

LA COMMUNICATION, LA CARTE À JOUER DU MANAGER MODERNE

7 principes pour gagner en efficacité professionnelle

Une approche axée sur l'humain

par Béthanie Surget, coach en communication relationnelle



SOMMAIRE

Qui suis-je ?	3
Qu'est-ce que communiquer ?	4
Qu'est-ce que l'assertivité ?	4
Contexte	5
Pourquoi bien communiquer ?	5
Les 7 principes fondamentaux pour une communication assertive	6
1. Avoir un objectif précis	8
2. Avoir confiance en soi	9
3. Développer son intelligence émotionnelle	10
4. Développer son agilité comportementale	12
5. Respecter l'intégrité de l'autre	16
6. Respecter son écologie	16
7. Utiliser la communication non violente (C.N.V.)	17
Ma définition du manager communicant	18
Conclusion	18

QUI SUIS-JE ?



En quelques mots...

Issue du monde de l'entreprise, PME et Grands Groupes, j'ai décidé de me destiner à ma passion, l'humain et son développement personnel, et à la réalisation de ma mission de vie dans l'accompagnement des autres à se développer entre harmonie et performances. Coach en communication relationnelle, spécialisée en neurosciences motivationnelles et amoureuse de l'art de communiquer.

Cet amour a pris naissance dès l'enfance par les mots, les livres, la littérature, le langage, et puis plus tard le goût de communiquer des pensées, influencer positivement et même séduire. Cependant la communication n'est pas un soliloque alors il faut à minima être deux pour dialoguer et à maxima le monde...

C'est pourquoi j'ai décidé d'ouvrir le cercle vertueux et, aujourd'hui, j'accompagne l'entreprise, dans une démarche de progression vers l'amélioration de la performance de ses dirigeants, managers, collaborateurs, à mieux communiquer afin d'établir des relations harmonieuses et constructives, véritable SOCLE de la cohésion humaine, de la

performance et de la réussite. J'aide à évoluer tout simplement, avec habileté, vers un univers professionnel relationnellement intelligent pour répondre avec sérénité aux grands défis de l'entreprise comme les réorganisations, contextes de crise, baisse des résultats ou de situations personnelles comme la pression due au stress, prise de nouvelles responsabilités, négociations...

J'aide également les individus à améliorer leur communication intra et interpersonnelle pour trouver l'équilibre à travers leurs différents domaines de vie (personnel, professionnel, couple, famille, social) et augmenter leur capacité à réussir.

Parce que
les dirigeants
modernes ont besoin
de compétences
en communication
interpersonnelle

“

Vous n'aurez jamais
une deuxième chance de faire
une bonne impression

Davis Swanson | Directeur World Beyond War

Qu'est-ce que **COMMUNIQUER ?**

L'art de se comprendre

Communiquer vient étymologiquement du latin « communicare » signifiant « partager », « mettre en commun ».

L'univers de la communication étant très large, dans ce premier livret, nous nous intéresserons à l'objectif d'une excellente communication interpersonnelle en entreprise car communiquer c'est surtout influencer. La communication interne en entreprise consiste à mobiliser ses membres,

à les informer et à les considérer. Des salariés bien informés, bien traités et qui se sentent impliqués sont plus heureux et de facto plus coopérants, plus compétents et plus efficaces.

Les compétences relationnelles sont fondamentales à la réussite de tout individu, équipe ou organisation. Dans des univers professionnels en constante évolution, des cycles de changement qui bousculent les habitudes, il convient de préserver l'efficacité des relations professionnelles, car elles conditionnent la performance individuelle et collective.

Qu'est-ce que **L'ASSERTIVITÉ ?**

La communication assertive ou la capacité à défendre ses droits dans le respect du devoir. C'est une attitude dans laquelle le partage de points de vue différents est possible, en osant dire et en sachant écouter autrui. Traiter l'autre d'égal à égal.



Être assertif, c'est être en mesure d'exprimer sa propre personnalité sans susciter l'hostilité de son environnement, c'est savoir dire « non » sans se sentir coupable, c'est avoir confiance en soi et savoir prendre les décisions difficiles ou impopulaires.

Dominique Chalvin | Psychologue | Coach dirigeants

Éric Schuler (spécialiste de l'assertivité) reprend la citation d'un inconnu la résumant par :



Ni paillasson, ni hérisson.

