n'a de limite que la qualité et l'habileté de celui qui les pose.

La recherche d'une communication précise est indispensable pour un dirigeant, un vendeur, un formateur, pour autant que la technique soit utilisée avec :

- **pertinence** :
c'est à dire adéquation entre les résultats recherchés, les interlocuteurs et la situation.
 - **précision** :
ce paramètre va concerner la justesse, l'élégance, la finesse, la discrétion de la mise en place et de l'utilisation des ancrés.
 - **intégrité** :
ceci implique la nature, la qualité et la cohérence du contenu des buts poursuivis.
-

Les objectifs

Généralités, les objectifs

Introduction

La Programmation Neurolinguistique, PNL, nous a permis de prendre conscience des vecteurs sensoriels et de la nécessité d'une flexibilité comportementale pour optimiser nos relations de communication.

Le troisième point essentiel est la spécification des objectifs.

Pour introduire brièvement le thème de cette étude nous vous proposons une citation de Sénèque :

" Il n'est point de vent favorable pour celui qui ne sait où il va".

Plan

Nous aborderons les points suivants :

- La définition d'un objectif
 - La méthodologie de définition des objectifs
-

La définition d'un objectif

Définition Un objectif, c'est ce vers quoi nous tendons : un but , une cible que l'on doit atteindre.
La communication entre les individus sera d'autant plus efficace que les objectifs qui sous-tendent leurs relations seront connus.

Exemple Imaginons la situation suivante :
Un intervenant en communication est amené à intervenir dans une entreprise où le problème lui est posé en ces termes : "Il n'y a pas de communication dans le groupe".
Travailler dans les conditions de définition d'un tel objectif va très probablement conduire le formateur vers un échec.
Il convient dans ce cas de déterminer :

- quels sont les résultats espérés
- quels sont les critères de référence, qui permettent de dire qu'il n'y a pas de communication
- cette "revendication" ne cache-t-elle pas un malaise plus profond

En conclusion, la priorité doit être de définir clairement les résultats que l'on souhaite atteindre, dans un contexte donné. Le formateur ainsi renseigné pourra mettre en place des outils de communication efficaces.

La méthodologie de définition des objectifs

Introduction

Ne pas avoir d'objectif c'est comme faire une photo sans faire de mise au point .

Le résultat peut présenter un intérêt artistique certain ou être totalement catastrophique.

Il semble que la communication entre individu souffre énormément des flous et des approximations pour qu'un minimum de rigueur ne s'impose pas.

Un objectif pour être énoncé doit être :

- clair
 - précis
 - positif
 - congruent
-

Clarté et précision

Un objectif pour être atteint doit être analysé clairement, tant en aval qu'en amont.

On devra préciser quels sont les critères de réussite que l'on se fixe.

Exemple :

Dans la situation exposée dans l'exemple précédant : qu'entend-on par communication, que veut-on qu'elle soit.

Ce sujet continue page suivante

La méthodologie de définition des objectifs, Suite

Objectif positif

Avoir une image claire de ce que l'on souhaite implique également que l'objectif soit formulé de manière positive.

Dans l'imaginaire la négation n'existe pas : on ne peut pas penser à une absence de quelque chose :

Exemple :

Demander à quelqu'un de penser à une absence de chien; le respect de la consigne va entraîner, chez l'exécutant, la création d'un artifice : un chien avec une croix dessus ou des traces de pattes de chien sur un plancher, etc...

Remarque :

Les commerciaux connaissent le pouvoir de la négation et l'induction qu'un mot négatif peut avoir sur l'acte d'achat d'un client.

Objectif congruent

Savoir ce que l'on veut, implique également que l'on doit faire preuve de congruence, de raison.

Il ne s'agit pas d'aborder son propre objectif en énonçant des propos inadaptés et en ne mettant pas ses actes en accord avec ses objectifs.

La congruence implique que non seulement la raison (adulte) mais aussi son système de valeurs (parents) et encore ses désirs (enfant) sont en synergie.

Exemple :

Si vous énoncez :

"Demain, je veux me dépasser dans la course de VTT, mais ce soir je sors avec des amis jusqu'à 2 heures du matin"; vos propos manquent de congruence.

