

Evolution sociétale

Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable et responsable.

www.com-hom.com

Pourquoi la capacité à connecter rapidement est devenue primordiale

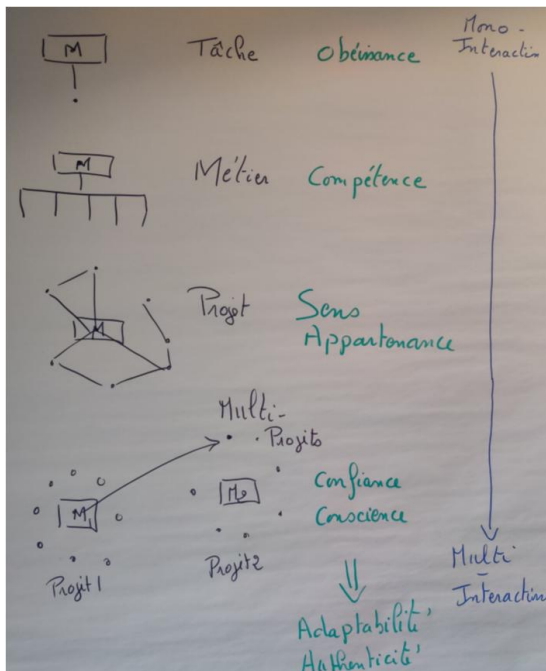


Nous sommes passés en 70 ans :

- d'une société « monotâche – hiérarchique » à une société « multitâches – en réseau »
- d'une obéissance à une compétence puis à un respect du sens
- d'un contact direct au jour le jour à des équipes distribuées dans le monde

Dans ce contexte, comment sont impactés nos besoins de connexion ?

L'interaction dématérialisée est-elle possible ?



Le management il y a 70 ans était à la tâche. L'homme agit par obéissance car la structure lui offre la sécurité de l'emploi. Le nombre de relations, d'interactions, est réduit.

Puis le manager encadre un métier. Il est reconnu par son équipe par sa compétence dans ce métier.

Le mode projet devient légion. Le manager est un facilitateur des interactions dont une bonne partie lui échappe. L'appartenance à l'équipe se fait sur le sens de l'objectif collectif.

Le monde devient cellulaire. Le manager d'une cellule devient un co-équipier d'une autre cellule. L'agilité est un mot « tendance ». L'adhésion aux équipes se fait par la confiance et par la conscience dans l'action (la capacité à accorder un comportement collectif correspondant à l'action du groupe).

Adaptabilité et Authenticité sont devenus des soft-skills pour pouvoir rapidement se « plugger », se connecter les uns aux autres.

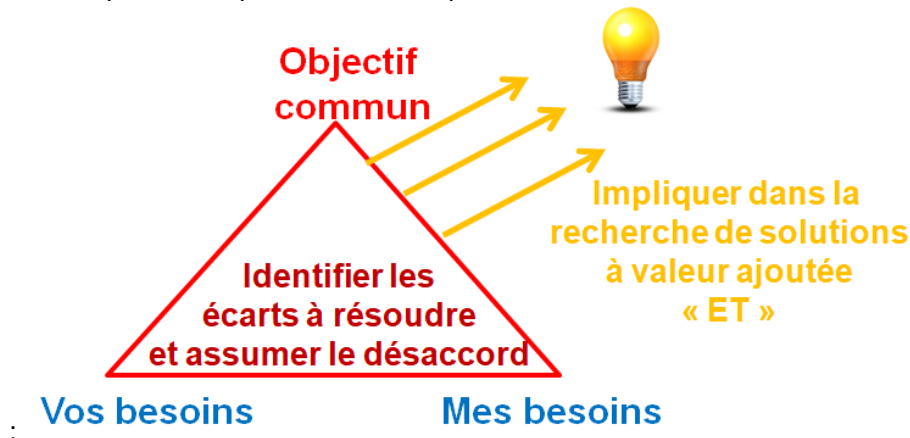
Et pourtant, les conditions pour établir ces relations authentiques sont de plus en plus complexes :

- Surcharge d'informations
- Echanges dépersonnalisés par email, pauvres en authenticité :
« T'en es où du projet ? »... « C'est en cours... »
- Equipes distribuées géographiquement
- Indicateurs de performance séparant les différents métiers
- ...

Ces conditions rendent difficiles les communications au sein du collectif. Nous proposons des clés pour ouvrir les connexions entre les personnes :

- Proposer des moments dédiés à l'échange
- Développer l'expression authentique des besoins de chaque personne, de chaque métier
- Faire preuve de persévérance à trouver des solutions à valeur ajoutée pour l'entreprise et répondant aux mieux aux besoins de chacun

Ce qui s'appelle la coopération et peut être résumé par le schéma suivant :



L'interaction directe est essentielle à cette coopération. Cette interaction permet de capter les réactions des différentes parties prenantes, et derrière ces réactions, de mettre à jour les besoins essentiels pour la réalisation du projet collectif.

Pierre-Jean Lancelin, de [Acolance](#), challenge cette idée et nous propose des axes de progrès pour une « authenticité dématérialisée ».

Dans notre monde digitalisé, il est évident que **l'interaction directe**, au sens « échange en face à face physique » est un **moment privilégié** de communication, de partage et de création de liens.

Ce mode direct est préconisé pour des échanges complexes comme la gestion de conflit, des situations difficiles ou un besoin de création de dynamique d'équipe.

Toutefois, le digital nous offre un **potentiel de communication** considérable. Il nous permet de **communiquer à tout moment et en tout lieu**. Il est entré dans nos pratiques quotidiennes.