La communication n'est ni passive, ni agressive, juste équilibrée. Doucement confrontante. Les personnes assertives possèdent d'excellentes qualités de communication interpersonnelle. L'assertivité peut renforcer nos rapports interpersonnels, en réduisant la tension des conflits et en nous fournissant le soutien humain qu'il nous faut.



CONTEXTE

Dans notre société actuelle, communiquer est un automatisme.

Nos paroles, nos silences, nos gestes, nos attitudes, nos comportements, nos tenues vestimentaires, tout est sujet à communication. Et comme tout ce que nous faisons d'une manière répétitive, nous n'y prêtons plus attention. Nous ne pouvons changer ce dont nous n'avons

pas conscience, aussi nous négligeons ce qui est le plus important dans la relation humaine, se comprendre. Se comprendre, c'est s'accepter, s'écouter, se respecter et mettre un tant soit peu son ego de côté, communiquer avec l'autre sans lui nuire.

En entreprise, plus que jamais aujourd'hui, à l'ère du nomadisme professionnel, home office, flex office, coworking, solidifier le climat relationnel en restaurant la valeur et l'importance des relations est une évidence pour améliorer la productivité de l'entreprise, à l'ère de la course après le temps ou les invitations au stress sont de plus en plus puissantes, le manager se doit de prendre de la hauteur, comprendre sa propre configuration émotionnelle et celles de ses collaborateurs, en d'autres termes être quelque peu psychologue.

Pourquoi BIEN COMMUNIQUER ?

Indépendamment du contexte, tout d'abord il faut savoir qu'il est impossible de ne pas communiquer. Alors quitte à vouloir dire autant le faire bien...



Tout refus de communiquer est une tentative de communication, tout geste d'indifférence ou d'hostilité est appel déguisé.

Albert Camus

L'objectif est de faire adhérer, convaincre, donner l'envie aux autres de travailler avec soi, oser dire non, ceci pour gagner en efficacité profession-

nelle et nouer des relations harmonieuses tout en prenant du plaisir sur le chemin de la réussite. Une bonne communication nous aide à construire notre leadership, à inspirer les autres et donner du sens à nos messages et projets.

Pour éviter le processus de mécommunication, source d'incompréhension et de conflits, soyons en pleine conscience de maîtriser et d'orchestrer notre communication car je rappelle que nous ne pouvons changer ce dont nous n'avons pas conscience.

Parce que des relations productives débouchent sur une croissance positive, il est très important de métacommuniquer (ou communiquer sur la communication) pour développer et bénéficier d'un langage commun.



7 PRINCIPES DE BASE

pour une communication assertive

Il est vrai qu'une communication efficace requiert des règles qui ressemblent à des règles de savoir vivre comme octroyer un temps de parole à notre interlocuteur, ne pas interrompre, reformuler nos propos pour un parfait alignement, je pourrais vous dire également de nommer chaque personne par son prénom pour captiver son attention etc. tout ceci est très vrai et souhaitable d'être appliqué. Cependant je crois profondément qu'avant cela le socle d'une communication de qualité passe par la compréhension des fondements de l'être humain. Il faut dorénavant considérer le Quotient émotionnel (QE) au même titre que le Quotient intellectuel (QI).

Conduiriez-vous un véhicule sans avoir pris connaissance du code de la route ? Pourquoi ne pas appréhender également le fonctionnement de l'esprit humain. En effet comment interagir avec un être humain sans comprendre son propre mode de fonctionnement et celui de l'autre ?

Laissez-moi vous partager dans les pages suivantes les 7 principes inéluctables que j'utilise désormais dans ma vie pour me faire comprendre, pour donner un impact à mes dialogues, à mes discours, pour exprimer mes sentiments et affirmer mes droits, tout en respectant les sentiments et les droits des autres dans leur intégrité.

Pourquoi ai-je choisi ces outils précisément ? Parce qu'au regard de ma propre expérience ils m'ont permis de passer du stade de l'aveuglement d'un schéma de pensée à l'acceptation et à la lecture du schéma de pensée de l'autre.

Utiliser plutôt l'intelligence émotionnelle. L'intelligence émotionnelle c'est comprendre les émotions des autres pour mieux comprendre ses propres émotions. Le rôle des émotions est de signaler les événements qui sont signifiants pour l'individu et de motiver les comportements permettant de les gérer. Nous pouvons ainsi nous adapter et composer une relation de confiance, durable et à forte valeur ajoutée.