L'écoute active

Généralités, l'écoute active : présentation et techniques

Introduction Ce module a pour objectif d'expliquer en quoi consiste l'écoute active, quelles en sont les applications et les techniques utilisées.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- La présentation de l'écoute active
- Les techniques employées
-

La présentation de l'écoute active

Définition L'écoute active est une manière de communiquer, de s'attacher à la découverte de l'interlocuteur.

Fondement L'écoute active développe la découverte de l'interlocuteur à travers les cinq sens : le VAKOG, c'est-à-dire :

- la **V**ue
 - l'**A**udition
 - la **K**inesthésie
 - l'**O**lfaction
 - le **G**oût
-

Application de l'écoute active L'écoute active est une attitude positive qui se doit d'être développée lors de toutes les situations de communication interpersonnelle.

Remarque :

Cette attitude permet en général de maîtriser l'entretien que l'on peut avoir lors des situations d'échanges.

Exemple :

L'écoute active est une attitude à développer particulièrement lors d'un entretien d'embauche, ou lors d'une négociation.

Objectifs de l'écoute active L'écoute active a pour objectifs :

- d'obtenir de l'information
 - de connaître les points clefs de la personnalité de l'interlocuteur
 - de maîtriser et conduire l'entretien
-

Ce sujet continue page suivante

La présentation de l'écoute active, Suite

Intérêt

L'intérêt de l'écoute active est de comprendre l'autre.

Répercussions de l'écoute active

L'écoute active entraîne, pour celui qui l'emploie correctement, les répercussions suivantes :

- meilleure compréhension par son interlocuteur
 - meilleur fondement des arguments
 - plus grande cohérence des arguments
 - adéquation plus grande des réponses par rapport aux attentes de l'interlocuteur
 - réalisation de ses propres objectifs
-

Les techniques employées

Avertissement L'écoute active est une attitude de communication qui fait appel à de multiples techniques.
Les questions qui sont employées pour "faire la découverte" de son interlocuteur seront développées dans les pages suivantes.

Capacité de l'écouter Les techniques liées à la capacité de l'écouter sont essentiellement :

- se fixer des objectifs de communication
- gérer des états internes
- faire une synthèse
- poser des questions

percevoir l'état d'acceptation de son interlocuteur

Connaissances de l'écouter L'écouter doit avoir connaissance des mécanismes relatifs :

- au rapport, c'est-à-dire le contact positif entre deux ou plusieurs personnes
- à la calibration, c'est-à-dire le repérage:
 - des indicateurs comportementaux et physiologiques que notre interlocuteur associe à un état interne
 - de la différence qui ne permet pas d'amener l'interlocuteur à notre conclusion
- à la synchronisation ou mimétisme

Attitudes de l'écouter L'écouter doit outre poser des questions, savoir **re-formuler et répéter** les informations de son interlocuteur : c'est la prise en considération de l'autre.

Questions et re-formulation

Introduction

"Le savant n'est pas l'homme qui fournit les vraies réponses, c'est celui qui pose les vraies questions"

Claude Lévi-Strauss.

Contrairement à ce que l'on peut croire, adapter son style de question à l'échange que l'on souhaite avoir n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît. L'important est alors de choisir le mode de questionnement en rapport avec les objectifs finaux que l'on se fixe.

Plan

Nous aborderons les points suivants :

- Les différents types de questions
 - La question fermée
 - La question ouverte
 - La question alternative
 - La question sondage
 - La question miroir
 - La question relais
 - La question suggestive
-

Les différents types de questions

Caractéristiques Toutes les questions ne sont pas de même nature et ont une utilisation spécifique ; elles sont adaptées à la tactique d'exploration du vendeur. En fonction de la formulation de la question, le client réagit.

7 principaux types

Nous distinguons 7 principaux types de questions :

- la question fermée
- la question ouverte
- la question alternative
- la question sondage
- la question miroir
- la question relais
- la question suggestive



La question fermée

Qu'est-ce que la question fermée ?

La question fermée est précise, et appelle une seule réponse :

- oui
- non
- peut-être
- une quantité, un délai, une date
- une somme, un état, un volume...

Elle permet au client potentiel **de s'exprimer librement**.

Elle doit être assimilée **à un sondage directif**.

