

## Parler positif pour gagner en énergie

### Wel'Com-Hom News



Communication & Management  
Hommes & Méthodes

Développez votre agilité en  
management et en techniques de vente

[www.com-hom.com](http://www.com-hom.com)

### Fais pas ci, fais pas ça...



Fais pas ci, fais pas ça  
Viens ici, mets toi là  
Attention prends pas froid  
Ou sinon gare à toi...

Cette chanson de Dutronc est représentative de l'éducation que nous recevons, éducation que nous portons ensuite dans notre façon de nous exprimer. Nous délivrons donc de nombreux messages en énergie négative alors que dans bien des cas nous pourrions exprimer nos requêtes positivement.

Soyons clair. Cet article a pour but (j'ai bien failli écrire « n'est pas un plaidoyer contre les règles qui sont nécessaires »...) de vous mettre en questionnement sur les messages journaliers que vous pourriez reformuler en positif. Car le positif facilite la mise en action et rend plus aisé l'association au sens, au pourquoi de la demande.

Prenons un exemple concret que beaucoup d'entre nous vivent ou ont vécu. Vous avez un adolescent qui traîne le soir en longueur sur ses jeux vidéos. Vous passez devant sa chambre et vous avez trois options de message :

Message 1 : message négatif : ne te couche pas trop tard !

Message 2 : message positif : couche-toi tôt !

Message 3 : message positif porteur de sens : couche-toi avant 23H00 parce que ton corps a besoin de 8 heures de sommeil

Ce simple exemple se répète tous les jours :

Message 1 : je ne peux pas le faire pour le 20 septembre

Message 2 : je peux le faire pour le 23 septembre

Message 3 : je peux le faire pour le 23 septembre car j'ai besoin de recueillir les données auprès de Jacques que je rencontre le 20.

Message 1 : cette référence produit n'est plus disponible

Message 2 : cette référence produit a été remplacée par celle-ci

Message 3 : cette référence produit a été remplacée par celle-ci qui apporte une résistance accrue de 15%

Amenez du positif, vous verrez comme votre relation aux autres s'en trouvera transformée.

Ce positif ne va pas à l'encontre de vos besoins puisque vous allez pouvoir exprimer ce que vous pouvez faire au lieu de ce que vous ne pouvez pas faire.

Alors peut-on tout exprimer en positif ?

Le point qui nous a posé problème dans notre réflexion concerne les règles de sécurité. Elles demandent en effet une visualisation et une compréhension immédiate du message.

Le panneau STOP est un panneau positif. Il demande de manière claire l'arrêt. Il doit être concis pour une lecture rapide et lisible pour action immédiate. Si ce n'était pas le cas, il pourrait être reformulé en



Prenons alors un panneau d'interdiction



qui pourrait devenir

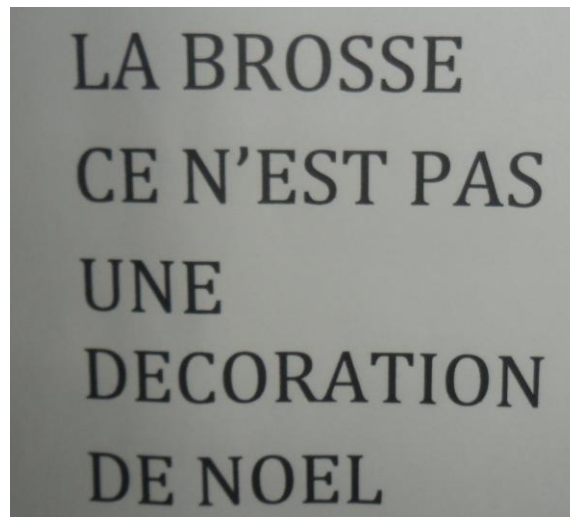


Je vous laisse continuer la panoplie de la circulation, sachant que le plus dur reste les interdictions de stationner.

J'ai également joué avec mes enfants pour travailler sur des messages d'interdiction du style « ne mets pas tes mains dans la prise ». Tous les interdits excitant la curiosité des plus jeunes, nous avons essayé de trouver d'autres formulations. Ils m'ont proposé « Garde tes mains loin de la prise pour rester en vie ». J'ai trouvé la formulation bonne mais je butte sur l'exemplarité : pourquoi ne peuvent-ils pas faire ce que les adultes font. A vos propositions ...

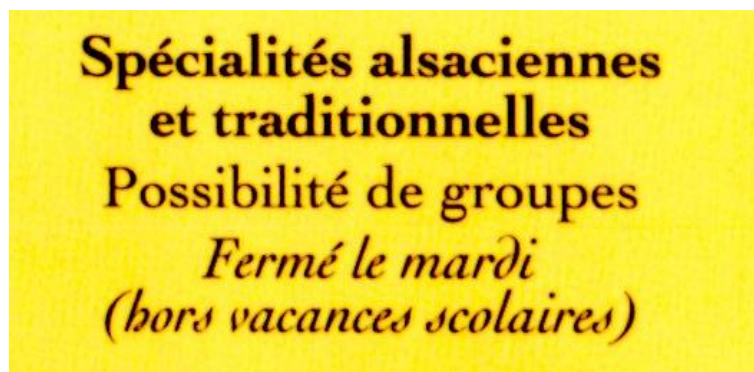
Je vous propose trois exemples collectés cet été :

Dans des sanitaires



- ⇒ La brosse est un outil de propreté. Merci de l'utiliser pour respecter le travail du personnel d'entretien.

