



Communication *joyeuse*

Un voyage en communication joyeuse



De la communication, oui !

1. Stratégie globale
2. Cibles
3. Objectifs de communication
4. Contenu du message
5. Forme du message
6. Supports
7. Timing et bénéfice inattendu



Passion

Du bas latin *passio*.

État affectif, très vif, intense, persistant.

Plus qu'un emballement, un engouement.

Plus qu'une marotte, une toquade.

Au-delà de la curiosité.

Du plus profond de soi.

En passant par le cœur. ❤️

Implique le jusqu'au-boutisme et donc la persévérance.

Se fonde curieusement tant sur la douleur que sur le plaisir.

À rapprocher du *Why*, le drive essentiel à chaque être.

Du défi, de l'envie de gagner.

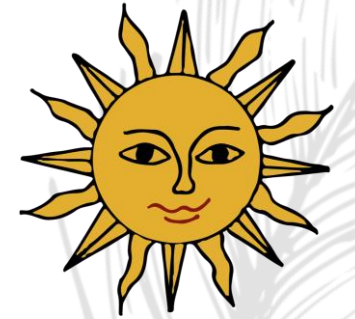
De Bernard Tapie : Il y a ceux qui voudraient, ceux qui veulent, ceux qui veulent vraiment.

À rapprocher du japonais *ikigai*. Double si l'on veut.

域外 (いきがい), *ikigai* : dans le sens du dehors d'une certaine « zone » ;

生き甲斐 (いきがい), *ikigai* : dans le sens des choses qui valent la peine d'être vécues ou celles de la joie et la joie de vivre.







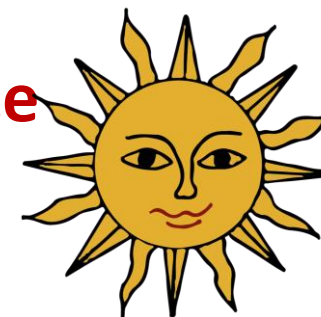
Communication
joyeuse

De la communication
De la séduction
Et des touches de joie !



Stratégie
Passion – Pour/quoi
Sourire - Accueil – Partage - Bienveillance

....





Varier les plaisirs !

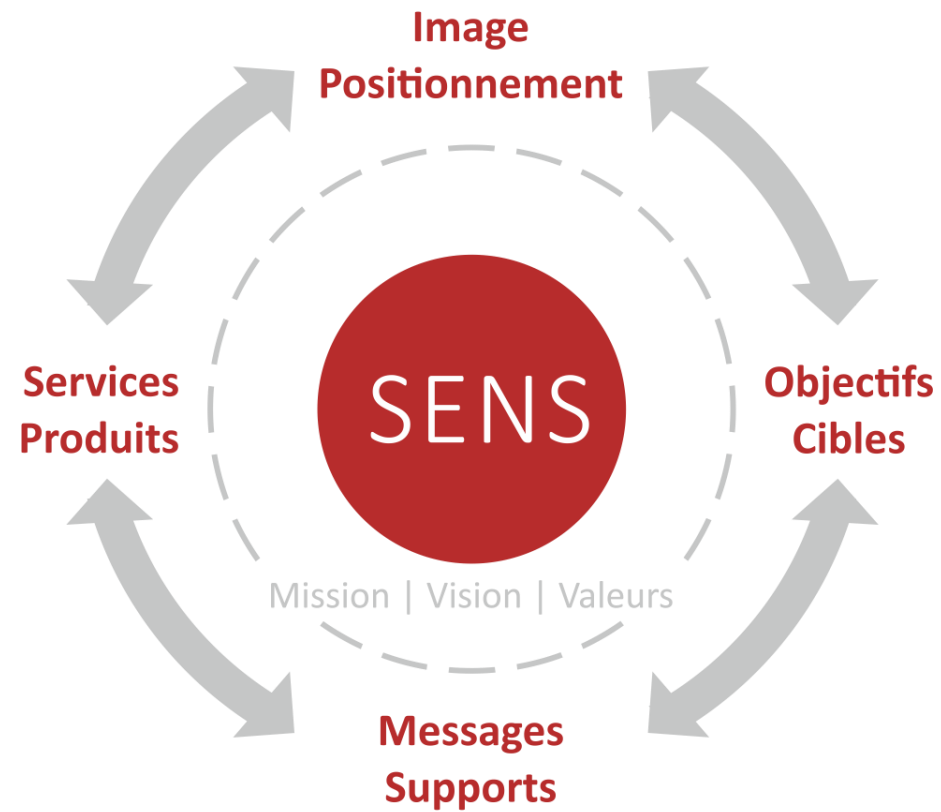
Contenus
Structures
Formes
Mots
...



