

# Les défis de la communication à l'ère des médias sociaux

---

**ATEFQ**

**35<sup>e</sup> congrès annuel**  
2 novembre 2018

**Bienvenue!**



# Une communication en mutation...

---

- La communication est en mutation profonde, mais son fonctionnement, ses principes et ses règles de base sont toujours les mêmes.

# Les objets du changement...

---

- Ce sont les moyens et les canaux de communication qui ont changé et se sont raffinés.

# D'autres changements à venir...

---

- Ce n'est que le début d'une profonde refonte des processus de la communication.

- 
- Entre ce que je pense, ce que je veux dire, ce que je crois dire, ce que je dis, ce que vous entendez, ce que vous voulez entendre, ce que vous voulez comprendre, ce que vous croyez comprendre, ce que vous comprenez et ce que vous retenez, il y a au moins dix possibilités de ne pas s'entendre... Mais essayons quand même! (Bernard Werber)

- 
- Sur l'ensemble d'un message que nous maîtrisons à 100 %, nous n'en transmettons que 80 %, l'interlocuteur n'entend ou ne lit que 60 %, n'assimile que 40 % et ne peut retransmettre que 20 %.

- 
- Un message est reçu, perçu et compris à 7 % par la parole (les mots); à 38 % par la voix (l'intonation, la diction, le débit); à 55 % par l'attitude corporelle (la posture et la prestance). Donc, à 93 % par le langage non verbal!

- 
- Nous sommes donc toujours en représentation.
  - 85 % de nos succès professionnels vont de pair avec nos habiletés sociales et communicationnelles.

- 
- Vous n'êtes pas responsable de la gueule que vous avez, mais vous êtes responsable de la gueule que vous faites! (Coluche)

# La première impression

---



- En voyant un nouveau visage, le cerveau reconnaît en un dixième de seconde si la personne est fiable...

# La première impression

---



- Les gens se font une première idée de vous en moins de dix secondes...

# La première impression

---



- L'esprit humain prend de 8 à 60 secondes pour se forger une opinion définitive lorsqu'il est face à une nouvelle personne.

# Les bases de la communication

---

- L'écoute
- L'observation
- Le contact visuel
  - L'apparence
  - Le propos
- La précision
  - La clarté
- L'adaptation

# Les éléments de la communication

---

- ❑ La communication verbale (le langage): technique, courant, familier, argotique, vulgaire.
- ❑ La communication non verbale (le paralangage): attitudes du corps – postures, signes ou gestes, apparence physique, mimiques, expression émotionnelle, intensité de la voix.

# Les 6 émotions universelles

---

- La colère
- La peur
- Le dégoût
- La surprise
- La joie
- La tristesse

- 
- La chose la plus importante en communication, c'est d'entendre ce qui n'est pas dit. (Peter Drucker)

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Doute, indécision, appréhension: dos voûté, regard oblique, pas de contact visuel, lèvres crispées, sourcils froncés, doigts ou objets portés à la bouche, poings serrés, mains triturées.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Désintérêt, ennui: regard absent, ne regarde pas, soupir, touche ou range des objets, arrange ses vêtements.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- ❑ Désaccord, colère: corps en retrait, corps tendu, mouvements de gauche à droite de la tête, visage coloré, sourcils froncés, bras et jambes croisés.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Supériorité, domination: corps légèrement penché vers l'arrière ou très incliné vers l'avant, regard soutenu et perçant, sourcils levés, petits sourires en coin, doigts joints, doigts croisés.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Confiance, franchise: posture assise sur l'avant de la chaise, inclinaison vers l'avant, mouvements du corps d'avant en arrière, regard direct, contact visuel permanent, sourire, yeux légèrement plissés, mouvements naturels des bras.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Suspicion, malhonnêteté: corps détourné, regard oblique ou par-dessus les lunettes, regard par en dessous, sourire narquois, bras croisés, se tire l'oreille.

# Les signes non verbaux de 7 catégories comportementales

---

- Évaluation: hochements de tête de haut en bas, cligne légèrement les yeux, regarde bien son interlocuteur, hausse les sourcils, tête un peu penchée vers l'arrière.

# Les 4 types de personnalités

---

- L'analytique se concentre sur le passé et sur l'objet. Il a une facilité à identifier les embûches, les inconvénients et les problèmes. Il est cartésien, perfectionniste et très organisé.
- Il fonctionne avec des faits, des données et doit prendre du recul pour prendre une décision.
- Il est spécialiste du quoi : qu'est-ce qu'on fait?

