

Définition

Par « communication », on entend toutes les formes et techniques propres à la transmission et à l'échange d'informations entre les individus. La communication peut être interne ou externe.

1

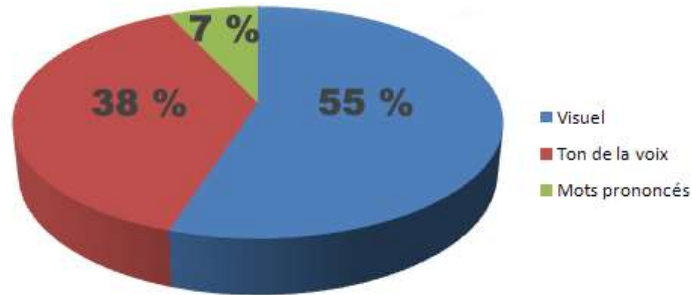
Les formes de communication

Le VERBAL	> La parole
Le NON VERBAL	> Les gestes, les attitudes, etc.
L'ECRIT	

2

Les formes de communication

**Le langage du corps
représente 93 % de la communication**



3

L'utilisation des 5 sens n'est pas à négliger

- | | | | |
|----|---------|---|--------------------|
| 1. | Ouïe | > | écouter |
| 2. | Vue | > | regarder, observer |
| 3. | Odorat | > | sentir |
| 4. | Toucher | > | palper |
| 5. | Goût | > | déguster |

A ces 5 sens, il faut encore ajouter

LA PAROLE

Elle a un rôle fondamental dans le traitement des réclamations car elle est la base du dialogue.
Elle est un moyen de convaincre.

4

De plus, il est important de parler :

- ✓ Avec respect
- ✓ Avec un langage adapté
- ✓ Avec des paroles simples
- ✓ Ni trop fort, ni trop doucement (spécialement au tél.)
- ✓ Ni trop vite, ni trop lentement (spécialement au tél.)
- ✓ Positivement
- ✓ Sans susciter le doute (euh, humm,etc)

Mais attention, avant de parler il faut **savoir écouter**.

5

Le processus de communication

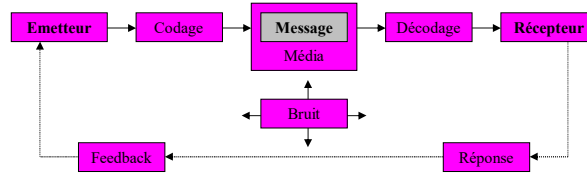
Il est important de communiquer :

- horizontalement avec ses collègues directs;
- et verticalement avec sa hiérarchie et les autres départements.

L'objectif est de garantir un flux d'informations intact et sans en déformer l'origine.

6

Le processus de communication



On trouve dans ce modèle :

Les partenaires : émetteur, récepteur

Les vecteurs : message, médias

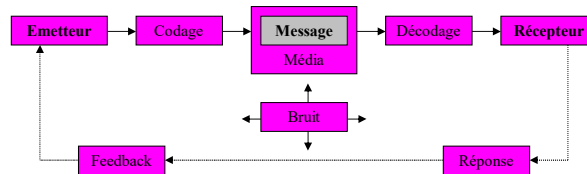
Les fonctions : codage, décodage, réponse, feedback

Le message doit capter l'attention car l'individu ne peut pas tout retenir.

(attention sélective; distorsion sélective; rétention sélective)

7

Le processus de communication

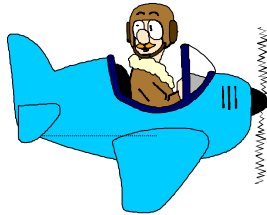


- L'émetteur : personne qui désire transmettre l'information.
 Le codage : selon les situations, l'émetteur va plus ou moins coder son message pour limiter ou influencer les récepteurs.
 Le média : est le moyen utilisé pour transmettre l'information.
 Le message : information que l'on veut transmettre.
 Le décodage : dépend des connaissances du récepteur qui lui permettent de comprendre le message.
 Le récepteur : est la personne à qui le message est destiné, qui à son tour va ou ne va pas donner de réponse à l'émetteur, réponse qui est à nouveau codée.
 La réponse :
 Le feed-back : permet de comparer si les réponses données correspondent à nos attentes. Si tel n'est pas le cas, il s'agira de revoir notre stratégie de communication.
 Le bruit : ensemble des éléments de n'importe quelle nature susceptibles de perturber le processus de communication.

8

Le décodage d'un message est influencé par notre inconscient :

Le dessin ci-dessous m'incite à penser que :



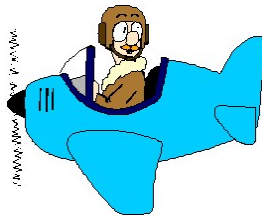
"Je

vacances"

9

Le décodage d'un message est influencé par notre inconscient :

Quant à celui ci-dessous, il m'incite à penser :



"Je

vacances"

10