1. Stratégie



Consultance



Cohérence | Rigueur | Empathie



La stratégie pour faire sens

Cohérence

Lien

Univers sémantique

...



3. Cibles



Des personnes différentes



4 profils de communication

[4 Profils]

Face au photographe : connaître son bon profil, son meilleur profil. S'en souvenir devant la caméra.

Face à soi : savoir duquel des 4 profils psychologiques on se rapproche le plus, conscient toutefois que rien n'est jamais figé, que chaque personne est unique et qu'aucune analyse psychologique ne cernerait jamais totalement la personne que vous êtes.

Reconnaître cependant que nous possédons sans doute une dose de chacun des 4 profils : gardien, stratège, visuel, influençable ; et que l'un d'entre eux guide les autres.

Comprendre pour soi comme pour l'autre comment aborder chacun de ces profils et adapter son argumentaire, ses niveaux de lecture.

1. Le gardien se contentera de 3 mots.
2. Le stratège exigera un rapport qualité/prix, un argumentaire.
3. Le visuel voudra le voir pour y croire. Montrez- lui ce que vous affirmez.
4. L'influençable écouterait le bouche-à-oreille, prêterait foi aux témoignages.





Convaincre l'esprit et toucher le coeur

Tenir compte de la diversité des intérêts
et des 4 profils de communication

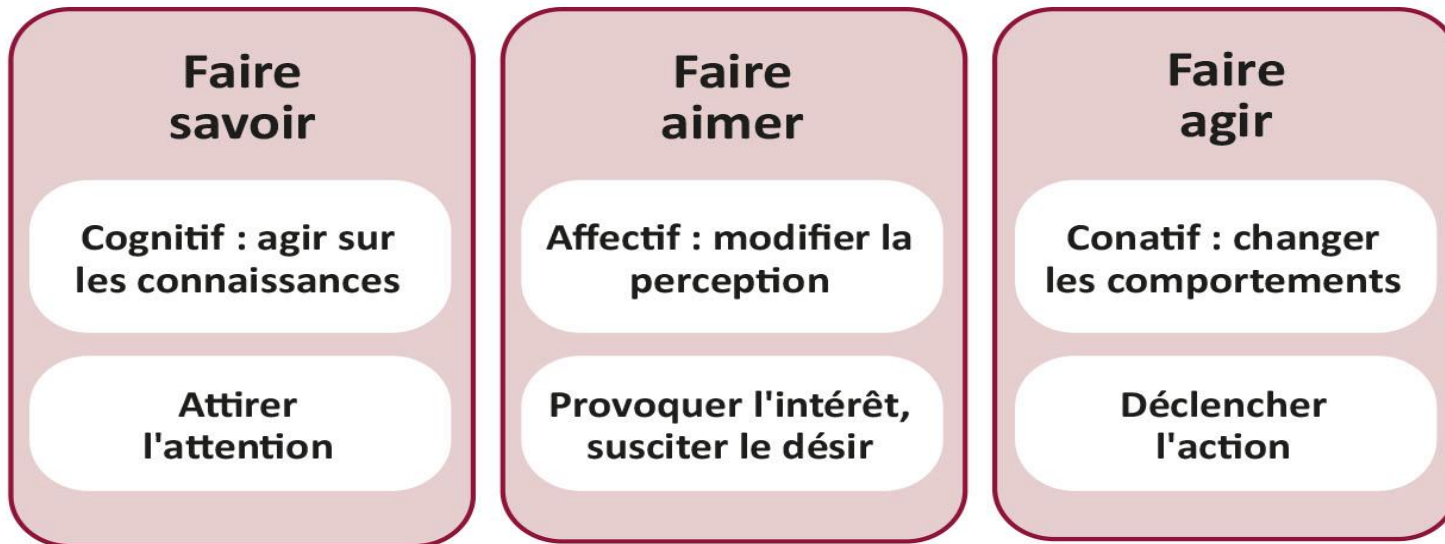


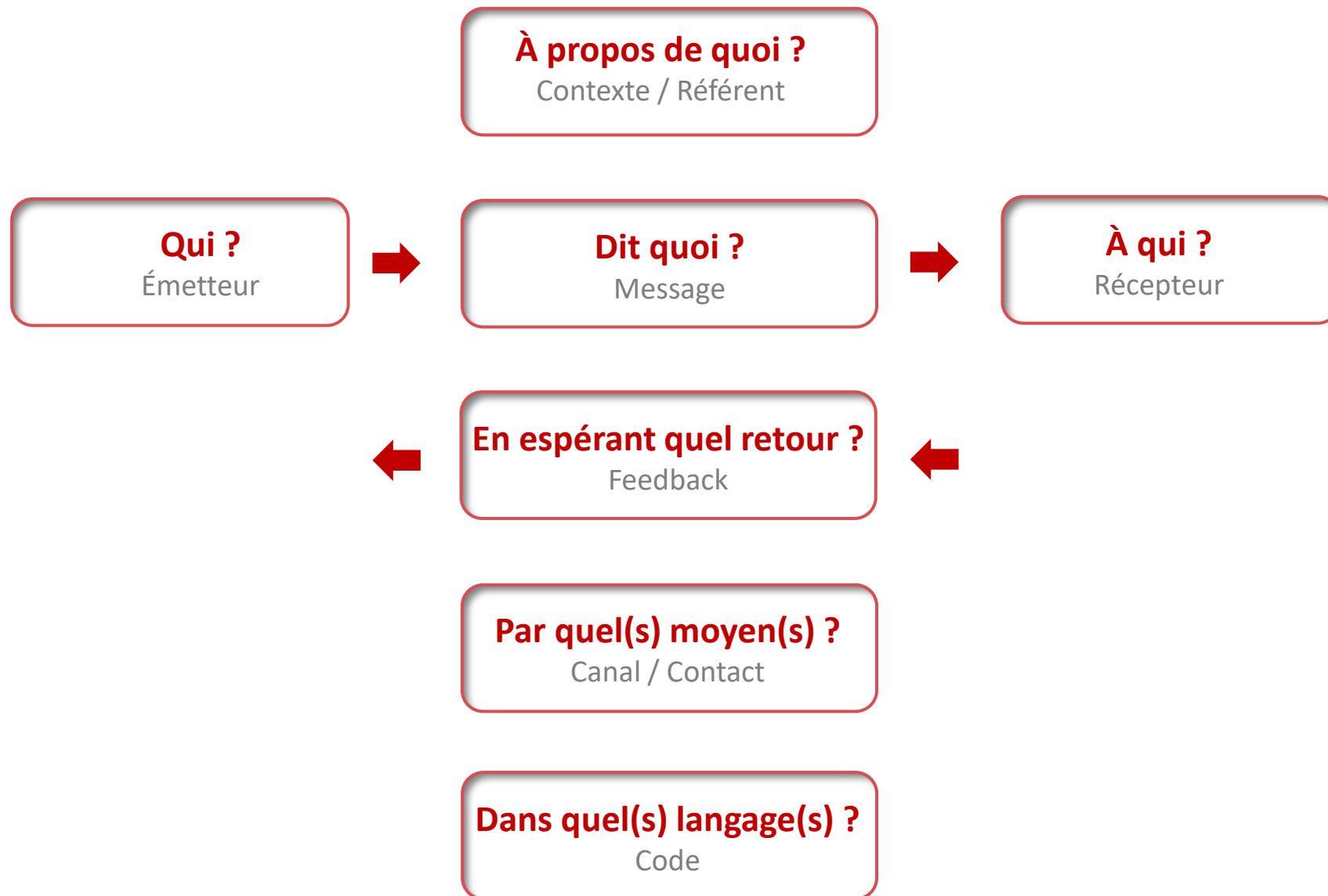
4. Objectifs de communication



3 objectifs de communication

Trois objectifs de communication







