

VII Communication interpersonnelle

La maîtrise de la communication est le socle de toute relation commerciale réussie. Ce chapitre prépare à la compétence **C2 – Négocier et accompagner la relation client**, évaluée lors de l'épreuve E4 (coef. 5).

1. Les dimensions de la communication

1.1. Trois registres indissociables

- **Communication verbale** : choix des mots, structure du discours, vocabulaire adapté.
- **Communication non verbale** : gestuelle, expressions du visage, regard, posture, tenue.
- **Communication para-verbale** : ton, débit, volume, silences, intonation.

Ces trois registres doivent être en **congruence** : un discours convaincant perd son impact si la posture ou l'intonation le contredisent.

1.2. Un principe fondamental

« Tout communique » – un silence, une absence de réponse, une posture transmettent un message. Il est impossible de « ne pas communiquer ».

1.3. Les canaux du commercial

Face-à-face, téléphone, e-mail, réseaux sociaux, *chat*, visioconférence – chaque canal a ses codes. La communication digitale impose réactivité et logique de conversation.

2. Développer ses compétences relationnelles

2.1. Les compétences clés

- **Empathie** : se mettre à la place de l'interlocuteur.
- **Écoute active** : attention totale portée au discours de l'autre.
- **Reformulation** : reprendre les propos avec ses propres mots pour vérifier la compréhension.
- **Assertivité** : exprimer ses idées avec fermeté tout en respectant l'autre.

2.2. Le marketing de soi

Valoriser son image professionnelle (CV, profil *LinkedIn*, pitch) grâce à un autodiagnostic honnête de ses forces et faiblesses.

3. Adopter un comportement professionnel

3.1. Statut, rôle et rapport de place

- **Statut** : position dans l'organisation.
- **Rôle** : comportements attendus liés au statut.
- **Rapport de place** : dynamique relationnelle (position haute, basse ou équilibrée).

3.2. Les enjeux de la communication

- **Opératoires** : obtenir un résultat (RDV, commande).
- **Symboliques** : affirmer son expertise.
- **Identitaires** : préserver l'image de soi et la face de l'interlocuteur.

3.3. Les biais à déjouer

Distorsions, généralisations et omissions parasitent la communication. La stratégie relationnelle intégrative – recherche d'un accord mutuellement satisfaisant – permet de les surmonter.

À retenir

- La communication repose sur trois registres : **verbal, non verbal, para-verbal**
- Ces registres doivent être en **congruence** pour être crédibles
- Les 4 compétences relationnelles clés : **empathie, écoute active, reformulation, assertivité**
- Le **rapport de place** doit être satisfaisant pour les deux parties
- Trois types d'enjeux coexistent : **opératoires, symboliques, identitaires**
- Attention aux biais : **distorsions, généralisations, omissions**
- Le « **marketing de soi** » valorise l'image professionnelle du commercial