Avantages et inconvénients

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question fermée :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• permet de faire "rebondir" le client sur une question.	<ul style="list-style-type: none">• apporte peu de renseignements et doit être complétée par d'autres questions
<ul style="list-style-type: none">• oblige à une réponse précise et ouvre sur un échange.	<ul style="list-style-type: none">• peut être vécue comme brutale ou indiscrete
<ul style="list-style-type: none">• oblige à une réponse précise et engage l'interlocuteur qui ne peut revenir en arrière.	<ul style="list-style-type: none">• présente le risque d'avoir une réponse négative et de se trouver dans une situation de blocage
<ul style="list-style-type: none">• permet de contrôler l'écoute du client tout au long de l'entretien et de faire ressortir des doutes.	
<ul style="list-style-type: none">• permet d'obtenir un accord après un argument ou de conclure un entretien.	

La question ouverte

Qu'est-ce que la question ouverte ?

La question est dite ouverte par :

- son caractère sympathique
- l'ampleur de la réponse qu'elle incite à évoquer

Elle permet au client potentiel de s'exprimer librement.

Remarque :

Elle doit être assimilée à un sondage non-directif.

Exemple :

Que pensez-vous de la situation générale ?

Avantages et inconvénients

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question ouverte :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• permet une meilleure ouverture de dialogue et peut être posée après une question fermée	<ul style="list-style-type: none">• peut s'orienter vers une direction inattendue ou des "digressions" incontrôlées
<ul style="list-style-type: none">• offre un libre entretien et une orientation à la réponse	<ul style="list-style-type: none">• peut être confuse, peu organisée
<ul style="list-style-type: none">• valorise son interlocuteur	
<ul style="list-style-type: none">• révèle ses motivations	
<ul style="list-style-type: none">• donne une richesse des échanges	

La question alternative

- Qu'est-ce que la question alternative ?**
- Dans la question alternative, la réponse est contenue sous forme de choix dans la formulation :
- soit de manière explicite
 - soit de manière implicite
-

Avantages et inconvénients

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question alternative :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• facilite la réponse et oriente le choix de l'interlocuteur	<ul style="list-style-type: none">• elle peut créer le risque de réponse non prévue et embarrassante
<ul style="list-style-type: none">• permet de faire prendre une décision à partir d'un choix défini par le questionneur	<ul style="list-style-type: none">• elle peut entraîner la confusion
<ul style="list-style-type: none">• ne ferme pas le dialogue lors d'un refus des deux termes de l'alternative	

La question sondage

Qu'est-ce que la question sondage ? La question sondage est une question qui consiste en une demande de renseignements précis.

Exemple :

Quelle heure est-il ?

Avantages et inconvénients Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question sondage :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• elle est précise, sans ambiguïté	<ul style="list-style-type: none">• elle peut être vécue comme brutale ou indiscreète
<ul style="list-style-type: none">• elle ne permet pas de digression dans l'échange	<ul style="list-style-type: none">• elle peut entraîner une non-réponse
<ul style="list-style-type: none">• elle permet une prise d'information efficace	

La question miroir

Qu'est-ce que la question miroir ? La question miroir est une question qui reprend sous forme interrogative ce qui vient d'être dit par l'interlocuteur.

Exemple :

Vous avez bien compris ce que je viens de dire ?

Avantages et inconvénients Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question miroir :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• elle permet une bonne compréhension des informations échangées	<ul style="list-style-type: none">• elle peut agacer l'interlocuteur qui peut se sentir dévalorisé
<ul style="list-style-type: none">• elle peut permettre de relancer la conversation	<ul style="list-style-type: none">• elle peut être comprise comme une fin de communication

La question relais

Qu'est-ce que la question relais

La question relais est obtenue par un élargissement de la conversation sur un mode interrogatif. C'est l'introduction d'une explication à ce qui vient d'être énoncé.

Exemple :

Quand vous dites que l'entretien d'embauche est un entretien de vente de soi , dans quel sens dois-je comprendre cela ?