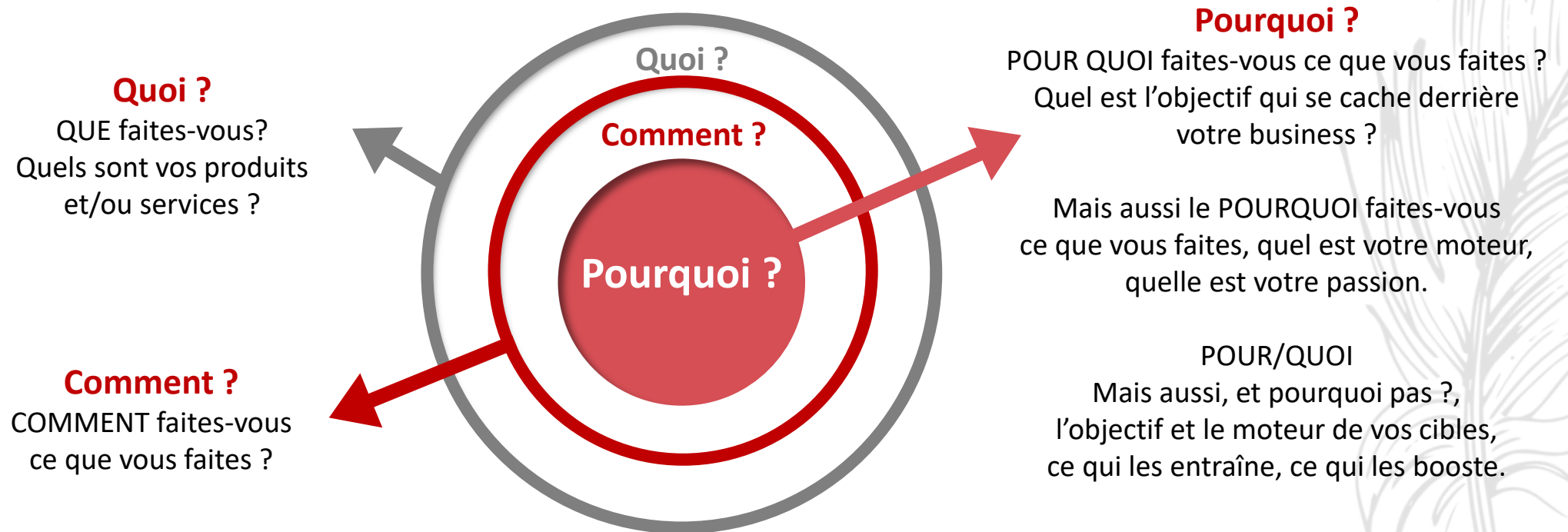
Différencier le contenu de la forme



5. Contenu du message



Pour/quoi, comment et quoi





Définir le « quoi » par le « pour/quoi »

Penser aux détails d'informations selon les
personnes et leurs intérêts divers

+

Tout en pensant aux 4 profils de communication



Communication
joyeuse

6. Forme du message





Les détails des « comment »

Éliminer les 'I'

Impératif (venez à) = ordre

Indéfini (on, voix passive) = personne

Impersonnel = Vous/3^e pers. ; nous = qui? : les ?/se revoir

Identique = répétitif

Incomplet = on a quelques informations, il nous en manque... ou « Nous aimerions manger les desserts que vous aurez apportés... » deux idées en une phrase, une supposition.