Le manager doit encore plus communiquer, le digital faisant aujourd'hui partie de ses moyens de communication.

Les premières expériences de communication digitale nous ont montré les défauts et les dérives : trop de communication, mauvaise communication, perte de relation humaine, ...

Il est donc important d'**apprendre à « bien communiquer » avec le digital**, en tenant compte des points suivants :

- Efficacité de communication : gérer le temps de communication et la quantité
- Qualité de la communication : rendre le message le plus clair possible pour une meilleure compréhension
- Ecoute de ses collaborateurs : connaître les spécificités de la communication digitale pour développer la confiance et l'autonomie.

Le digital nécessite d'appréhender de nouvelles techniques de communication.

Nos pratiques de communication digitale évoluent régulièrement.

Gagner en efficacité

La communication digitale tend vers l'utilisation de **texte plus court**

- On va à l'essentiel, cela permet d'être efficace aussi bien lors de la rédaction que lors de la lecture,
- De plus en plus de personnes ne lisent plus un texte trop long, cela risque même d'agacer certaines personnes
- On adopte un mode d'utilisation de type « sms » ou « chat » en exploitant le mode synchrone ou asynchrone d'échange

Améliorer la qualité

Pour pallier les limites du texte, la communication digitale s'est **enrichie par du contenu visuel et audio.**

- **Utilisation d'émojis**

Les informations concernant le ton du message, notre humeur ou nos émotions s'expriment par l'utilisation de nouveaux contenus comme les emojis d'un emploi aisé, efficace et souvent facilitateur de communication.

Nous les utilisons de plus en plus par exemple : pour être agréable, montrer un sens humoristique, encourager ou féliciter.



- **Utilisation de contenus vidéo, photos**

Pour certains sujets, les **nouvelles formes de contenus digitaux** apportent un plus quant à l'atteinte de l'objectif de communication.

Ainsi, pour présenter la stratégie de l'entreprise, la direction pourra diffuser **une vidéo** du dirigeant. Cela traduit une volonté de proximité, de transparence et de respect du dirigeant avec ses collaborateurs. Bien sûr, s'il peut se déplacer, les effets seront réels, encore faut-il qu'il puisse le faire et qu'il communique avec la même qualité à chaque présentation.

Il est important de noter que c'est la qualité de la vidéo (le contenu, l'environnement, la forme de présentation, la cohérence, l'authenticité du message) qui permettra d'atteindre les objectifs de la communication.



De même, pour témoigner d'une bonne ambiance de réunion, **une photo** pourra être plus efficace et convaincante qu'un long discours ...

La communication de contenus numériques est facilitée avec l'arrivée des outils de type **réseaux sociaux d'entreprise** (RSE).

Communiquer avec le digital et développer proximité et écoute

Les moyens de communications digitaux cassent l'organisation hiérarchique, chaque collaborateur a théoriquement la possibilité de communiquer avec tout autre personne de l'entreprise quelque soit son niveau hiérarchique, sa situation géographique. La même information peut être communiquée à l'ensemble des collaborateurs.

Le digital favorise nos échanges, en particulier, il crée de la proximité entre les collaborateurs à distance. Le manager utilise le digital pour maintenir une relation régulière avec ses collaborateurs. Par exemple, il lui est très facile de communiquer un encouragement ou une satisfaction.

Le manager doit veiller à :

- bien doser la communication digitale
- adapter la pratique à son interlocuteur
- vérifier la bonne interprétation.

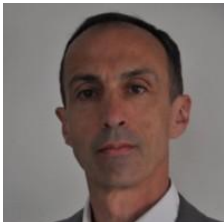
En conclusion, l'objet n'est pas d'opposer les deux modes de communication digital ou non digital, mais de prendre conscience qu'ils sont **complémentaires**.

Et, finalement, nous retrouvons les mêmes principes rencontrés dans toute communication.

Pour finir, nous vous ouvrons un nouvel axe de réflexion

Il est intéressant de noter que les pratiques de communication digitale impactent aussi notre mode de communication directe. Il nous arrive d'utiliser oralement des termes comme « MDR » ou « LOL », ainsi qu'un mode d'échange bref. A nous de voir quels en sont les effets sur notre communication ?

A propos des auteurs :



Pierre-Jean
LANCELIN
[Acolance](#)

Pierre-Jean LANCELIN : Mon moteur, c'est l'**innovation pour l'amélioration de la qualité de vie**. Je suis diplômé d'un master « Génie des systèmes Industriels » et d'un master RH « conduite du changement ». Durant plus de 25 ans, j'ai évolué sur les différents métiers de l'informatique.

En 2015, j'ai pris conscience que je prenais beaucoup de plaisir dans le management des ressources humaines et la conduite du changement lié aux nouveaux modes de travail.

J'ai créé Acolance et j'accompagne les entreprises par des formations et du conseil sur les projets de télétravail et de **transformation digitale de l'entreprise**.



Marc
VILCOT
[Com-Hom](#)

Marc VILCOT : J'ai vécu 17 années enrichissantes de vente et management dans l'industrie. De formation technique (Grenoble INP 89), mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite orienté vers des activités commerciales et marketing : directeur commercial (1997-2007). En 2008, je me suis investi dans la formation et l'accompagnement, poursuivant ainsi, dans des contextes variés, le développement de la performance par « le travailler ensemble ».

Je trouve en Com-Hom : confrontation de nos approches, évolution permanente de nos pratiques, laboratoire d'idées, confiance.

J'accompagne et je forme en management d'équipe, vente & négociation, performance individuelle et collective, lecture des personnalités, régulation des relations & gestion de conflit, cohésion d'équipe & coopération.



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](#) et de [Acolance](#)