Sur la carte de visite d'un restaurant Alsacien : nous étions mardi et j'ai bien failli ne pas prendre mon téléphone avant que m'on épouse m'ai précisé que nous étions en vacances scolaires



- ⇒ Ouvert tous les jours pendant les vacances scolaires. Fermé le mardi en dehors de ces périodes.

Quant à cet hôtel, situé sur les rives d'un lac, souligne sur son site web, au sens propre et au sens figuré, que l'hôtel n'est pas situé côté lac alors qu'il est situé sur les rives du lac ! Son restaurant donne même sur les berges et vous pouvez déguster ses bons petits plats, confortablement installé sur la terrasse au bord même de l'eau.

Une lecture rapide peut amener le prospect à penser que l'hôtel lui-même n'est pas situé à côté du lac !

Vous apprécierez le confort et l'accueil chaleureux  
de notre hôtel restaurant.

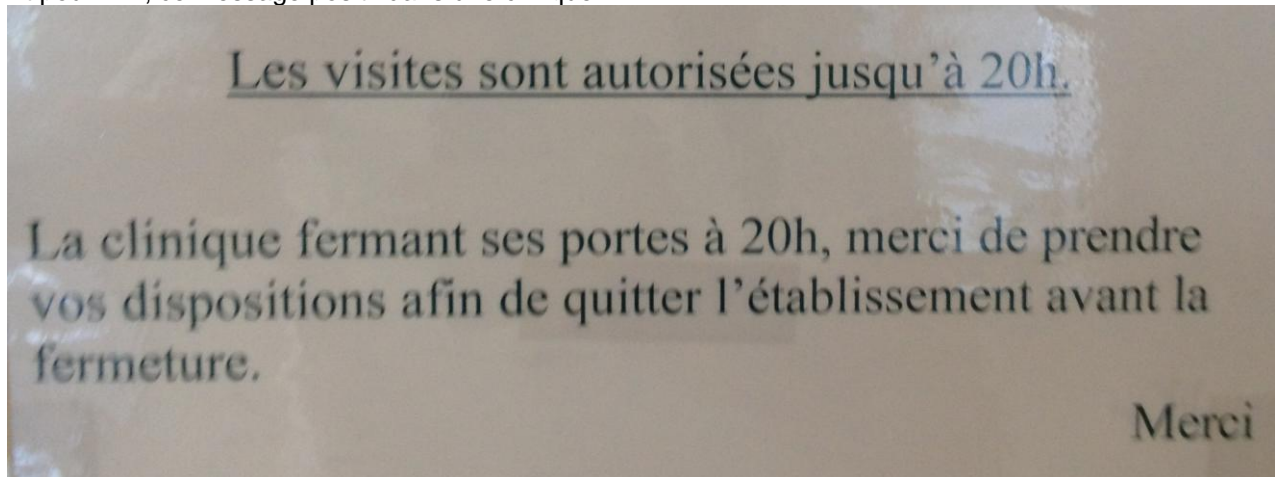
**" L'hôtel n'est pas situé coté lac "**

- ⇒ Le restaurant vous offre une vue imprenable sur le lac, les chambres donnent sur un jardin calme.

La SNCF a presque réussi un carton plein et obtient un 6/7



Et pour finir, ce message positif dans une clinique :



Vous pouvez continuer le jeu de votre côté. Plus sérieusement quels sont les messages ou attentes que vous pourriez aujourd'hui dans l'entreprise formuler à la manière du message 3 : positif et porteur de sens. Essayez de reformuler vos messages auprès de vos collaborateurs, hiérarchiques, clients, fournisseurs. **Faites nous part de vos reformulations pour publication.**

Vos gains : **une vraie économie d'énergie** dans la mise en action qui s'en suit et des relations à l'image de votre communication ☺.

Nous vous invitons également à associer du visuel à votre communication pour développer l'ancrage mémoriel et nous vous orientons sur l'article de ce magazine sur [la communication efficace](#).

A propos de l'auteur :



Marc VILCOT  
[Com-Hom](#)

**Marc VILCOT** : J'ai créé Com-Hom en 2007 après 17 années enrichissantes de vente et management terrain dans l'industrie.

Ingénieur électrotechnique (INPG 1989), j'ai commencé ma carrière à concevoir des machines électriques. Mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite amené vers des activités commerciales et marketing. En tant que directeur commercial de Cedrat (1997-2007), j'ai animé une équipe de 14 personnes et un réseau de 20 distributeurs. Administrateur de la société et de sa filiale américaine, j'ai pratiqué les aspects stratégiques et opérationnels.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

**Copyright**

Les textes sont la propriété de [Com-Hom](#)