

Communication avec ses pair-e-s

Atelier de formation SPPE

21 mai 2007

Nathalie Junod & Marianne Aerni

Plan

- Argumenter
- Convaincre
- Négocier
- Questionner et débattre

Déroulement atelier

- Partie théorique (I) 18h00-18h30
- Exercice pratique 18h30-18h45
 - ✓ Écrit
- Partie théorique (II) 18h45-19h30
- Pause 19h30-19h45
- Exercice pratique 19h45-22h00
 - ✓ Oral

Convaincre

Comment se préparer ?

- Connaître son sujet de manière approfondie
- Lire ce qui a été écrit et dit sur la question
- Faire la différence entre les faits et les interprétations
- Connaître les chiffres, statistiques
- Trouver de nouveaux éléments

Convaincre

Développer ses arguments

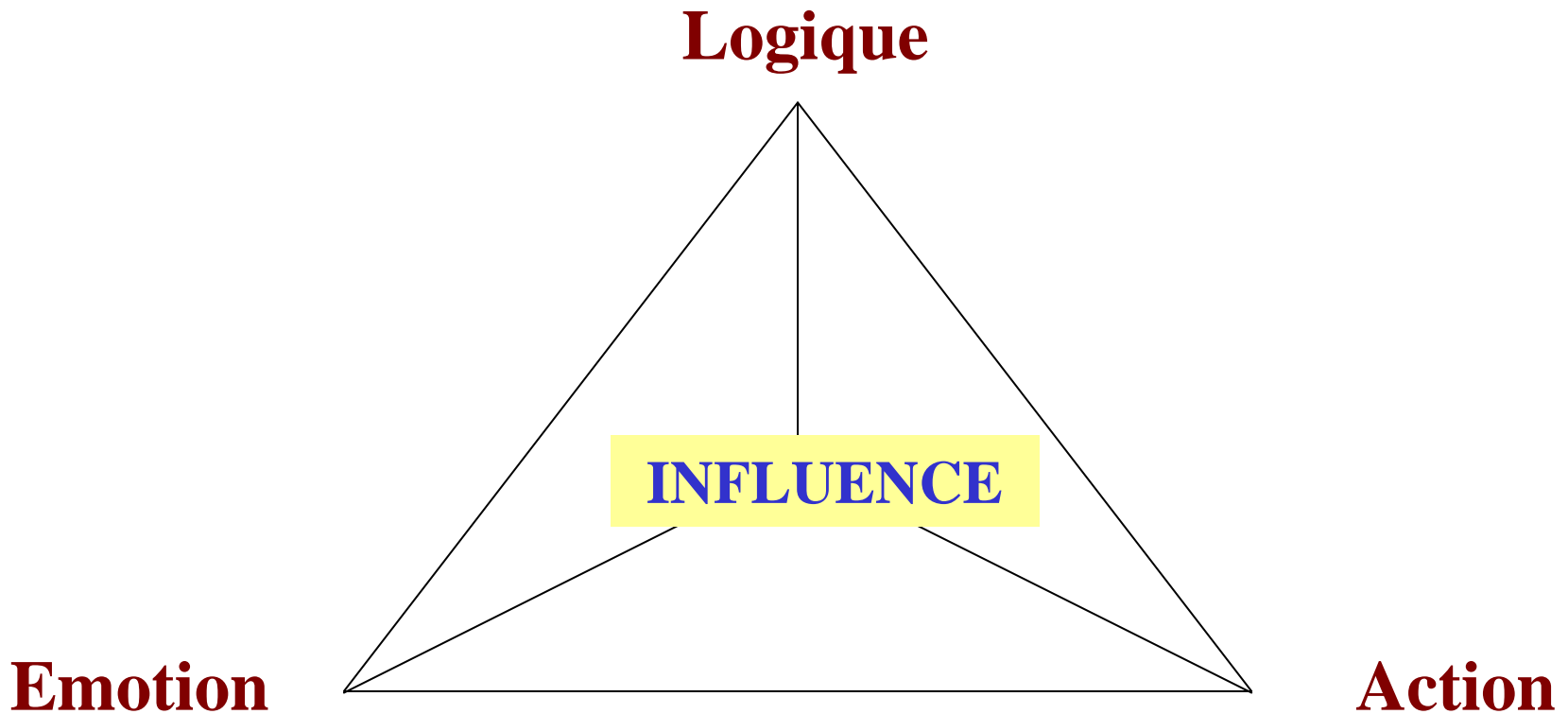
- L'efficacité d'un argument n'est pas liée à une quelconque « vérité » car selon le point de vue adopté il peut se prêter à des argumentations divergentes ou opposées
- Un argument ne peut être apprécié que dans une situation de communication