Remarque :

La langue française est riche en "mots relais" ; parmi les principaux , nous trouvons :

En quoi ? - C'est-à-dire ? - Par exemple ? - Par rapport à quoi ? - Dans quelle mesure ? - Dans quel cas ? - Et alors ? - Tiens ? -

Avantages et inconvénients

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question relais :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• elle permet une bonne compréhension des informations échangées	<ul style="list-style-type: none">• elle peut agacer l'interlocuteur
<ul style="list-style-type: none">• elle permet surtout d'obtenir des compléments d'information	<ul style="list-style-type: none">• elle peut donner l'impression d'un manque de suivi, de connaissance du sujet abordé
<ul style="list-style-type: none">• elle peut permettre de relancer la conversation	<ul style="list-style-type: none">• elle peut paraître familière

La question suggestive

Qu'est-ce que la question suggestive

La question suggestive est une question destinée à orienter , induire la réponse. Elle peut également préparer une question suivante.

Exemple :

Avez-vous songé à faire des économies sur le coût de vos fabrication ?

Avantages et inconvénients

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des avantages et inconvénients de la question suggestive :

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">• elle induit la réponse	<ul style="list-style-type: none">• elle peut effrayer l'interlocuteur
<ul style="list-style-type: none">• elle prépare un nouveau terrain de communication	<ul style="list-style-type: none">• elle peut entraîner la conversation vers des "oubliettes"
<ul style="list-style-type: none">• elle annonce une stratégie	<ul style="list-style-type: none">• elle peut fermer la discussion

La re-formulation

Caractéristiques La qualité de la re-formulation dépend de la qualité d'écoute.
Votre interlocuteur a besoin de se sentir bien compris.

Définition La re-formulation consiste à répéter :

- des idées
- des mots
- des phrases de votre interlocuteur

Ainsi, vous l'invitez à poursuivre son exposé.

Types de re-formulation Il existe plusieurs types de re-formulation, avec des effets différents :

- la re-formulation de confortation
- la re-formulation résumé
- la re-formulation synthèse

Re-formulation de confortation La re-formulation de confortation, est la reprise des derniers mots ou expressions de votre interlocuteur pour l'amener à :

- compléter
- préciser
- vérifier ce qui vient d'être énoncé

Exemple :

- "Vous avez bien dit, lors de notre précédent entretien, que, pour vous,..."

Remarque :

La spontanéité de cette intervention, ne coupe pas la conversation, elle stimule la pensée de l'interlocuteur.

Ce sujet continue page suivante

La re-formulation, Suite

Re-formulation résumée La re-formulation résumée est nécessaire lorsqu'une conversation s'étend. Elle permet de ponctuer le débat et de faire le point.

Exemple :

- "Donc, si j'ai bien compris, vous m'avez présenté vos principales raisons."

Remarque :

Ce recentrage provoque un nouveau départ à l'entretien, il a pour mérite de vérifier votre compréhension et que rien n'a été omis. Parfois, il remet l'entretien sur la bonne voie.

Re-formulation de synthèse La re-formulation de synthèse est le recueil d'approbations de votre interlocuteur, ce qui permet de ponctuer ses propos. Vous avez terminé votre exploration :

- vous pouvez annoncer clairement votre proposition
- vous êtes prêt à soutenir une solide argumentation

Remarques :

La re-formulation de synthèse est une transition du comportement du vendeur.

Jusque là, il avait une disponibilité pour écouter ; maintenant son esprit d'initiative va influencer son interlocuteur.

Précautions La re-formulation montre l'attitude d'écoute et d'attention du vendeur.

Exemple :

- "Si, j'ai bien compris, vous souhaitez connaître le prix de ce produit, n'est-ce pas ?"
- "C'est la 3^o fois que je vous le demande !"

Attention !

La re-formulation est à utiliser à bon escient, sinon elle peut provoquer l'effet inverse à celui souhaité.

Le message en communication

Introduction En communication, le **message** est important et il varie beaucoup en fonction de l'état du récepteur.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- Qu'est-ce qu'un message en communication ?
 - Le message constatation
 - Le message affirmation
 - Le message « je »
 - Le message « tu »
 - Le message confrontation
-

Qu'est-ce qu'un message en communication ?

Définition Un **message** consiste à faire passer une information entre un émetteur et un récepteur, c'est à dire entre une personne qui souhaite expliquer quelque chose à une autre personne ou convaincre.