# Les 4 types de personnalités

---

- ❑ Le fonceur se concentre sur l'objet. Il a 12 millions d'idées par jour. Il est intuitif, voit tous les avantages et les bénéfices. Il est souvent entêté, arrogant, a peu d'écoute, interrompt souvent et considère peu l'opinion des autres.
- ❑ Il est collé aux résultats, dans l'action, un peu téméraire.
- ❑ Il est spécialiste du pourquoi : pourquoi est-ce qu'on ferait ça?

# Les 4 types de personnalités

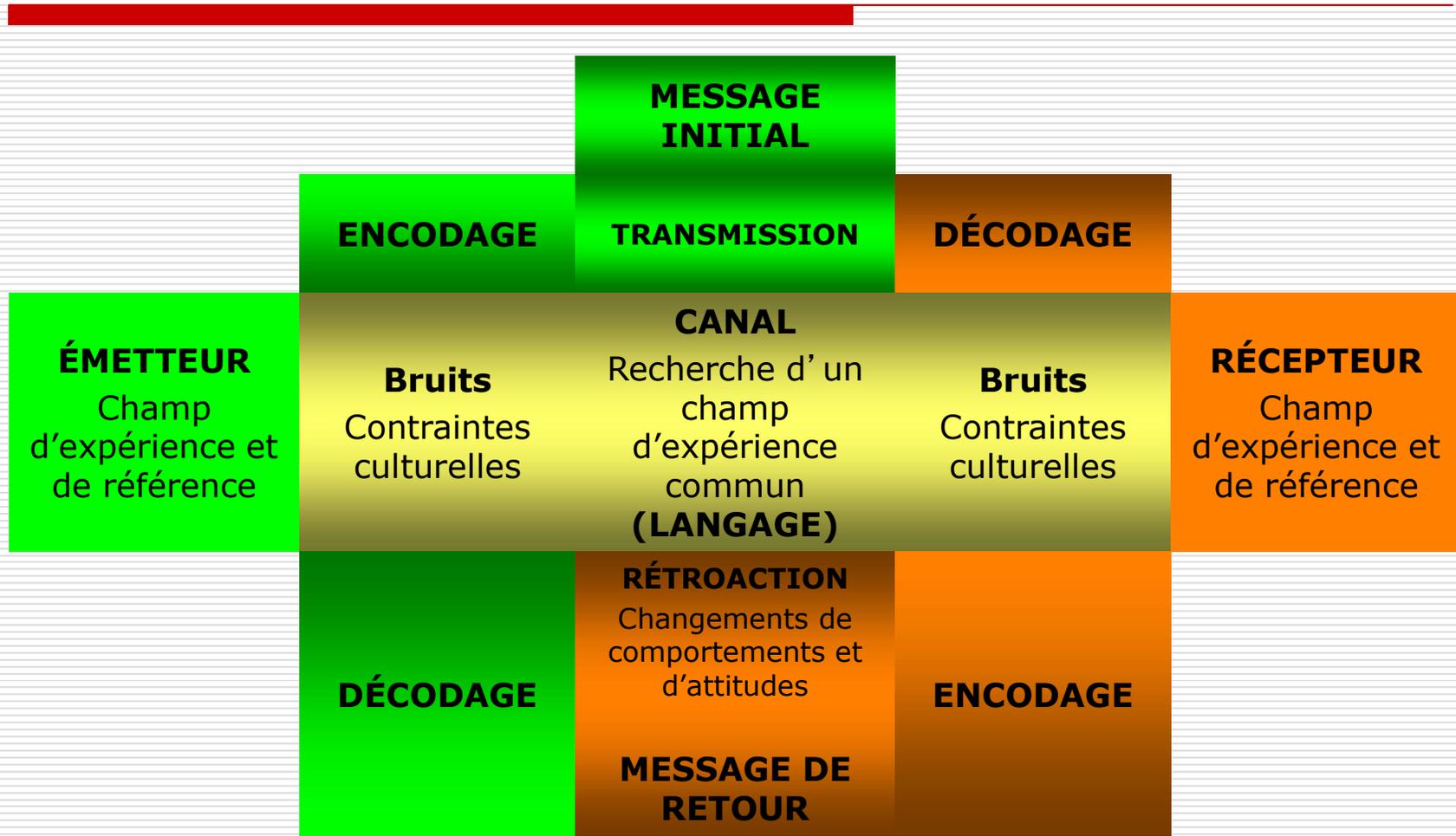
---

- ❑ L'aimable focalise sur le sujet et est dans le passé. Il possède une très grande empathie, il est sensible, constant, confiant, prévisible et cherche les consensus. Il mène les projets à terme.
- ❑ Il considère que son environnement est important, il privilégie les personnes, il est plutôt zen.
- ❑ Il est spécialiste du comment : comment allons-nous faire ça?

