

Les caractéristiques d'une communication efficace

1. La clarté

Un message pourra être qualifié de « clair » si les personnes à qui il s'adresse l'ont bien compris.

Afin de transmettre un message clair, il faut

- choisir des mots simples;
- utiliser un vocabulaire adapté à la situation;
- prêter une attention au sens strict des mots;
- privilégier des phrases courtes;
- utiliser des exemples représentatifs ou des faits concrets pour illustrer les propos;
- structurer l'information logiquement;
- utiliser la répétition pour accentuer une idée importante;
- soigner le ton du discours, l'euphonie des phrases ainsi que la prononciation;
- veiller à ne jamais se contredire.

2. La compréhension

Deux techniques permettent de valider que les interlocuteurs ont bien compris le message :

- **La rétroaction**

Encouragez vos interlocuteurs à rétroagir à ce que vous venez de communiquer. Ainsi, vous leur permettrez d'exprimer leurs réactions et vous pourrez vous faire une idée plus claire de ce qu'ils pensent et ont compris.

La rétroaction permet de

- démontrer aux interlocuteurs notre intérêt quant à leur opinion;
- clarifier la pensée ou les sentiments face à une décision, à une idée ou à un projet.

- **La reformulation**

La reformulation est une stratégie miroir. Elle consiste, pour l'interlocuteur, à répéter dans ses propres mots ce qu'il vient d'entendre.

La reformulation permet de

- clarifier le message;
- d'en faire un résumé pour faire ressortir l'essentiel;
- de relancer la discussion;
- de que le confirmer que le message a été compris.

3. L'écoute active

L'écoute active implique que l'interlocuteur se mette, en quelque sorte, à la place de l'émetteur du message pour mieux saisir et comprendre son point de vue. Elle suppose aussi de décoder le non-verbal.

L'écoute active contribue à

- apprendre les uns des autres;
- prendre conscience de certaines choses;
- éviter l'écoute sélective;
- donner un sens à la relation de collaboration entre employés;
- générer une véritable dynamique d'ouverture et de partage.

4. Les gestes et les paroles qui suscitent l'engagement

Force est de constater que le meilleur des messages ne passera pas si son émetteur n'a pas le talent de captiver son auditoire. Outre la clarté du discours, le non-verbal a ici une importance essentielle parfois plus que des mots choisis avec soin.

Les aspects du non-verbal à considérer sont

- les gestes;
- les comportements;
- les postures;
- les expressions du visage;
- les zones d'interaction.

Par ailleurs, si l'émetteur du message doit surveiller son non-verbal, il doit aussi observer le non-verbal de son interlocuteur afin de déceler les réactions de celui-ci. Cette observation attentive peut parfois permettre à l'émetteur de s'ajuster pendant son discours.

5. Le contexte

Les informations qui sont communiquées répondent à un besoin, elles doivent donc être pertinentes et justes mais aussi être données dans des conditions favorables.

Ainsi, il faut surveiller

- le moyen de communication choisi;
- le moment choisi pour communiquer le message;
- l'environnement dans lequel le message est livré.

6. L'adéquation entre paroles et actions

La crédibilité d'un message passe par la cohérence entre ce qui est dit et ce qui est fait. N'oubliez jamais que les membres de la direction et les gestionnaires doivent donner l'exemple pour que les employés suivent le mouvement.