Il est également possible, bien entendu, en entreprise, de poser un cadre de fonctionnement avec ses équipes autorisant chacun à la liberté de s'exprimer en toute transparence, soit dans une relation adulte/adulte, ceci à l'avantage de gagner un temps précieux.

Ces principes sont présentés très succinctement en guise de point de départ vers la communication notamment pour ce qui concerne l'analyse transactionnelle et la Process Comm® qui sont, de par leur complexité, des concepts qui nécessitent d'être développés plus profondément dans un autre cadre que ce livret. Nous devons d'abord prendre conscience et accepter d'avoir des émotions. Vous apprendrais-je que, dans le milieu de l'entreprise, cette prise de conscience est, à date, au stade embryonnaire ?

Pour ma part, j'ai longtemps été aveuglée par des automatismes de pensée dirigés par l'un des fameux driver éducationnels (entre autres) « sois fort » mis en exergue par Taibi Kahler (psychologue américain). Alors voici ce que cela pouvait donner en situation :

- Signification et croyance associée : il faut se méfier des autres et faire croire qu'on est fort. La vie est un combat, il faut le gagner.
- Comportement : orienté résultat, cache fortement ses émotions, même positives, et montre toujours une « façade ».

Estimant qu'il faut se débrouiller seul, est souvent autonome et indépendant. A une grande résistance à la pression et sait gérer des situations difficiles mais peut prendre des risques très importants. A une grande réticence à demander de l'aide et peut éprouver du mépris pour ceux qui en demandent.

En d'autres termes le parfait exemple du Warrior, soit, selon sa définition, un soldat qui a à la fois l'expérience et la compétence au combat. Sauf qu'influencer n'est pas un combat. Influencer c'est convaincre et séduire.

Alors pour ces raisons, Il est important de comprendre qu'une émotion est un message qu'il faut apprendre à écouter car c'est un outil de réussite. Je vous recommande donc une lecture attentionnée de ces 7 principes basés sur les fondements de la personne, et par voie de conséquence, de la relation. Et aussi pour les raisons suivantes :

- parce que nous ressentons tous les émotions de la même manière mais nous les exprimons de manières différentes, à noter également qu'une émotion peut en cacher une autre,

- parce qu'il est souhaitable de garder le contrôle de notre rationalité sans nous laisser déborder par nos émotions,
- parce qu'il est souhaitable que nos paroles ne dépassent pas nos pensées,
- pour confronter en douceur et élégance,
- pour préserver l'estime et l'image que l'autre a de lui-même.

Petite astuce pour développer la connaissance de soi et les compétences relationnelles, utiliser la roue des émotions



1

AVOIR UN OBJECTIF PRÉCIS

Pourquoi ?



Il n'y a pas de vent favorable pour celui qui ne sait où il va.

Sénèque

Avez-vous remarqué que les grands de la communication ont une idée claire de l'objectif de leurs interventions ? Imaginez-vous Martin Luther King lors de son discours en 1963 proclamer « I have a dream » sans savoir vraiment où il veut aller ? Savoir où l'on va pour rester connecté à ses convictions.

L'objet de la fonction de direction est de donner un cap à l'entreprise, c'est-à-dire de déterminer le but à atteindre et le chemin à emprunter pour y parvenir. Diriger, c'est définir une vision, c'est-à-dire une anticipation du devenir de l'entreprise, anticiper une stratégie qui va permettre tous ensemble d'y parvenir.

Les objectifs nous aident à définir nos stratégies et facilitent notre prise de décisions et donnent du sens à nos actions. Ils alignent tous les intervenants dans la même direction. Ils insufflent la motivation aux équipes.

Un objectif bien défini est un objectif à moitié atteint. Il doit être formulé d'une manière affirmative, constructive, positive et précise, c'est la raison pour laquelle un objectif SMART(EF) fera la différence dans notre communication en générant de l'enthousiasme et de l'adhésion, car elles conditionnent la performance individuelle et collective.

Comment ?

