

La communication orale et écrite



L'art de la communication orale et écrite fait partie des compétences les plus indispensables pour un professionnel. Quelles sont les techniques de base.

La place de la communication orale et écrite

La **communication orale et écrite** constitue la base de toute relation. Elle permet faire passer des messages, de partager des informations et de transmettre des connaissances. Sans la mise en place de **techniques de communication**, aucun produit ni service ne pourra être connu, et aucun projet ne pourrait voir le jour. Dans le monde professionnel, l'art de **bien**

En premier lieu, une bonne **communication orale et écrite** est essentielle pour comprendre et convaincre les équipes. Elle permet de transmettre les valeurs de l'entreprise, mais aussi d'identifier les objectifs. Le **mode de communication** joue également un rôle important dans les négociations, que ce soit entre un salarié et son supérieur, ou entre les gérants et les investisseurs. La présentation efficace d'un projet et l'explication des stratégies s'appuient sur une technique de communication adaptée.

Les bases d'une bonne communication écrite

Les techniques de la communication écrite sont très différentes de celles de la **communication orale**. Dans l'univers entrepreneurial, les supports écrits sont plus favorisés que les communications verbales. Il est donc important de soigner son message, que ce soit au niveau de la forme que du fond, et surtout de bien choisir le canal via lequel il sera diffusé.

Choisir le bon canal

Le choix du canal dépend essentiellement des objectifs ainsi que du profil des cibles. En effet, les différentes catégories de clients ne sont pas réceptives aux mêmes canaux. Par exemple, les seniors et les VIP préfèrent les courriers postaux et les mails personnalisés. En revanche, les générations Y et Z sont plus sensibles aux messages via les réseaux sociaux et les sites web. C'est pourquoi il existe différents types de canaux, affichant chacun des avantages et des inconvénients.

Adapter le discours et le vocabulaire

Une **communication orale et écrite** réussie passe nécessairement par l'adaptation des vocabulaires en fonction des circonstances, des objectifs, des cibles et des canaux employés. Avec la communication écrite, il faudrait également adapter le registre et le type de discours. En effet, le discours ne sera pas le même pour un simple débriefing après une réunion par rapport à une convocation après réunion par exemple.

Soigner les écrits

Pour **améliorer sa communication écrite**, il est important de rendre les écrits agréables à lire, bien lisibles, aérés, colorés, concis et surtout percutants. Il faudrait d'abord, en premier lieu, attirer l'attention par les couleurs, la forme et la taille de police. Une fois l'attention captée, le message doit être intéressant, sans être ni trop long, ni trop court en mettant en évidence les points essentiels. Toutefois, la règle d'or est de ne jamais en faire trop pour que le message écrit soit accueilli positivement (ne pas abuser du rouge, varier la

Une prise de parole devant la camera, devant un public, devant un petit groupe de collègues ou encore en face d'un supérieur hiérarchique n'est pas évidente. Nombreux peuvent perdre les moyens ou être submergés par le stress lorsqu'il s'agit de communiquer oralement lors d'un évènement important. Or, la **communication orale** est la base de toutes les relations personnelles et professionnelles. Voici quelques techniques à maîtriser pour établir une communication orale efficace :

- Apprendre à gérer son stress et à garder son calme ;
- Gérer ses émotions ;
- Savoir capter l'attention jusqu'au bout grâce à un discours bien structuré et intéressant ;
- Choisir des vocabulaires et des tournures adaptés et appropriés ;
- Maîtriser la communication non verbale (gestuel, regard, sourires, etc.).

Exemple de méthodes pour améliorer la communication orale

Le pitch est l'une des méthodes pouvant être utilisées lors d'une communication orale afin de convaincre son auditoire. Cette méthode consiste à :

- Accrocher : attirer l'attention de son auditoire ;
- Proposer : expliquer la raison de son intervention (pourquoi) ;
- Enlever les réticences : balayer les doutes ;
- Convaincre : donner les points forts de son projet ;
- Répéter les points forts : reformuler les points forts ;
- Conclure : appuyer ses arguments par un élément disruptif.

