

1. L'écoute active

5 **L'écoute active**

M. Leroy, responsable du service comptable, fait le point avec Pierre, le chef adjoint, récemment promu à ce poste.

M. LEROY : « Alors, Pierre, comment se passent ces débuts comme chef adjoint ? L'équipe est sympa, non ? »

PIERRE, *optant pour la prudence* : « Oui, oui... »

M. LEROY : « Votre réponse manque un peu de conviction ! »

PIERRE : « C'est-à-dire qu'avec certains collaborateurs, j'ai quelques difficultés... »

M. LEROY *croit pouvoir deviner ce qui gêne Pierre* : « C'est sûr qu'avec Philippe, ce n'est pas facile tous les jours... »

PIERRE *l'interrompant* : « Non, non, avec Philippe, tout va bien. C'est avec Bernard que le courant ne passe pas... »

M. LEROY *ne parvient pas à cacher sa surprise* : « Bernard ? Mais c'est le plus gros bosseur du service ! Il assure toutes les échéances et se charge des dossiers les plus difficiles ! »

PIERRE : « C'est vrai. Mais il est un peu trop sûr de lui et... »

Pierre *ne peut finir sa phrase*. M. LEROY *l'interrompant* : « Mais, avoir de l'assurance, c'est une qualité, n'est-ce pas ? »

PIERRE : « Oui, bien sûr, mais... »

M. LEROY, *l'interrompant à nouveau* : « Et pour le reste de l'équipe, pas de problème ? »

PIERRE : « Non, non... Tout va bien. »

1. Analysez et critiquez cette situation à la lumière des règles de l'écoute active
2. Quels sont sans doute les sentiments de Pierre à la fin de cette discussion ?
3. Reformulez les propos de M. Leroy afin qu'ils correspondent aux règles de l'écoute active

2. La communication orale téléphoniqueSituation 1

Vous êtes vendeur (se) dans le magasin SPORT POUR TOUS. Un de meilleurs vos clients, M. Boule, responsable du club de rugby juniors de Castres, a commandé hier 40 polos de Rugby aux couleurs du club au prix unitaire de 20 € HT. Or, votre fournisseur de tenue de rugby propose actuellement une promotion (DOC 1). Votre responsable vous demande d'appeler votre client (doc 2) pour lui proposer de profiter de cette promotion.

DOC 1 : PROMOTION SUR LES TENUES DE RUGBY :

« Un short offert pour un polo acheté »

« Du 27 mars au 15 avril 2010, GRANDE PROMOTION : Pour toute commande d'au moins 50 polos de rugby (PUHT 20€) un short est offert pour chaque polo acheté !!! »

DOC2 : Fiche client :

Nom : BOULE

Prénom : Jacques

Entreprise, club ou association : Le Castres Olympique section juniors

Adresse : 28, rue de sources 81100 CASTRES

N° de tél : 05 65 43 78 98

Situation 2

Vous êtes vendeur (se) dans la savonnerie « SAMOUSSE » et votre responsable vous demande d'appeler une cliente Madame BENOIT qui avait passé commande pour le CE (comité d'entreprise) de sa société (doc 1). En effet, dans les paniers qu'elle a commandés (doc 2), les savonnets muguet, en rupture de stock, ont été remplacés par des savonnets Lys blanc (les autres produits correspondent bien aux parfums demandés).

<p>DOC 1 : COMMANDE</p> <p>Client : Madame BENOIT Tél : 05 65 23 34 54 Description : « paniers de senteur » contenant une savonnette, une bougie parfumée, un parfum d'ambiance, une huile relaxante Quantités : 50 PU TTC : 14,00 €</p>	<p>DOC 2 : « Le panier senteur »</p> <p>Déjà le printemps, pensez à offrir le panier senteur : Chaque panier est composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une savonnette muguet - Une bougie parfumée chèvrefeuille - Un parfum d'ambiance violette <p>Une huile relaxante de bain lilas</p>
---	--

Situation 3

Vous êtes vendeur (se) dans le magasin DECORAMA. Une cliente Madame LEGRAND, avait commandé une lampe de chevet que vous deviez recevoir cette semaine. Or, lors de la réception de la livraison de votre fournisseur « TOUTE LA LUMIERE » vous avez constaté que la lampe était cassée (DOC 1). Vous avez rappelé votre fournisseur pour lui signaler le problème : celui-ci ne pourra vous livrer la lampe que la semaine prochaine. Votre responsable vous demande de rappelez votre cliente (DOC 2) pour lui signaler le retard : préparez votre plan d'appel

<p>DOC 1 : EXTRAIT DU BON DE LIVRAISON</p> <p>Fournisseur : TOUTE LA LUMIERE Tél : 05 65 23 34 54 Date de livraison : le 30 Mars 2010 Références de la livraison : XXW607 Remarques : <i>Une lampe de chevet, réf 23 45, est cassée</i></p>	<p>DOC 2 : FICHE CLIENT</p> <p>Nom : Madame LEGRAND Adresse : 28, rue de acacias 31000 TOULOUSE Tél : 05 61 34 56 76</p> <p>Commande du 20 Mars 2010 : Une lampe de chevet, réf 23 45, Modèle marine, Prix TTC : 96,00 €. Réception prévue le 30 Mars.</p>
--	---

Choisissez une situation
Préparez votre plan d'appel
Réalisez votre appel. Le professeur vous évalue avec la grille suivante :

	TI	I	S	TS
<p>- Qualité de la communication téléphonique</p> <ul style="list-style-type: none"> o obtenir le bon interlocuteur o saluer, o se présenter, présenter l'entreprise, o identifier la fonction et le nom de l'interlocuteur concerné, o formuler le message ou la consigne, o Reformuler o conclure et prendre congé <p>- Capacité d'écoute et de dialogue, pertinence des réponses</p> <ul style="list-style-type: none"> o Utilisation d'un langage adapté : registre clarté, rigueur, précision, o articulation, débit, pause, intonation <p>- Comportement</p> <ul style="list-style-type: none"> o Disponibilité et convivialité o Sourire o Adaptation de son langage et paralingage <p>- Prise de notes</p> <ul style="list-style-type: none"> o Relevé des conclusions et transmission o Mise à jour des données 				

Lors des séquences précédentes, des règles générales ont été étudiées :

- les enjeux et les stratégies de communication
- les ressorts d'influence
- le langage verbal et non-verbal
- l'influence de l'identité des acteurs, du groupe et du contexte sur la communication

En plus de ces règles, la communication orale professionnelle suppose des spécificités liés à des exigences de qualité et d'efficacité.