En définissant un objectif SMART(EF)

- **Spécifique** : un objectif spécifique doit être simple à comprendre, clair, précis. Il doit répondre aux questions CQQCOQP (Comment ? Qui ? Quoi ? Combien ? Où ? Quand ? Pourquoi ?)
- **Mesurable** : un objectif mesurable doit être quantifié ou qualifié. Nous devons être capables de mesurer son état d'avancement afin d'évaluer les moyens nécessaires pour l'atteindre.
- **Acceptable ou atteignable** : un objectif acceptable est un objectif suffisamment ambitieux pour être motivant. Par ailleurs cet objectif doit être atteignable, à savoir correspondant à la hauteur de nos moyens.
- **Réaliste** : un objectif réaliste doit être suffisamment motivant et atteignable pour éviter le découragement.
- **Temporellement défini** : un objectif temporellement défini est délimité dans le temps : une date butoir avec, éventuellement, des dates intermédiaires.
- **Écologique** : un objectif doit être bon pour nous, notre environnement, nos valeurs et nos croyances.
- **Fun** : un objectif doit générer du plaisir pour maintenir l'enthousiasme dans sa réalisation.



2

AVOIR CONFIANCE EN SOI

Pourquoi ?



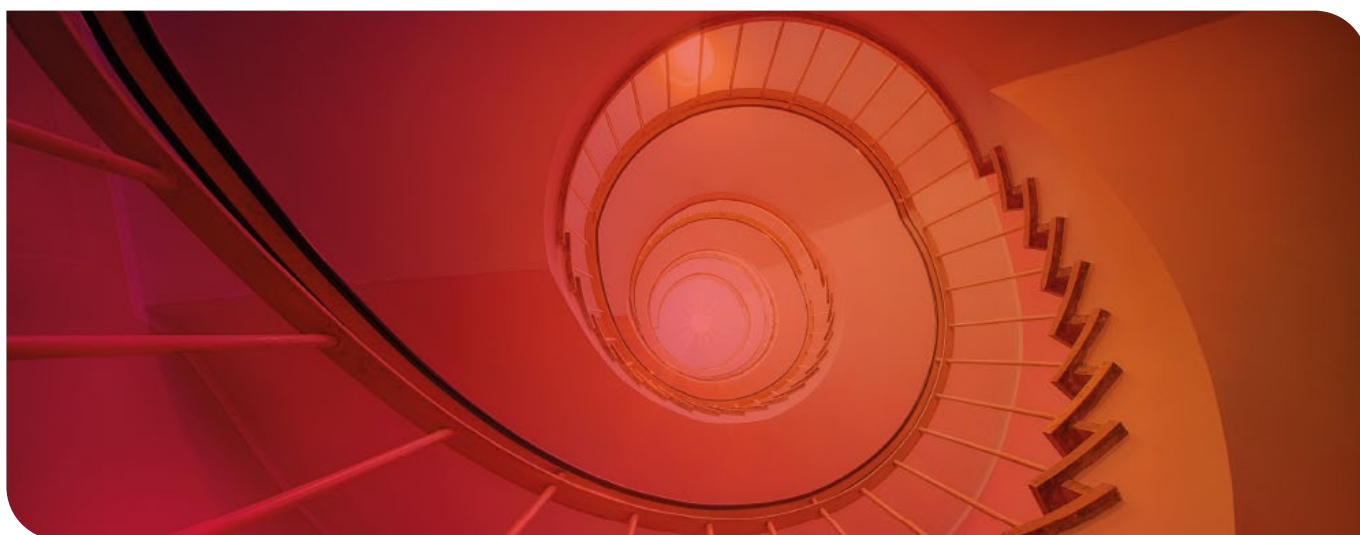
Si vous avez confiance en vous-mêmes, vous inspirerez confiance aux autres.

Goethe

Pour oser atteindre ses objectifs et estomper l'angoisse et l'anxiété. La confiance en soi est l'un des fondements de l'estime de soi avec l'image de soi et l'amour de soi. Pour avoir confiance, il faut s'aimer, pour s'aimer, il faut avoir une bonne image de soi. Il faut donc entretenir son estime de soi chaque jour.

Comment ?

- En se fixant un petit challenge chaque jour. Plus nous multiplions les petites actions, plus notre taux de confiance en soi va augmenter.
- En connaissant nos valeurs et en vivant en accord avec elles.
- En arrêtant de nous dénigrer, en nous disant je t'aime 10 à 15 fois/jour.
- En soulignant ce que nous faisons de bien.
- En célébrant ce que nous faisons de très bien.
- En tentant de répondre aux questions suivantes :
 - À quoi ressemblerait notre monde si nous avions plus confiance en nous ?
 - À quoi ressemblerait notre monde si nous nous aimions vraiment ?
 - À quoi ressemblerait notre monde si nous avions une meilleure image de nous ?



3

DÉVELOPPER SON INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE

Comprendre les interactions humaines et comment l'attitude de notre interlocuteur influence notre propre comportement.