Convaincre

L'argumentation agit sur trois registres :

- La **logique**
- L'**émotion**
- L'**action**

Registres du discours



Convaincre

Prendre en compte son auditoire

- Identifier le public-cible
- Connaître le référentiel de son auditoire
- Répondre aux attentes et besoins de ses interlocuteurs-trices

Convaincre

Prendre en compte son auditoire

- Adapter ses comportements et son langage
- Moduler son argumentation en fonction du temps à disposition
- Utiliser les mots justes pour éviter les blocages
- Tester ses arguments auprès de ses proches

Convaincre

« Il n'est de bons arguments que ceux qui entraînent successivement chez l'interlocuteur l'écoute, la compréhension, l'adhésion, la mémorisation et l'action »

Yves Negro

« la vente », Vuibert, 1990

Les comportements pour convaincre

- Argumenter de façon positive et intègre
- Savoir atténuer sa pensée
- Mettre en place le processus de persuasion dès le début de la discussion

Les comportements pour convaincre

En face à face :

- Savoir questionner son interlocuteur-trice
- Ecouter et rebondir sur les remarques
- Anticiper les objections et les questions
- Défendre ses idées avec conviction

Les comportements pour convaincre

- Le verbal et le non verbal

Selon les chercheurs l'impact global d'un message est constitué de :

- Ton de la voix 38%
- Gestuelle 55%
- Langage parlé 7% = contenu du message !!!

Source Mehrabian, 1968

Les comportements pour convaincre

- La communication verbale

La parole :

- Précise nos pensées
- Donne des informations claires
- Caractérise l'aspect conscient de la communication

Les comportements pour convaincre

- La communication non verbale

Le regard, l'expression du visage, les gestes, les mouvements des mains, la distance corporelle

- Clarifie le contenu intellectuel du verbal
- Permet d'établir et maintenir la relation
- Caractérise l'aspect inconscient et involontaire de la communication

Les comportements pour convaincre

- La communication non verbale
 - la communication verbale, même à la radio, s'accompagne toujours d'une communication non verbale (par ex. le ton de la voix)
 - La communication non verbale peut contredire le verbal

Négociateur

- Préparation de la négociation
 - Qu'est-ce que je recherche dans la négociation ?
 - De quels moyens je dispose pour faire valoir ce que je recherche ?
 - Ai-je une réserve d'arguments qui pourraient être décisif en cas de difficulté ?

Négociateur

- Préparation de la négociation
 - Quels sont les points faibles de mon argumentation ?
 - Quels vont être les propositions et oppositions à mes arguments ?
 - Que puis-je céder ?

Négociateur

- Stratégie d'argumentation

La seule façon efficace de préparer un argumentaire de négociation est de se mettre dans la peau des autres partenaires

Négociier

1. Quels sont les principaux arguments de mes interlocuteurs-trices ?
2. Quels sont les arguments possibles ?
3. Parmi tous ces arguments, quels sont ceux qui ont le plus d'impact ?

Principes de base pour débattre

- Ecouter (entendre ne suffit pas !)
- Apprendre à prendre la parole
- Parler calmement
- Se faire entendre
- Essayer de s'infiltrer dans la conversation
- Ne pas parler sur la parole de l'autre

Les types de reformulation

I. Reformulation par des questions

RELAIS	<p>Je complète la réponse de mon interlocuteur-trice :</p> <p>« <i>Je serai globalement d'accord sur votre proposition</i> »</p> <p>Reformulation : « <i>sur quels points précis êtes-vous d'accord?</i> »</p>
MIROIR	<p>Je renvoie sur un mot ou un concept de mon interlocuteur-trice</p> <p>« <i>Votre proposition est intéressante, mais vous êtes trop radicale</i> »</p> <p>Reformulation : « <i>qu'entendez-vous par trop radical ?</i> »</p>
RELANCE	<p>Je questionne sur le dernier mot de mon interlocuteur-trice</p> <p>« <i>Je suis très pressée</i> »</p> <p>Reformulation : « <i>pressée ?</i> » (en s'étonnant et en attendant la réponse)</p>

