

LE TEMPS

Vendredi 10 juin 2011 | N° 4022

Les livres du mois

Les bienfaits d'une communication de qualité

Michel Bloch*

S'il était facile de communiquer, cela se saurait! Une chose semble certaine: les entreprises qui ont compris l'art de la communication ont davantage tendance à surfer sur la vague du succès, et ceux qui savent manier la communication non violente disposent de formidables atouts. Enfin, la communication a ses limites que l'éthique n'autorise pas à franchir.

Ces entreprises où il fait bon travailler

Michael Burchell et Jennifer Robin
Editions Pearson, 2011, 262 pages

Lorsque les auteurs de cet ouvrage leur demandent pourquoi il fait si bon travailler dans leur entreprise, les salariés évoquent spontanément ce qu'ils dénomment «les deux aspects principaux de la communication». D'abord, ils parlent de la communication informative, celle par laquelle les dirigeants leur fournissent les informations nécessaires pour faire leur travail. Puis ils abordent le sujet de la communication dite accessible, liée juste-

ment à l'accessibilité des dirigeants pour M. ou Mme Tout-le-monde. Dans ces entreprises, l'information circule pour ainsi dire naturellement. Mieux que cela, la communication est facile, les relations sont basées sur le respect que l'on témoigne à chaque collaboratrice et collaborateur d'une part, ainsi qu'à chaque prospect ou client d'autre part.

La crédibilité de l'encadrement, l'équité dans le traitement de chacun, le respect des salariés, la fierté retirée du travail bien fait et la convivialité constituent les cinq «dimensions» ou points positifs qui permettent d'évaluer le «bonheur» des salariés. Les entreprises qui savent communiquer avec leurs partenaires sont en tête du palmarès de celles qui réussissent. Elles savent attirer et retenir les talents, ce qui les entraîne et les maintient dans la spirale du succès.

La Communication non-violente

Andreas Basu et Liane Faust
Editions Les Miniguides Ecolibris,
2011, 158 pages

Les conflits font partie de la vie professionnelle. Comment gérer

nos émotions et parler sans agressivité? Le lecteur découvrira au fil des pages quels mots choisir pour arriver à ses fins sans animosité. Car la violence du vocabulaire utilisé tue la relation.

Comment communiquer de façon sincère et constructive? Pensez-vous que de dire à Sylvie – qui ne vous a pas fourni le travail que vous attendiez – ses quatre vérités, du style «Cela fait la deuxième fois que vous ne me fournissez pas les informations en temps et en heure, c'est inadmissible», va faciliter les choses?

Évitez de juger, donnez des faits, expliquez-lui que vous aviez compris qu'elle allait vous fournir ces éléments chiffrés et regardez avec elle ce qui s'est passé. Peut-être ceux-ci n'étaient-ils pas disponibles? Comment demander (et obtenir) plutôt qu'exiger? Cela vous permettra d'établir des relations «gagnant – gagnant».

Le chapitre intitulé «Écouter avec davantage d'empathie» permet, en se mettant à la place de notre interlocuteur, de mieux comprendre son point de vue, donc de chercher et de proposer des solutions répondant effectivement à ses attentes. Peut-être, en

adoptant une attitude empathique, le chef découvrira-t-il que Sylvie (pour reprendre l'exemple cité plus haut) ne sait pas comment établir le tableau avec les statistiques ou n'a pas vraiment compris ce que lui demande son manager.

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir pour transmettre sans violence verbale les messages que vous souhaitez faire passer, agir en accord avec les valeurs qui sont les vôtres et ne plus manifester d'hostilité, figure dans ce petit livre. Un ouvrage pour vous aider à développer une intelligence de la relation qui rend la vie... tellement plus agréable.

Mobbing

Gabriella Wennubst
Groupe Eyrolles,
Editions d'Organisation, 2011, 220 pages

Entre 3,5 et 7,5% des salariés (tous pays confondus) sont un jour ou l'autre victimes de mobbing au cours de leur vie professionnelle.

Le mobbing constitue une manifestation dégradante et déviant d'une communication

ayant totalement échoué. Il désigne la répétition d'actes hostiles par un ou des auteurs tendant à isoler, marginaliser, éloigner ou exclure la victime d'un cercle de relations données.

Cette stratégie se caractérise par l'adoption par le ou les mobbeurs d'une communication non conforme à l'éthique. Cette forme de harcèlement psychologique n'est plus un tabou et l'ouvrage de Gabriella Wennubst, qui apporte les réponses à toutes les questions que soulève ce type de comportement, vient nous rappeler les limites et les objectifs éthiques et moraux de la communication. Celle-ci doit permettre à nos entreprises et organisations d'atteindre des objectifs stratégiques, mais chacun d'entre nous doit savoir jusqu'où aller. Le capital humain est composé de femmes et d'hommes qui méritent le respect et rien ne peut jamais justifier le fait de se laisser entraîner vers un comportement destructeur comme le mobbing.

* Directeur Marketing
Polygone Consultants,
mb@polyg.com