Pourquoi ?

Pour mesurer l'impact de nos interventions. Nous évaluons constamment tous les signes que nous offre autrui en réaction ou réponse à notre communication. Cette estimation nous renseigne sur le fait que nous nous éloignons ou nous rapprochons de notre but. Encore faut-il savoir lire les messages implicites.

Illustration : je me souviens que lors d'un entretien annuel avec une collaboratrice, j'avais beau prendre du temps pour le développement de sa carrière, nous passions 3H00 en entretien versus 1H30 pour d'autres, j'étais abasourdie par le fait que, bien que je tenais compte de la timidité possible ou d'une certaine pudeur, l'on ne puisse avoir aucune idée de son avenir, de ses compétences acquises ou à développer, de ne pas oser demander de l'aide, de rester muette face à son manager. J'ai réalisé plus tard que Karine (et bien d'autres) avaient tout d'abord un schéma de fonctionnement différent du mien ce qui sous-entend que, si je l'avais su, j'aurais décrypter davantage sa communication non verbale.

Selon une étude d'Albert Mehrabian, professeur de psychologie de l'université de Californie (USA), les résultats montrent que :

- 7% de la communication est Verbale (signification et sens donné aux mots).
- 38% de la communication est Vocale (intonation et son de la voix).
- 55% de la communication est Visuelle (attitude : expressions du visage et du langage corporel).

Ainsi, si la compréhension passe par un message verbalisé, d'autres facteurs de communication non verbale, appelée aussi la synergologie, restent clés : posture, voix, gestes...

Alors intéressons-nous à comment percevoir l'inconscient d'une autre personne ? Quels sont ses indicateurs externes ? En nous appuyant sur notre acuité sensorielle.





Pour ce faire mettons nos 5 sens en éveil (VAKOG) : Visuel, Auditif, Kinesthésique, Olfactif et Gustatif
Nos 3 principaux canaux sensoriels sont : Visuel, Auditif, Kinesthésique, (l'Olfactif et le Gustatif étant moins utilisés). Grâce à ces canaux nous pouvons prendre conscience du monde qui nous entoure, et ainsi analyser notre propre style dominant, tant à l'oral qu'à l'écrit, ainsi que celui de nos interlocuteurs. Afin de faciliter l'échange, décodons et adaptions-nous au canal sensoriel de l'autre afin qu'il se sente plus à l'aise, en terrain connu.

Nous pouvons porter attention à son langage corporel, à l'intonation et au timbre de sa voix, à ses mimiques, à sa respiration, etc. Nous pouvons aussi porter attention à son vocabulaire :

- **Visuel** : notre interlocuteur s'exprimera avec des mots type, c'est clair, je vois bien que tu as raison, peux-tu stp jeter un œil à ce dossier, etc.
- **Auditif** : notre interlocuteur s'exprimera avec des mots type, j'entends bien, ne fais pas la sourde oreille, écoutes-moi bien, etc.
- **Kinesthésique** : notre interlocuteur s'exprimera avec des mots type je sens bien que tu ne me suis pas, tu me demande de répondre à chaud comme cela, je touche du bois pour prendre la bonne décision, etc.

Maintenant je souhaite mettre l'accent sur le développement de notre 6^e sens : l'intuition.
L'intuition, ce sentiment instinctif qui transforme une incertitude en conviction.

Ce sens est rarement abordé en tant que qualité d'un bon communicant puisqu'il ne s'appuie pas sur la raison, du moins pas sur la conscience, il relève plutôt de l'inconscient et pourtant !

Au cours de ma mission de Responsable Achats, j'ai eu souvent l'occasion de faire appel à mon intuition, en sus des techniques de négociation, j'avais une lecture supplémentaire grâce à ma petite voix intérieure, un vrai plus qui m'a guidé vers la sélection des bons fournisseurs, qui m'a aidé à mettre le curseur sur les limites de mes interlocuteurs en termes d'enjeux, de besoins et de personnalité. Double impact, qualité de service et réduction des coûts.

Comment ?

En regardant à l'intérieur de soi. En observant attentivement notre environnement, en cultivant notre empathie et en nous laissant aller à laisser parler notre sensibilité, apprenons à ressentir, à suivre notre petite voix intérieure et à nous servir de notre expérience.

Faisons-nous confiance.



4

DÉVELOPPER SON AGILITÉ COMPORTEMENTALE

Pourquoi ?

