

# A QUOI SERT LA COMMUNICATION ?



Qu'est-ce que la communication ?



Qu'est-ce que la communication ?

La communication est simplement l'acte de transférer des informations d'un lieu, d'une personne ou d'un groupe à un autre.

Chaque communication implique (au moins) un expéditeur, un message et un destinataire. Cela peut sembler simple, mais la communication est en fait un sujet très complexe.

**communication**, n. The imparting or exchanging of information by speaking, writing, or using some other medium. ...The successful conveying or sharing of ideas and feelings.

Oxford English Dictionary

Comme cette définition l'indique clairement, la communication est plus que la simple transmission d'informations. Le terme requiert un élément de réussite dans la transmission ou la transmission d'un message, qu'il s'agisse d'informations, d'idées ou d'émotions.

Une communication comporte donc trois parties :  
l'expéditeur, le message et le destinataire.

Modèle d'émetteur-récepteur d'après Warren  
Weaver et Claude E. Shannon (1940)



ATELIER : Pourquoi la communication est-elle importante ?





# Importance de la communication au sein d'un projet

Une communication efficace est essentielle au succès individuel et collectif, car elle peut vous aider à réduire les malentendus, à développer des relations solides et à vous établir en tant que membre actif de l'équipe.

Apprendre à communiquer efficacement demande du temps et de la pratique pour être maîtrisé. Il est important de comprendre quoi dire et comment le dire afin de pouvoir contribuer aux efforts de collaboration en milieu de travail et aider l'organisation à atteindre ses objectifs.



ATELIER : Quels sont les avantages d'une  
bonne communication ?

- Collaboration et engagement accrus
- Amélioration de la productivité
- Amélioration du moral
- Moins de conflits au travail
- Plus de motivation

## Collaboration et engagement accrus

Étant donné que la plupart des grandes organisations exigent que les gens travaillent en équipe, une communication accrue peut améliorer l'engagement et la productivité des employés, se sentir valorisés en tant que contributeurs clés à l'avenir d'une organisation.

Plus un travailleur acquiert d'expérience, plus il a de chances de s'intégrer à **des postes plus influents**.  
C'est parce qu'ils comprennent les objectifs et les plans de l'entreprise.

## Amélioration de la productivité

Une communication efficace peut également aider les employés à **comprendre leurs rôles et à mieux accomplir leurs tâches**, augmentant ainsi la productivité de l'organisation.



Ils peuvent alors être plus disposés à redoubler d'efforts pour faire une différence dans l'entreprise. Cela peut conduire à une productivité, une rétention et une fidélité plus élevées.

## Amélioration du moral

Une communication efficace peut également prévenir les pertes de productivité dues à un moral bas. Lorsque les équipes sont très motivées, elles peuvent influencer positivement les autres à travailler plus dur et à augmenter la productivité.

## Moins de conflits au travail

L'une des meilleures façons de résoudre les conflits sur le lieu de travail consiste à assurer une bonne communication entre les employés. Une communication limitée peut conduire à des environnements de travail hostiles.

## Plus de motivation

Les gens se sentent souvent **motivés lorsqu'ils comprennent le contexte d'une entreprise et les avantages du travail qu'ils font**. En les aidant à comprendre pourquoi ils devraient travailler plus dur, les employés peuvent se sentir motivés pour partager plus d'idées



Modèles, catégories ou types de  
communication ?



# Modèles de communication

# Le modèle des quatre oreilles de Friedmann Schulz von Thun (1981)

Le niveau factuel  
Révélation de soi  
Le niveau de relation  
Le niveau d'appel



Le niveau factuel :

Purement informatif : **données, faits**. Il s'agit donc de l'énoncé substantif. Le récepteur peut classer ces informations comme vraies ou fausses, pertinentes ou non pertinentes. Si l'expéditeur s'exprime clairement, les malentendus peuvent être évités.

## Révélation de soi :

Toute communication contient également une part de révélation de soi de l'expéditeur. Par ce qu'il dit, il révèle automatiquement quelque chose sur ses sentiments, ses valeurs, ses opinions et ses besoins.

## Le niveau de relation :

Le niveau de relation est également communiqué dans chaque déclaration, au moins de manière subliminale, peut aussi être communiqué par les **expressions du visage, les gestes et le ton de la voix**. Si le destinataire entend un message avec l'oreille de la relation, il peut, par exemple, se sentir valorisé, humilié, respecté ou méprisé.

## Le niveau d'appel :

Le niveau d'appel contient la partie du message qui indique ce que **l'expéditeur attend du destinataire et ce qu'il essaie d'obtenir**. Cela peut prendre la forme de demandes, d'appels, de conseils ou d'instructions. Ce niveau peut également être exprimé directement ou caché derrière le message proprement dit.

## Le modèle de l'iceberg d'après Watzlawik (1967)

Paul Watzlawik ne parle que de 10 à 20% de la communication qui est transmise via le niveau factuel. Les 90 % restants se situent au niveau relationnel et sont donc non verbaux.

## Catégories de communication

Communication parlée ou verbale, qui comprend le face à face, le téléphone, la radio ou la télévision et d'autres médias.



Communication non verbale, couvrant le langage corporel, les gestes, la façon dont nous nous habillons ou agissons, où nous nous tenons et même notre odeur. Il existe de nombreuses façons subtiles de communiquer (peut-être même involontairement) avec les autres.

Par exemple, le **ton de la voix** peut donner des indices sur l'humeur ou l'état émotionnel, tandis que les signaux manuels ou **les gestes** peuvent s'ajouter à un message parlé.

