

Chapitre 06

Compétences, obstacles et conditions de réussite de la communication

La communication efficace ne dépend pas seulement de la transmission d'un message : cela suppose un ensemble de compétences que l'on acquiert, développe et affine tout au long de la vie personnelle et professionnelle.

Cependant, même les communicants les mieux formés se heurtent à des **obstacles** qui perturbent, déforment ou bloquent les échanges. Ce chapitre identifie les **compétences communicationnelles fondamentales**, analyse les obstacles qui entravent le processus et présente les facteurs qui en garantissent le succès.

I. Les compétences communicationnelles

Qu'est-ce qu'une compétence communicationnelle ? La compétence conversationnelle est la capacité à s'engager dans un échange oral de manière *fluide, structurée* et *respectueuse*, en alternant prise de parole, silence et reformulation selon les signaux envoyés par l'interlocuteur.

🔊 Compétence conversationnelle — Écoute active

- ▶ **Être présent et attentif** : L'écoute active exige de mettre de côté toute distraction pour se concentrer pleinement sur les mots, le ton et le non-verbal de son interlocuteur.
- ▶ **Reformuler et vérifier** : Répéter en ses propres mots ce que l'on a compris permet de confirmer la réception fidèle du message et d'éviter les malentendus.
- ▶ **Poser des questions ouvertes** : Inviter l'interlocuteur à développer sa pensée par des questions commençant par « comment », « pourquoi » ou « qu'est-ce que » approfondit la compréhension mutuelle.
- ▶ **Accueillir sans juger** : Suspendre tout jugement sur les propos tenus crée un climat de confiance qui favorise l'expression sincère de l'interlocuteur.

✍️ Compétence rédactionnelle — Lecture et écriture

- ▶ **Lire et comprendre** : Capacité à déchiffrer et interpréter tout type de texte, quelle que soit sa nature ou sa complexité.
- ▶ **Rédiger avec clarté** : Produire des messages clairs, structurés et adaptés à leur destinataire et au contexte communicationnel.
- ▶ **Maîtriser la langue** : Utiliser un vocabulaire précis et une syntaxe correcte pour garantir la fidélité et l'impact du message écrit.
- ▶ **Adapter le registre** : Choisir le style (formel, professionnel, synthétique) selon le public cible et les objectifs visés.

Compétence de persuasion — Convaincre et influencer

- ▶ **Logos — argument logique** : S'appuyer sur des données, des faits et des raisonnements rigoureux pour construire une argumentation convaincante.
- ▶ **Pathos — preuve émotionnelle** : Toucher les émotions et les valeurs de l'interlocuteur pour créer une adhésion et renforcer l'impact du message.
- ▶ **Ethos — crédibilité** : Asseoir sa légitimité et sa crédibilité personnelle pour que le récepteur soit naturellement enclin à faire confiance à l'émetteur.

II. Les facteurs de réussite du processus communicationnel

Les facteurs de réussite sont les *conditions* et les *qualités* qui, lorsqu'elles sont réunies, garantissent l'**efficacité**, la **fidélité** et l'**impact positif** d'un échange communicationnel.

a. Facteurs liés à l'émetteur

La réussite dépend de la capacité de l'émetteur à formuler un message clair et adapté au public. Il doit choisir le bon registre, le bon vocabulaire et anticiper les besoins de compréhension de son interlocuteur.

b. Facteurs liés au récepteur

La communication est facilitée lorsque le récepteur est attentif, ouvert et prêt à comprendre le message. Sa disponibilité mentale et son niveau de réceptivité conditionnent fortement la qualité de l'échange.

c. Facteurs liés au message

Un message simple, précis et bien structuré favorise une meilleure compréhension. L'organisation logique des idées, la cohérence et la concision sont des atouts essentiels.

d. Facteurs liés au canal

Le choix d'un canal de communication approprié permet une transmission plus efficace de l'information. Il doit être sélectionné en fonction de la nature du message, du public et du contexte.

e. Facteurs généraux

Un environnement favorable, sans perturbations, avec une bonne interaction entre les participants, améliore sensiblement la qualité de la communication.

III. Les principaux métiers de la communication organisationnelle

La communication organisationnelle recouvre un large spectre de métiers, allant de la stratégie à l'opérationnel. En voici les principales fonctions :

Métier	Mission principale
Directeur de la communication	Pilote la stratégie globale de communication de l'organisation (interne et externe).
Attaché de presse	Gère les relations avec les journalistes et diffuse les informations institutionnelles.
Chargé de communication externe	Met en œuvre les actions de communication vers les publics extérieurs (clients, partenaires).
Responsable de communication externe	Supervise les équipes et valide les stratégies de communication tournées vers l'extérieur.
Chargé de communication interne	Anime la communication au sein de l'organisation et renforce la cohésion des équipes.
Responsable de communication interne	Coordonne et supervise l'ensemble des dispositifs de communication interne.
Conseiller en stratégie	Accompagne la direction dans la définition et la mise en œuvre des axes de communication.

a. Qualités personnelles et compétences techniques d'un intervenant en communication

Pour exercer efficacement dans ce domaine, un professionnel de la communication doit combiner des qualités humaines solides et des compétences techniques maîtrisées :

✦ Qualités personnelles	⚙️ Compétences techniques
• Sens de l'écoute et de l'analyse	• Gestion d'un budget et de ressources
• Disponibilité et réactivité	• Maîtrise des logiciels d'édition
• Curiosité et créativité	• Maîtrise des outils bureautiques et internet
• Ouverture d'esprit	• Capacités de management et de gestion
• Capacité d'organisation	• Excellente maîtrise du français (oral et écrit)
• Capacité d'innovation	• Bonne pratique de l'anglais professionnel
• Diplomatie et dynamisme	• Bonne culture générale et vision économique
• Souplesse et enthousiasme	• Bonne gestion du stress
• Aisance relationnelle	• Connaissance des réseaux sociaux et du digital
• Charisme et adaptabilité	• Veille stratégique et médiatique
• Rigueur et sens de l'organisation	

Conclusion

En définitive, la maîtrise des compétences communicationnelles, rédactionnelle et persuasive constitue un levier décisif pour tout professionnel aspirant à des échanges efficaces, qu'il s'agisse d'informer, de convaincre ou de coordonner au sein d'une organisation.

Conjuguées à la connaissance des facteurs de réussite et à la maîtrise des différents métiers de la communication, ces compétences forment le socle indispensable sur lequel repose toute stratégie communicationnelle durable et performante.

Références bibliographiques

- [1] MUCCHIELLI, Alex. (2004). Les Sciences de l'information et de la communication. Paris : Hachette Supérieur.
- [2] WINKIN, Yves. (1981). La Nouvelle Communication. Paris : Éditions du Seuil. (Collection « Points »).
- [3] WESTPHALEN, Marie-Hélène. (2004). Communicator : le guide de la communication d'entreprise. 4e éd. Paris : Dunod.