Objectifs Les objectifs du message sont :

- d'expliquer
- de convaincre
- de recadrer

Différents types de message Les différents types de message sont :

- le message constatation
- le message affirmation
- Le message « tu »
- Le message « je »
- le message confrontation

Attitude de l'émetteur Le récepteur n'est pas forcément en état d'accepter, de comprendre ce que l'on souhaite lui transmettre.
On va donc organiser la formalisation du message en fonction de l'état d'acceptation de celui qui doit le recevoir.

Différents états du récepteur Les différents états du récepteur sont présentés dans le tableau qui suit :

Etat	La personne ...
Acceptation	est en état positif ou neutre elle peut pratiquement tout entendre, elle est à l'écoute de l'autre.
Inacceptation	ne peut rien entendre le fait même de lui en voyer du positif l'agace ou ne l'intéresse pas.
Neutre	accepte ce qui lui est dit, sans plus, elle est ouverte.

Moyen Pour passer de l'inacceptation à l'acceptation le moyen le plus efficace est l'écoute active.

Les types de message

Le message constatation

Définition Le **message constatation** est un message qui ne contient pas de croyances. La personne qui l'émet observe, décrit ce qu'elle constate. Le contenu du message ne la concerne pas directement dans la formulation de la phrase.

Objectifs Les objectifs sont :

- d'observer des faits
- de faire observer ces faits à une ou des tiers personnes

Utilisation Le message de constatation s'utilise quand une personne, récepteur, est dans un état d'inacceptation à la communication.

Exemple :

Il fait beau aujourd'hui, la voiture qui passe roule vite.

Le message Affirmation

Définition Un **message affirmation** est un message qui est issu de croyances fortes de la part de l'émetteur.

On peut le nommer aussi argument.

Objectif L'objectif du message affirmation est de convaincre un récepteur :

- soit recadrer ses croyances
 - soit amener celui ci à d'autres croyances.
-

Utilisation Le message affirmation s'utilise après une phase d'écoute lorsque le récepteur est dans un état d'acceptation. On peut ainsi expliquer, argumenter.

Exemple :

Cette voiture peut freiner sur 10 m à 90 Km/h.

Le message « je »

Définition Un **message « je »** est un message qui ne tient compte pas des croyances du récepteur ni de celles de l'émetteur.
C'est une affirmation. La phrase est constituée par le sujet « je ».

Objectif Les objectifs sont :

- de reformuler
- de recadrer

Utilisation Le message « je » s'utilise quand une personne, récepteur, est dans un état d'acceptation et que l'on souhaite lui transmettre nos croyances, nos souhaits nos volontés.

Exemple :

Je suis ici depuis 10 minutes.

Le message « tu »

Définition Un **message « tu »** est un message qui tient compte des croyances du récepteur mais ne prend pas en compte celles de l'émetteur.

Objectif Les objectifs sont de :

- reformuler
- recadrer
- faire se convaincre la personne (récepteur) elle-même

Utilisation Le message « tu » s'utilise quand une personne, récepteur, est dans un état d'acceptation ou d'inacceptation et que l'on souhaite lui faire prendre conscience de certaines réalités.
On peut également l'amener à se convaincre lui même dans le cadre de formulations interprétatives.

Exemple :

Tu penses que rouler à 190 n'est jamais dangereux.

Le message confrontation

Définition Le **message confrontation** est un message qui est fait de **je** et de **tu**, il tient compte des croyances du récepteur et de l'émetteur.

Objectifs Les objectifs sont de :

- confronter les points de vue
- recadrer
- convaincre

Utilisation Le message confrontation s'utilise quand une personne, récepteur, est dans un état uniquement d'acceptation
On souhaite confronter des points de vue pour arriver à une entente.

Exemple :

Quand tu dis que cela est possible je pense que nous pouvons accepter la commande.

Les objections

Comment lever une objection en communication ?

Introduction On lève une objection afin de résoudre un problème de communication quand une personne émet une objection ou n'est pas d'accord.

Plan Nous aborderons le point suivant :

- Le processus pour lever une objection

Le processus pour lever une objection

Définition Lever une objection c'est ne pas répondre directement à une objection afin :

- d'éviter un conflit
- de trouver un terrain d'entente
- de comprendre la problématique

Processus Pour lever une objection, le processus est le suivant :