Les types de reformulation

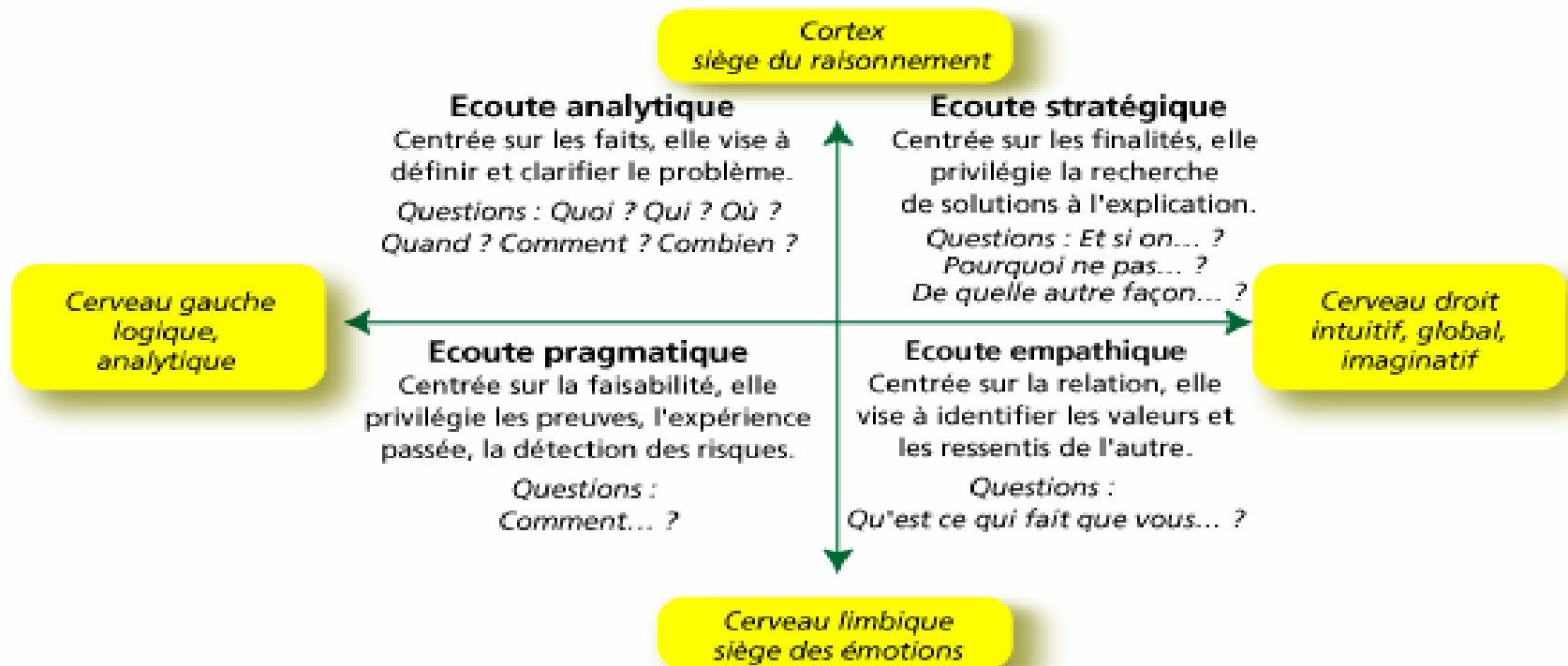
II. Reformulation par d'autres techniques

La référence à un tiers	Reprendre un fait pour que l'interlocuteur-trice s'exprime par rapport à ce fait : « <i>Votre Président a déclaré la semaine dernière....</i> »
Le silence	Pour faire parler...! Plus l'interlocuteur-trice parlera, plus il-elle me donnera d'informations Si les deux interlocuteurs-trices utilisent la même technique, je peux relancer avec une question ouverte

