

# Les bases et les composantes de la communication :

## 1) Identifier les principaux éléments de la communication :

Communiquer : c'est transmettre quelque chose (une information, un document) à quelqu'un pour qu'il en prenne connaissance.

Pour communiquer, l'**émetteur** envoie le message (information qui est transmise) et le **récepteur** le reçoit.

Pour transmettre le message, l'émetteur utilise un **canal** sensoriel :

- auditif, pour le canal qui utilise l'ouïe ;
- visuel, pour le canal qui utilise la vue ;
- audiovisuel, pour le canal qui utilise les deux sens.

Pour transmettre le message, l'émetteur peut utiliser un outil (un écrit, le téléphone, l'ordinateur...) ou un média (la télévision...) Parfois, seul le support est visible (ex. : le panneau publicitaire est le support, l'émetteur est le fabricant du produit).

## 2) Différencier la communication verbale et non-verbale :

Le sens donné à une conversation repose :

- à 7 % sur les mots ; Langage verbal
- à 38 % sur l'élocution ; Langage verbal
- à 55 % sur les expressions visuelles (expression gestuelles, du visage) Comportement non verbal

Le comportement non verbal est dirigé par les émotions ; six émotions sont universellement identifiables : la joie, la colère, la peur, la tristesse, le dégoût, la surprise.

**Le message verbal prend son sens réel en fonction du comportement non verbal avec lequel il est lié.**

**Le vendeur doit être attentif à son propre langage verbal et à son comportement non verbal. Il doit également observer attentivement ceux de ses clients.**

## 3) Reconnaître les registres de langage :

Le registre de langage familier. Il s'utilise dans les relations d'intimité (familiales, amicales...)

Le registre de langage courant. Il s'utilise dans le cadre des relations professionnelles, des communications habituelles de la vie courante.

Le registre de langage soutenu. Il s'utilise dans des univers socioculturels élevés, quand on veut marquer un grand respect à son interlocuteur mais aussi quand on a un souci de précision (mots rares).

Le registre de langage **courant** est celui que doit utiliser un vendeur dans le cadre de ses relations avec la clientèle.

## 4) Repérer les obstacles à la communication interpersonnelle :

Les obstacles à la communication peuvent être liés aux personnes (vocabulaire inadapté, manque d'écoute...) mais aussi à l'environnement (bruits, personnes venant déranger la situation de communication...)

Pour favoriser la communication interpersonnelle :

- L'émetteur doit avoir conscience de l'influence de son comportement non verbal sur son message verbal. Le lieu de communication doit être adapté afin de réduire les obstacles liés à l'environnement ;
- Le récepteur doit faire preuve d'attention, faire préciser le sens des termes et éventuellement reformuler le message de l'émetteur pour montrer à son interlocuteur qu'il a bien compris le message

## La communication en face-à-face :

La prise en compte des différentes demandes, remarques ou réclamations de la clientèle est essentielle car elle :

- Permet d'améliorer la relation avec la clientèle ;
- Préserve le chiffre d'affaires de l'entreprise si les réclamations sont efficacement traitées.

### *a) Mesurer l'importance de l'accueil :*

Pour un accueil réussi, la présentation et l'attitude corporelle sont des éléments essentiels :

- **soigner sa présentation physique** (tenue de coiffure impeccable) ;
- **avoir le sourire** ;
- **adopter le profil**.

### *b) Répondre à la demande d'un client ou d'un usager :*

La **demande de renseignements** est une interrogation sur un produit ou un service de l'établissement. Certaines personnes souhaitent prendre rendez-vous avec une personne particulière de l'entreprise. C'est la **demande de contact**.

Suivant le type d'entreprise, il y aura :

- La **réalisation d'une prestation de service** (ex. : poser un équipement solaire)
- La **vente de services** (ex. : révision chauffage)
- La **vente de produits** (ex. : vente d'une pile à combustible)
- La **réclamation** est l'expression d'une insatisfaction d'un client.

### *c) Gérer un client mécontent en face-à-face :*

#### 1<sup>er</sup> étape : l'écoute active

Pour bien communiquer, la règle de base est de savoir écouter et d'observer les réactions du visiteur. Il faut le laisser s'exprimer sans lui couper la parole, tout en le regardant.

#### 2<sup>e</sup> étape : Le questionnement

Si besoin, il faut éclaircir le message en posant quelques questions.

#### 3<sup>e</sup> étape : La reformulation

Il faut vérifier que l'on a bien compris le message en le reformulant :

- « Si je vous ai bien compris, vous m'avez expliqué.... »
- « Pour reprendre vos propos.... »

#### 4<sup>e</sup> étape : La réponse

Pour terminer, vous devez répondre au message en ayant des gestes positifs et ouverts, un sourire, un regard compréhensif et en faisant attention à votre voix (ton, débit, articulation, rythme).

### Niveau de responsabilité du préparateur / réparateur :

*Au niveau de la livraison d'un VDL*

Il doit faire preuve de qualités relationnelles (empathie \*, d'écoute, patience, pédagogie, compréhension et de persévérance), afin d'expliquer clairement le maniement du VDL et de chacun de ses accessoires ; Il est responsable de l'image de marque de l'entreprise auprès du client, et de la satisfaction de ce dernier par rapport au produit délivré.

Empathie : faculté de s'identifier à quelqu'un, de ressentir ce qu'il ressent.