# Les 4 types de personnalités

---

- ❑ L'expressif focalise sur le sujet et est dans le futur. Il vit dans un monde d'émotions. Il est plein d'énergie, spontané, drôle, amuseur né. Il est peu organisé et a peu d'écoute. Il s'écoute avant tout.
- ❑ Il est extraverti et créatif, il prend de la place et aime développer des idées en groupe.
- ❑ Il est spécialiste du qui : avec qui allons-nous faire ça?



# Les freins à la communication

---

## □ Les obstacles liés aux personnes:

- L'émetteur emploie un vocabulaire qui n'est pas adapté au récepteur.
- Le récepteur manque d'écoute ou d'attention.
- L'émetteur ou le récepteur éprouve des sentiments ou des émotions pouvant nuire à la compréhension du message (influence du comportement non verbal inconscient).
- L'émetteur ou le récepteur est influencé par le contexte relationnel et modifie son comportement en conséquence.

# Les freins à la communication

---

- Vous n'êtes pas vous, vous êtes ce que les autres pensent que vous êtes. (David E. Kelley)

# Les freins à la communication

---

- Les obstacles liés au contexte environnemental:
  - Il y a des bruits perturbants (musique, sonneries, conversations, etc.).
  - Il y a des intervenants extérieurs qui interfèrent (clients, collègues, famille).
  - Il y a des supports de communication (ordinateur, télé, messages écrits, etc.) qui attirent l'attention mais ne font pas partie du message initial.
  - Les supports de communication fonctionnent mal.

- 
- Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement et les mots pour le dire arrivent aisément. (Nicolas Boileau-Despréaux, 1674)

# Pour un discours qui touche

---

- Annoncez ce que vous allez dire.
- Dites ce que vous avez à dire.
- Rappelez ce que vous avez dit.

En d'autres termes:

- Introduction (annonce de votre sujet).
- Développement (démonstration de votre sujet).
- Conclusion (insistance sur votre sujet).

# Savoir s'exprimer avec...

---

- Confiance
- Conviction
  - Clarté
  - Émotion
- Simplicité
- Humanité
  - Respect

# Pour favoriser la communication

---

## □ L'émetteur

- Doit adapter son langage à celui de son interlocuteur;
- Doit adapter l'intensité de sa voix à celle de son interlocuteur;
- Doit s'assurer de la bonne compréhension du récepteur;
- Doit avoir conscience de l'influence de son comportement non verbal.

# Pour favoriser la communication

---

## Le lieu

- Doit être adapté afin que les obstacles liés à l'environnement soient les plus réduits possible.

# Pour favoriser la communication

---

## Le récepteur

- Doit faire preuve d'attention et poser des questions au besoin.
- Doit reformuler le message pour s'assurer de sa bonne compréhension auprès de l'émetteur.

- 
- La communication est une science difficile. Ce n'est pas une science exacte. Ça s'apprend et ça se cultive. (Jean-Luc Lagardière)

# Ce qui a changé et continue d'évoluer

---

- Le fonctionnement, les principes et les règles de base de la communication sont les mêmes.
- Ces principes et règles s'appliquent dans l'univers de la communication numérique.
- Ce sont le contexte et l'environnement de la communication qui ont changé. Ils évoluent rapidement et de manière constante.

# Ce qui a changé et continue d'évoluer

---

- La rapidité de la communication
- L'instantanéité de la communication
- La réactivité en communication
- Les attentes face à la communication
- La facilité d'accès à une tribune publique
- L'accès illimité à des sources d'information

Merci de votre attention!

---



COMMUNICATIONS  
**SYLVAIN DIONNE**

**(418) 863-6366**

[www.sdcommunications.qc.ca](http://www.sdcommunications.qc.ca)

[info@sdcommunications.qc.ca](mailto:info@sdcommunications.qc.ca)

[www.facebook.com/Communications.Sylvain.Dionne](https://www.facebook.com/Communications.Sylvain.Dionne)