Si notre évaluation nous indique que nous nous éloignons de notre objectif, nous devons être capables d'ajuster notre comportement pour nous en rapprocher. Cet ajustement se fera de manière à ce que cela nous rapproche de la réalisation de notre objectif.

Illustration : en entreprise et en tant que client, il m'est arrivé d'intervenir auprès d'un prestataire dont les performances n'étaient pas au rendez-vous, aux dires de mes collaborateurs ce prestataire ne semblait pas disposé à nous rendre visite pour faire le point sur l'activité. Je m'attendais donc à une personne socialement limitée, aussi j'ai pris soin d'adapter ma communication et par conséquent j'ai échangé étonnamment avec une personne très aimable, fière de me raconter l'histoire de son entreprise familiale. Le lien était créé et le rdv noté dans l'agenda.

Comment ?

En décodant les motivations et les intentions de l'autre pour adapter notre communication à celle de notre interlocuteur afin de parler son propre langage et mieux se faire comprendre. Ceci peut se faire par la distinction et notre adaptation aux différents cadres comportementaux des 6 types de personnalité du concept de la Process Comm[®], empathique, travailleur, rebelle, persévérant, promoteur, rêveur.

Plusieurs types peuvent représenter un individu, néanmoins l'une d'entre eux constitue sa dominante et correspond à ses besoins psychologiques.

Je vous partage les 6 types de personnalité selon le modèle mis au point par Taibi Kahler (psychologue américain) pour la Nasa et introduit en France par Gérard Collignon auteur de « Comment leur dire... ».

Type empathique

Points forts	Compatissant, sensible, chaleureux.
Caractéristiques	Capacité d'être « donnant » attentif aux besoins d'autrui. Doué pour créer l'harmonie
Expression des émotions	Aisée. L'utilise pour communiquer
Apparence extérieure	Aspect soigné. Couleurs douces et coordonnées
Domaine d'activité préférentiel	Communication, relations publiques. Professions d'aide, activités de service
Environnement	Accueillant, chaud, confortable, personnalisé, à la maison comme au bureau.
Mode de perception	Ressent d'abord. Perçoit les personnes et les situations à travers les sentiments éprouvés à leur égard.
Comportements en équipe	Cherche à créer et encourager les relations harmonieuses. Déteste les conflits.
Besoins psychologiques	Reconnaissance en temps que personne. Environnement nourrissant les besoins sensoriels.



Type travaillomane

Points forts	Logique, responsable, organisé.
Caractéristiques	Inconditionnel de la pensée logique.
Expression des émotions	Rare. Considérée comme inappropriée dans le travail.
Apparence extérieure	Classique et soignée, en fonction des situations.
Domaine d'activité préférentiel	Technique. Comptabilité. Administration. Tâches demandant organisation, méthode et précision.
Environnement	Fonctionnel, ordonné, contemporain
Mode de perception	Pense d'abord. Classe les gens et les choses par catégories.
Comportements en équipe	Recherche les échanges d'informations. Préfère la relation à deux au groupe.
Besoins psychologiques	Reconnaissance pour son travail et la qualité de sa réflexion. Structuration du temps.

Type rebelle

Points forts	Spontané, créatif, ludique.
Caractéristiques	Capacité de jouer et apprécier l'instant présent « carpe diem ».
Expression des émotions	Souvent aisée. Sous forme d'émotions qui « sortent » de façon spontanée.
Apparence extérieure	Style original
Domaine d'activité préférentiel	Création artistique, animation, tâches faisant appel à sa créativité.
Environnement	Amusant, pleins de stimulation, gadgets...
Mode de perception	Réagit aux personnes et aux choses en aimant ou en détestant.
Comportements en équipe	Aime l'ambiance de groupe. Ne crée pas de contact, mais saisit les moindres occasions de le vivre, surtout si elles se présentent sous une forme ludique...
Besoins psychologiques	Contact ludique



Type persévérant

Points forts	Engagé, observateur, consciencieux.
Caractéristiques	Exprime des opinions, convictions et jugements.
Expression des émotions	Réservée. Jugée inappropriée dans le travail. Cache souvent une grande sensibilité.
Apparence extérieure	Sillon entre les yeux, regard perçant, style classique.
Domaine d'activité préférentiel	Milieu entrepreneurial, affaires sociales, politique, religion, domaine associatif. Tous postes à responsabilités, métiers de la sécurité.
Environnement	Fonctionnel, traditionnel, meubles anciens...
Mode de perception	Juge, évalue les gens et les choses en fonction de ses propres opinions.
Comportements en équipe	Aime prendre les commandes. Cherche à échanger sur des opinions. Pour ce faire, recherche plus volontiers la relation à deux que le groupe, sauf en tant que leader.
Besoins psychologiques	Être reconnu pour ses convictions, apprécié pour le travail accompli.

