



Communication : relation client

Partie I : Informer avec objectivité

Licence Pro Réseaux et Cybersécurité

https://depinfo.u-cergy.fr/~tliu/lprc_gp_web_com.php

Objectif de communication

- Documents à produire
 - Transmettre des relevés de données ou de décisions, des procédures ou des instructions
 - Proposer des textes exprimés avec **objectivité**
 - En vue d'archivage ou de travaux ultérieurs
- Défi : informer net, sans créer de débat
 - Le propos incite le lecteur à comprendre ce qui est décrit et à enregistrer l'information, *sans se poser trop de questions.*
 - Focalisez votre attention sur le ton « **scientifique** »

Méthode en plusieurs étapes 1/3

- Etape 1 : Résumez le dossier en mémo
 - *Ex. L'entreprise HL propose trois canaux de transports.*
- Etape 2 : Etudiez la situation de communication
 - Quelles informations intéresseraient le lecteur ?
- Etape 3 : Formulez la massive sur un ton objectif
 - *Ex. Comment transporter vos marchandises ?*
 - *Par ordre de rapidité, les trois canaux de transport que l'entreprise HL propose : naval, rail et aérien*

Méthode en plusieurs étapes 2/3

- Etape 4 : personnalisez d'avantage
 - En fonction du profil du lecteur
 - Ex. « **Provocateur** » apprécie un trait d'esprit
FYI : L'escalier vous tend ses marches. Retour d'ascenseur le 1^{er} juin 2020.
 - Ex. « **Indécis** » apprécie la volonté d'harmonie
FYI : Pour nous protéger tous du virus, l'ascenseur sera inutilisable jusqu'au 1^{er} juin 2020.
 - Ex. « **Prédicateur** » a besoin de nombreux détails indiscutables
FYI : Par souci d'hygiène et de lutte contre le virus, l'ascenseur ne fonctionnera pas du 13 mars 2020 à 8h au 31 mai 2020, 8h.
 - Ex. « **Ordinateur** » préfère un contenu bref et opérationnel : faits, objectif, délai.
FYI : L'ascenseur sera remis en fonction le 1^{er} juin 2020.

Méthode en plusieurs étapes 3/3

- Etape 5 : choisissez votre plan
 - Annoncez d'abord l'idée principale
 - Développez-la avec les idées secondaires
 - Classez les idées par importance, urgence ou chronologie
- Etape 6 : retravaillez le ton
 - Pour obtenir un texte concis et objectif
 - Le lecteur doit entendre des constats, sans avis ni émotion

Ex. A Strasbourg, tout le corps médical se mobilise jour et nuit depuis un mois.

Conseils pratiques

- Utilisez les phrases concises de constats, des informations **chiffrées**. Excluez les messages d'opinions.
- Pour ne pas créer de débat, évitez les démonstrations et les analyses de **causes**.
- Avant de tirer des conclusions, **croisez** les données pour en vérifier la fiabilité.
- Collectez des données **objectives**, vérifiables et vérifiées.
- Ne vous faites pas facteur de messages que vous estimez **nuisibles** ou **malhonnêtes**.

Techniques pour informer

- Comment ne pas assommer le destinataire ?
 - Ex. On mémorise mieux les caractères noirs posés sur un fond blanc que brun...
 - Le lecteur mémorisera plus facilement une information inscrite sur un **contrechamp**.
 - Pour rehausser l'information principale, ajoutez un préambule → l'effet de contraste
- Objectif : aider le lecteur à tenir compte du message à la première lecture

Différentes étapes (ou mélangées) 1/3

- Etape 1 : Ouvrez le paragraphe par une question pour casser la monotonie
 - Amorcer les développements par une question
 - Y répondre en une phrase résumant l'idée principale avant de donner des exemples.
 - *Ex. Comment se portent les ventes du produit A ?*
- Etape 2 : Ajoutez un ancrage historique
 - Repère daté → mettre en perspective l'information
 - *Ex. Cette année, le produit A atteint enfin 12% du CA.*
 - *Ex. Depuis 2017, le produit A domine toujours le marché.*

Différentes étapes (ou mélangées) 2/3

- Etape 3 : Ajoutez un ancrage sémantique
 - Employez des verbes avec un présupposé comme :
 - Un essai préalable : abandonner, renoncer à, réussir...
 - Une action préexistante : continuer à, persister, atteindre...
 - Un relevé antérieur : plafonner et stagner
- Etape 4: Amplifiez le fait par un préambule
 - **Dépassant** les ventes de B et C, le produit A domine...
 - **En raison de** sa qualité, le produit A...
 - **Grâce aux** investissements dans la qualité, le produit A...
 - **Sans que l'on** ne se l'explique encore, le produit A...

Différentes étapes (ou mélangées) 2/3

- Etape 5 : Montrez un « paradoxe »
 - De nombreuses amorces ajoutent un contrechamp qui contraste avec l'idée principale
 - *Ex. En dépit des défauts de qualité / Malgré un contexte / Alors que ce produit...*
 - *Ex. A revers de nos prévisions... le produit B n'a rien donné, pourtant le produit A, lui, a...*
- Etape 6 : Adoptez un ton enjoué
 - *Ex. Ci-joint le calendrier des RTT.*
 - *Amélioration : A nos agendas, le nouveau calendrier des RTT est arrivé !*

Conseils pratiques

- Choisissez un préambule qui fait référence à ce qui s'est passé, pour renforcer l'ancrage de l'information.
- Pour que votre lecteur prenne note sans discuter, rédigez un texte factuel avec un constat objectif.
- Le ton du texte indique au lecteur ce que vous pensez de l'information transmise : nouvelle neutre, alarmante ou agréable.
- Attention à la langue de bois.