Communication écrite : qui comprend les lettres, les courriels, les médias sociaux, les livres, les magazines, Internet et d'autres médias.

Aujourd'hui, nous pouvons tous écrire et publier nos idées en ligne, ce qui a conduit à une explosion des possibilités d'information et de communication.

Communication visuelle : graphiques et tableaux, cartes, logos et autres visualisations peuvent tous communiquer des messages.

## Types de communication

La communication interpersonnelle  
La communication de groupe  
La communication de masse

La communication interpersonnelle est celle qui met en relation deux personnes. Cette forme de communication se construit à partir des échanges entre ces deux individus.



Une conversation entre deux amis dans un restaurant ou un appel téléphonique entre deux collègues sont des exemples types de communication interpersonnelle.

La communication de groupe se distingue de l'interpersonnelle car elle s'adresse à un ensemble plus large de récepteurs. Elle intègre une notion fondamentale de ciblage de ses récepteurs.

La communication de masse vise la transmission d'une information à un plus large public possible. Contrairement à la communication de groupe, les récepteurs n'ont pas été ciblés, l'objectif étant d'atteindre un maximum de personnes.



Pourquoi la communication a-t-elle besoin  
d'une stratégie ?



# Stratégie de communication

Une stratégie de communication est un outil commercial et marketing qui aide les organisations à aligner leur communication et à produire des messages significatifs et cohérents.

Ces stratégies peuvent se concentrer sur les communications internes ou externes, ou spécifier la stratégie de communication pour un projet particulier.



ATELIER : Quelles sont les barrières à une  
bonne communication ?





## Barrières physiques

Ce type de barrière de communication peut faire référence à **l'aménagement physique** du lieu de travail (zones de travail séparées, portes de bureau fermées) ainsi qu'aux territoires perçus dans un espace de bureau.

**EXEMPLE** : si tous les superviseurs travaillent dans une zone d'un bureau, d'autres employés peuvent se sentir intimidés lorsqu'ils approchent de cette zone et, par conséquent, éviter la zone.

## Barrières émotionnelles

Les barrières à la communication émotionnelle sont celles qui résultent d'émotions telles que **la méfiance et la peur**.

**EXEMPLE** : si une personne craint son manager, elle est beaucoup plus susceptible d'interpréter les communications avec le manager de manière négative et fermée.

## Barrière de la langue

Des exemples de barrières linguistiques comprennent l'utilisation de jargon, d'expressions et d'abréviations inconnues dans la communication écrite et verbale.



ATELIER : Quelles sont éléments d'une  
bonne communication ?



## Objectifs de communication

Quel que soit le type de stratégie que vous créez, il est important d'inclure des objectifs de communication. Ces énoncés d'objectifs peuvent aider à orienter votre plan, fournir des paramètres et discuter des types de résultats que vous espérez voir

## Définition de la mission

Un autre élément d'une stratégie de communication réussie est **l'énoncé de mission** de votre organisation. Cette qualité de votre entreprise aide à **encadrer le reste de votre travail**, il est donc crucial de les intégrer également dans vos stratégies de communication.



## Description de votre public cible

Un autre élément important d'une stratégie de communication est la description de votre **public idéal**. Cette description peut inclure des recherches sur les raisons pour lesquelles vous souhaitez cibler ce public, **ce que le public préfère** et **les types de contenu avec lesquels il interagit le plus**.

## Liste des messages clés

Selon le type de stratégie de communication que vous créez, vous pouvez inclure une liste de messages clés. Cela donne un aperçu des **principaux sujets que vous voulez que le public comprenne.**

## Liste de vos principaux canaux de communication

Il existe plusieurs types de canaux de communication disponibles pour les entreprises et les organisations à mettre en œuvre dans leurs stratégies de communication internes et externes.

Print media

Email marketing

Website

Blog

Internal communication platforms

Podcasts

Social media (Yammer)

## Description de votre tactique

Votre entreprise peut s'appuyer sur quelques tactiques clés pour communiquer votre message à un public. Envisagez de décrire ce que vous voulez que les employés fassent pour transmettre un message clé, **comment cette action doit avoir lieu** ou à **quelle fréquence** partager le message.

Communication objectives:

.....

Mission statement:

.....

Target audience:

.....

Key messages:

.....

Communication channels:

.....

Tactics:

.....

ATELIER : En groupe, choisissez un projet ci-dessous pour en établir une stratégie en français :

- 1) Événement de team building dans tous le département
- 2) Décommission d'une application obsolète (time tracker)
- 3) Création d'une application pour réserver ses plats à la cantine
- 4) Fusion de 2 applications :
  - tracking de la fréquence cardiaque par une balance
  - tracking de la fréquence cardiaque par une montre

# Plan de communication



Le plan de communication est la traduction opérationnelle et structurée des actions de communication relatives à un projet. Il constitue le cadre de référence pour toutes les communications du projet.

Un plan de communication vous aide à clarifier la manière dont vous allez communiquer avec votre équipe projet et les parties prenantes, qu'il s'agisse de membres d'équipes internes à votre entreprise ou d'intervenants externes (des clients ou prestataires, par exemple).

Topic:

.....

Manager:

.....

Target audience:

.....

Key messages:

.....

Communication channels:

.....

Tactics:

.....

ATELIER : En groupe, choisissez un projet ci-dessous pour en établir une stratégie en anglais :

- 1) Événement de team building dans tous le département
- 2) Décommission d'une application obsolète (time tracker)
- 3) Création d'une application pour réserver ses plats à la cantine
- 4) Fusion de 2 applications :
  - tracking de la fréquence cardiaque par une balance
  - tracking de la fréquence cardiaque par une montre