Type promoteur

Points forts	Adaptable, persuasif et charmeur.
Caractéristiques	Capacité d'être ferme et direct.
Expression des émotions	Rare, souvent considérée comme un signe de faiblesse.
Apparence extérieure	Vêtements et bijoux chers et voyants.
Domaine d'activité préférentiel	Vente. Lancement de projet. Sport. Animation. Business à évolution rapide. Défis.
Environnement	Luxueux, aime les couleurs rouge et noire.
Mode de perception	Orienté vers l'action.
Comportements en équipe	La traverse... aime agir seul. Et s'il est en groupe, que ce soit pour de l'action plus que de la discussion.
Besoins psychologiques	Forte dose d'excitation dans un minimum de temps.



Type rêveur

Points forts	Réfléchi, imaginatif, calme.
Caractéristiques	Doué pour l'introspection et l'analyse approfondie des personnes ou des situations. Aime les tâches concrètes. Habilité manuelle.
Expression des émotions	De rare à inexistante.
Apparence extérieure	Style naturel, vêtements pratiques et confortables.
Domaine d'activité préférentiel	Tout travaux permettant solitude et approfondissement, recherche, écriture, psychologie, travail manuel.
Environnement	Simple, sobre, propice à la vie intérieure.
Mode de perception	Motivé pour l'action par des éléments extérieurs. Ne prends pas l'initiative de la relation.
Comportements en équipe	Attitude réservée.
Besoins psychologiques	Du temps et de l'espace pour soi-même.

En repérant et en répondant aux jeux psychologiques qui s'opèrent dans la relation grâce à l'utilisation de l'Analyse Transactionnelle. En effet ces jeux débouchent inmanquablement sur des situations bloquées si vous n'en prenez pas conscience.

Comment ?

Apparue dans les années 60, l'Analyse Transactionnelle structure la personnalité psychologique de tout individu qui possède 3 états de son moi : Enfant, Parent et Adulte. Elle permet un réel décryptage psychique de la relation qui a un fort impact dans les rapports quotidiens.

En fonction des états de notre propre moi, nous fonctionnons de manière différente. Les 3 états peuvent être exprimés très succinctement comme suit :

- **Mode enfant** : un fonctionnement de manière spontanée qui affiche ses émotions (colère, tristesse, etc.).
- **Mode parent** : un fonctionnement plutôt héréditaire et relativement peu souple. Fréquemment usité par les managers et cadres dirigeants, ce mode peut être critique, persécuteur ou bien alors plutôt bienveillant, parfois surprotecteur.
- **Mode adulte** : un fonctionnement conduit par le factuel de l'ici et maintenant, découlant de nos propres expériences et non parasité par les émotions ou les héritages parentaux.

Comment répondre à l'état du moi de votre interlocuteur, en activant votre moi adulte. Exemple : j'en ai assez, tu me coupes tout le temps la parole (moi enfant) ; je ne m'en était pas aperçu, je ferai attention désormais (moi adulte).



5

RESPECTER L'INTÉGRITÉ DE L'AUTRE

Pourquoi ?

Chaque individu possède sa propre manière de se représenter la réalité. Autrement dit sa propre carte du monde. Il s'agit de considérer cela car notre modèle à nous, n'est ni plus vrai ni moins vrai que celui de l'autre.

Tout est question de perception. J'ai pour habitude de dire qu'il n'existe pas de livre sacré caché dans un temple au plus profond de l'univers qui détiendrait la vérité, en quelque sorte une standard routine de comment faire et comment être.

Comment ?

En prenant conscience que nous percevons la réalité à travers différents filtres : nos sens, notre vécu, notre éducation, nos expériences, nos croyances, nos valeurs, chacun a donc un univers très personnel.

En s'abstenant de tout jugement, en laissant la porte ouverte à des cheminements de pensées différents, en d'autres termes en pratiquant une communication libre.