1. L'écoute active

L'écoute active ou bienveillante nous rend disponible à autrui et à son univers de codes et de significations. Par un mouvement réflexe, l'interlocuteur se sent compris et utilise son énergie non pas à se défendre ou à attaquer mais à échanger, réfléchir et à trouver des solutions.

L'écoute active est une approche centrée sur la personne (Carl Rogers) .

1.1. Savoir taire son propre discours pour concentrer toute son attention sur celui de l'autre.

- Laisser autrui s'exprimer sans l'interrompre,
- Exclure ses propres idées préconçues et toute tentative d'interprétation,
- Pratiquer des silences

1.2. Adopter une attitude physique de disponibilité

Il s'agit de donner des signes de l'écoute, des « accusés de réception » non verbaux :

- **A préconiser** : Des hochements de tête, le regard (droit dans les yeux) ou « l'oreille tendue », les petits « grognements » d'assentiment, ...
- **A éviter** : le visage fermé, impassible, les bras croisés, le regard « fuyant » « distrait.

1.3. Poser des questions

Pour être sûr d'entendre ce que votre interlocuteur a vraiment à dire, il faut lui poser des questions ouvertes

Exemple de questions « ouvertes » :

- En quoi consiste votre travail ?
- Quelles raisons vous ont incité à prendre cette décision ?
- Comment avez vous procédé pour résoudre ce problème ?

Contre-exemple :

Vous ne rencontrez pas de problèmes dans votre travail, n'est-ce pas ? (alors que la question ouverte correspondante serait : Rencontrez-vous des difficultés particulières dans votre travail quotidien ?)

1.4. La reformulation

La reformulation consiste à s'appuyer sur le propos de son interlocuteur, de manière à s'assurer que l'on a bien compris. Reformuler, ce n'est pas répéter, c'est redire autrement.

La reformulation, toujours positive, remplit plusieurs fonctions :

- elle renforce la compréhension ;

Exemples. « Si je comprends bien... », « Vous voulez donc dire que... »

- elle apporte des précisions ;

Exemples. « Ainsi... », « Selon vous... »

- elle permet d'obtenir un accord.

Exemples. « Donc, si je résume... », « Vous êtes d'accord pour... »

2. La prise de notes

Il faut être capable d'écouter, d'analyser, de sélectionner et d'écrire vite. Il est nécessaire de respecter certaines règles pour prendre correctement des notes :

- repérer les idées principales et tous les éléments importants du discours. Il faut donc être attentif à la formulation et à l'expression de l'interlocuteur (changement de ton, débit moins rapide, pause...);
- noter les mots-clés et les phrases clés. Les citations seront intégralement retranscrites. Il faut, de même, noter en entier les dates, chiffres, noms propres ;
- utiliser les abréviations courantes ou toute autre méthode personnelle ou plus formelle de prise rapide de la parole ;
- présenter clairement les informations saisies (aération du texte, mots soulignés, majuscules, couleur...);
- n'utiliser que le recto des pages ;
- numéroter chaque page ;
- prévoir de mettre en marge des annotations, des précisions.

3. Le discours ou l'argumentation orale

Une bonne argumentation orale nécessite de :

- . sélectionner un nombre restreint d'arguments ;
- . préparer un plan avec des mots clés : ne pas relire les idées
- . soutenir le discours par des techniques (le témoignage, la référence...) et des moyens visuels (la démonstration, l'image...).
- . Utiliser les ressorts d'influence : le raisonnement logique, le recours à l'affectif, l'appel au sentiment d'appartenance.
- . être positif et dynamique

4. La communication orale téléphonique

4.1 L'accueil téléphonique

La qualité de l'accueil téléphonique nécessite de :

- sourire : Le sourire s'entend au téléphone
- être poli et courtois
- bien articuler, veiller à l'intonation et, surtout, sourire, car le sourire « s'entend » au téléphone ;
- répondre avant la troisième sonnerie et être à l'écoute de son interlocuteur ;
- s'exprimer dans un registre de langage courant en utilisant les formulations adaptées.

Exemples. Ne pas dire : « Allô ! » mais : « Entreprise X, bonjour ! » De même, préférer : « Veuillez patienter » à « Ne quittez pas ». Enfin, ne pas dire : « C'est de la part ? » mais : « Qui dois-je annoncer ? »

4.2. Emission d'un appel

En plus des conseils ci-dessus, il faut :

- Prévoir au préalable sa documentation.
- Dans certains cas, prévoir un argumentaire qu'il faut tester, améliorer et respecter.
- Prévoir le nécessaire pour une prise de notes.

Utiliser la méthode CROC :

- **Contact:** Se présenter, nom de l'entreprise, demander l'interlocuteur désiré.
- **Raison:** Exposer l'objet de l'appel.
- **Objectif:** Développer ses idées pour arriver au résultat approprié.
- **Conclusion:** Récapituler, remercier et prendre congé.