Les détails des « comment »

Les remplacer par ...

De l'indicatif et des signes de ponctuation : description et suggestion, dynamisation

Responsabilisation

Personnalisation

Variation des messages

Du complet

De la structure

ET DE LA JOIE !





Communication
joyeuse

Dynamiser
Responsabiliser
Personnaliser
Varier
Compléter
Structurer
Et rendre joyeux





Dynamiser

Voix active
Mots engageants
Pas de répétitions
Pas de participes
Forme positive
Une ponctuation utile
Des mots clés

Titre – chapeau – corps





Responsabiliser

Ce que vous dites vous engage

Pas de voix passive
Du je ou du nous

Attention aux pronoms

Une signature claire





Personnaliser

À qui parlez-vous, écrivez-vous ?

Cibles (intérêts) + Profils de communication (4)

Attention aux pronoms

Du sympa >< du corporate





Varier

Des questions? Des réponses
Envie de ? Pourquoi pas ?

De la description pour les détails
Un impératif pour un CTA, ou...





Compléter

Une phrase = une information
Pas de supposition

Des détails d'informations utiles aux différentes personnes

Une forme de message pour chacun des profils





Structurer

Titre + chapeau + corps
La base

Si texte long, imaginer pyramide inversée

Terminer par accroche finale ou CTA

Ordre logique : cause/conséquence
et ordre chronologique : avant/après





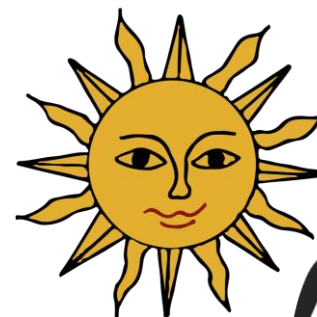
Rendre joyeux

Des mots sympa

Des émojis

Des mots magiques

Un bénéfice inattendu aussi !



Bonjour

S'il vous plaît

Merci

Au revoir



Communication
joyeuse



7. Supports





Tenir compte d'un support écrit et de ses codes

Site web
Réseaux sociaux

Brochures
Feuillet...

Ajouter la dimension visuelle (50/50 minimum, voir plus pour le visuel)
Attention à la police et au pitch de la police, aux couleurs de police...

Attention au type de site, à sa vitesse
Attention au type de papier

COHÉRENCE !