6

RESPECTER NOTRE ÉCOLOGIE

Nous devons veiller à :

- Respecter notre propre écosystème social, notre environnement, nos valeurs, nos croyances afin de rester authentique, l'authenticité étant indispensable à notre bien-être et à une communication saine.
- En étant aligné avec nos valeurs et croyances dans notre communication et nos relations avec les autres, nous diminuerons nettement notre fatigue et notre stress général.
- L'homme a besoin fondamentalement d'attention, de reconnaissance, d'être stimulé positivement. Offrons-lui un regard, un geste, un compliment, pour répondre à l'attention qu'il demande.



7

UTILISER LA COMMUNICATION NON VIOLENTE

Pourquoi ?

La Communication Non Violente (C.N.V.) est un processus de communication élaboré par Marshall B. Rosenberg. Selon son auteur, ce sont :



Le langage et les interactions qui renforcent notre aptitude à donner avec bienveillance et à inspirer aux autres le désir d'en faire autant.

Marshall B. Rosenberg

La violence intériorisée ou extériorisée résulte d'un manque de vocabulaire. Elle est l'expression d'une frustration qui n'a pas trouvé les mots pour se dire. Concentrons notre intention sur la qualité de la rencontre avec l'autre et ouvrons le cercle vertueux en exprimant notre sincérité grâce à l'auto-empathie* et en écoutant l'autre avec empathie.

Entraînez-vous dans votre vie professionnelle comme dans votre vie personnelle, les résultats sont impressionnants.

*Traduire ses pensées négatives en sentiments et besoins et en les accueillant avec bienveillance.

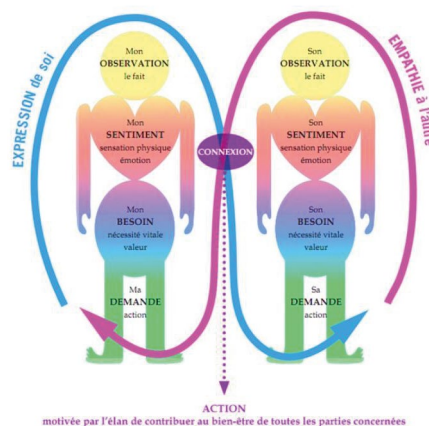
Comment ?

En respectant les 4 étapes suivantes réunies sous l'acronyme : OSBD

- **Observation** : décrire la situation sans juger, être simplement factuel. J'observe un comportement qui affecte mon bien-être.
- **Sentiment** : exprimer ses sentiments et attitudes suscités dans cette situation en employant le « je ». Je réagis à ce comportement par des sentiments.
- **Besoin** : identifier et exprimer ses besoins (un besoin insatisfait = émotion désagréable), je cerne les désirs, besoins ou valeurs qui ont éveillé ce sentiment.
- **Demande** : faire une demande respectant les critères suivants : réalisable, concrète, précise et formulée positivement. Je demande à l'autre des actions concrètes qui contribueront à mon bien-être.

Le bonhomme de l'O.S.B.D.

La Communication NonViolente
selon le processus de Marshall Rosenberg Ph.D.



CONCLUSION

Vous disposez de 7 principes fondamentaux d'une communication assertive, vous avez dorénavant des éléments qui j'espère vous auront éclairés sur le plus grand besoin de l'homme pour réussir : la relation. Cependant, en tant que coach, je me dois de vous dire que communiquer c'est aussi passer à l'action.

Je vous recommande, dès la lecture de ce livret terminée, de mettre en place ces clés et de vous laisser prendre au jeu du panel des personnalités humaines, de la transmission et de la réception, et vous pourrez constater que votre assertivité deviendra naturelle, peut être même vous découvrirez-vous la valeur du respect de vous-même et de l'autre.

Vous pourrez vous rendre compte que votre message a impacté votre public au-delà de vos espérances et que vous êtes devenu communicant, en d'autres termes que vous possédez l'une des qualités principales du leader d'aujourd'hui.

Ma définition d'un manager communicant

Inspireur, parle judicieusement en utilisant un langage simple et probant, a une écoute active, cible ses interventions, est assertif, empathique, intuitif, posé, authentique, humain, congruent. De facto, il bénéficie d'un relationnel d'excellence et d'un pouvoir de séduction exceptionnel.

Osez vous affirmer, pour une communication assertive et un relationnel d'excellence.

Si vous souhaitez en savoir plus

N'hésitez pas à me contacter, je me ferai un plaisir de communiquer avec vous.

☎ 06 73 67 13 19

✉ contact@haveaniceday.fr

📍 haveaniceday.fr

🌐 [Linkedin](#)