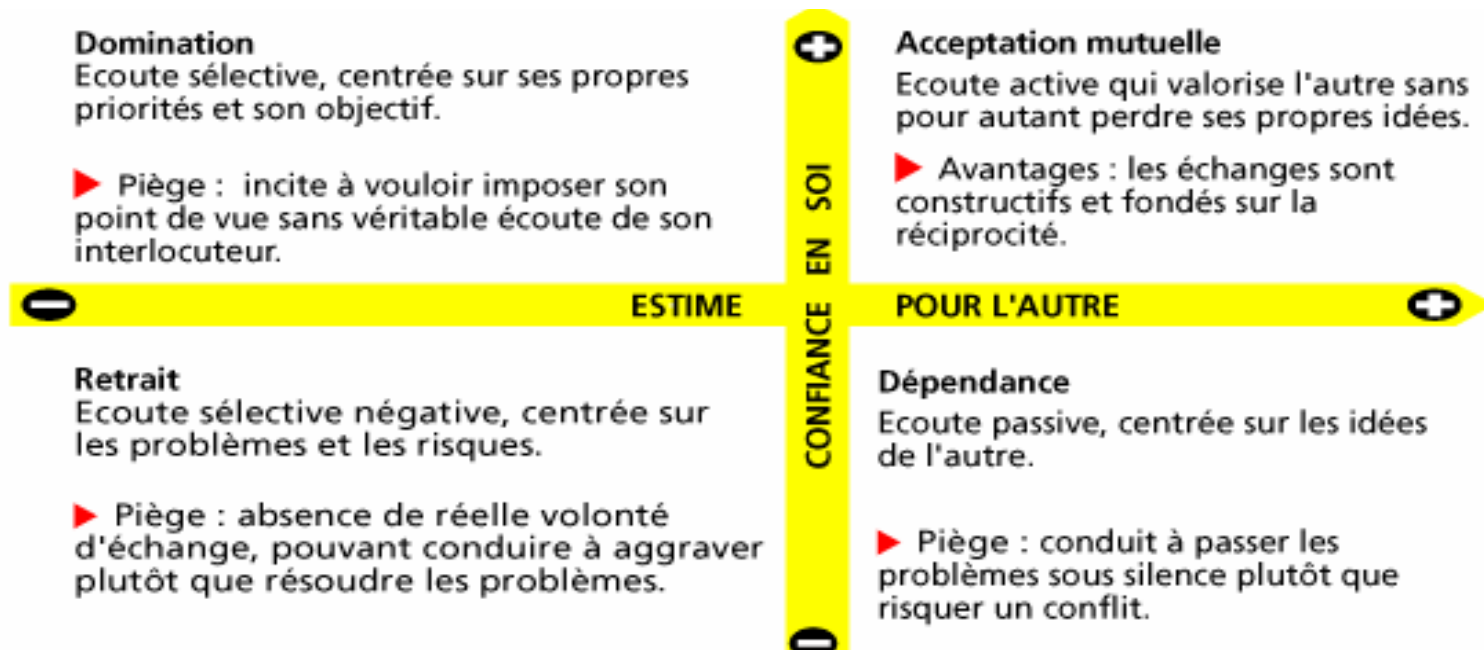
NE PAS ABUSER DE LA REFORMULATION !!!

Ecoute active

Pour optimiser l'efficacité d'un dialogue,
il faut connaître son style d'écoute.



Ecoute et type de relation



Typologie des questions

FERMEES	Appellent une réponse par oui ou par non : « <i>Etes-vous d'accord avec ma proposition ?</i> »
OUVERTES	Appellent une réponse par autre chose que oui ou non : « <i>Que pensez-vous de ma proposition ?</i> »
ALTERNATIVES	Appellent une réponse par un choix : « <i>Préférez-vous la proposition A ou la proposition B ?</i> »
PIEGES	Servent à « coincer » son interlocuteur-trice : « <i>Je sais que vous avez une meilleure proposition que la mienne</i> »
SUGGESTIVES	Sont de nature manipulatrices : « <i>Imaginons que vous acceptez ma proposition...</i> »

Exemples (1)

BUT	FORME	EXEMPLE
Je cherche un fait précis	Questions fermée comme : « <i>Est-ce que .., où?, quand...</i> »	<i>Mme. X participe-t-il au projet ?</i>
Je cherche à en connaître plus	Questions ouverte comme : « <i>que, quel, comment, pourquoi ?</i> »	<i>Quel est le rôle exact de Mme.X dans ce projet ?</i>
Je cherche à faire le tour de la question	Question généralisée, ouverte	<i>Qu'en est-il de ce problème ?</i>
Je l'amène à l'action sans avoir l'air de l'obliger	Question alternative : proposition d'un choix sur une partie du problème	<i>Préférez-vous que je prépare un dossier ou voulez-vous le faire vous-même ?</i>
Je cherche à éviter le piège d'une question qu'il pose	Question en retour : le renvoyer dans son contexte	<i>Mais vous Mme.X qui avez déjà vu de nombreux cas semblables, qu'en pensez-vous ?</i>

Exemples (2)

BUT	FORME	EXEMPLE
Je cherche à la ramener au sujet et à éviter les digressions	Question ricochet : coupure de parole	<i>A propos de ceci, justement, que pensez-vous de ... ?</i>
Je cherche à l'encourager à parler plus	Question ricochet puis silence	<i>Mme.Y. vous disiez tout à l'heure que....</i>
Je cherche à l'encourager à parler encore plus	Reformulation puis silence	<i>Au fond, si j'ai bien compris, vous pensez que...</i>
Je veux le faire réagir franchement, le réveiller, le provoquer sans trop le choquer	« Question orientée » ou insinuation	<i>On dit que vous n'êtes pas vraiment d'accord avec votre parti</i>
Je cherche à valoriser un troisième interlocuteur présent	Question en relais : renvoi au tiers	<i>Et Mme.Z. ici présente, qui connaît bien la question, pourrait-il nous éclairer sur ce point ?</i>

Ne pas oublier !!

- Connaître son sujet à fond**
- Tester son argumentation auprès de ses proches**
- Savoir dans quel contexte on intervient**
- Répéter à haute voix son intervention**
- Se préparer aux questions**

Bonne chance !