Tenir compte de la dimension orale

L'oral dans l'ensemble de la communication

Du je/nous, de l'expérience, des tripes, du cœur

Un message concis, des phrases courtes

Respirer

Accrocher en finale

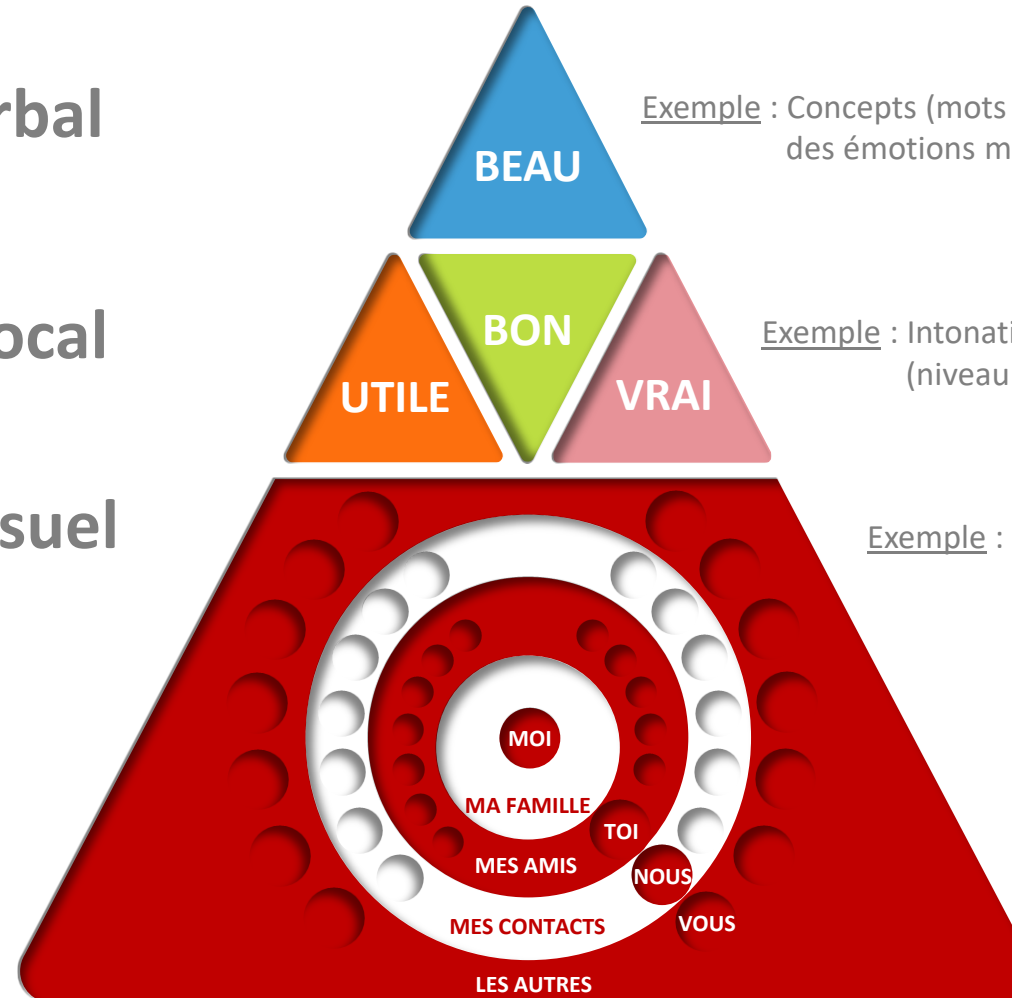
La posture



7% Verbal

38% Vocal

55% Visuel



Exemple : Concepts (mots ou verbes) pour formuler des émotions morales ou esthétiques

Exemple : Intonations perçues
(niveau sonore et rythme de la voix)

Exemple : Expressions du visage et langage corporel
(mouvements et posture)

7. Timing et bénéfice inattendu





Tupp !

Avant, pendant et après !





Bénéfice inattendu !

Accueil - Mots magiques
Créer la fête au sens large
Imaginer des relations inspirantes
Faciliter le networking
Donner la niaque
Encourager, mettre quelqu'un en avant, etc.

Voici



Merci

Bernadette Pâques

CompanyWriters.be

bpa@companywriters.be

Expert labellisé Chèques-entreprises Région wallonne



Piloter une entreprise, gérer une cinquantaine de collaborateurs installés aux 4 coins du monde, composer avec des clients d'univers incroyablement différents ou porter sa famille : même combat ! Celui d'une communication positive dans toutes les langues et sur tous les canaux.

Amusant, gai, léger, ce livre fait la part belle aux techniques éprouvées, aux mots magiques auxquels on ne pense plus, aux petits schémas qui valent parfois mieux que de longs discours, s'agissant de faire comprendre votre message à un interlocuteur X. Testez-le : vous nous en direz des nouvelles !

L'auteure



© Michaël Radi

Fondatrice de CompanyWriters, Bernadette PÂQUES est à la tête d'une équipe de communicateurs efficaces et audacieux, attentifs, professionnels et particulièrement joyeux, et au service des TPE, PME, groupes internationaux et administrations publiques.

Ref. : 531



isbn : 978-2-87496-457-2

CompanyWriters



EDI PRO

corporate copyright



EDI PRO

Bernadette Pâques

51 clés pour communiquer *positivement*



33 sésames, 5 mots magiques, 1 pense-bête
et plein d'autres formules bonnes, belles, utiles et vraies

Bernadette PÂQUES

Illustrations de Nathalie Hosay

EDI PRO

corporate copyright

