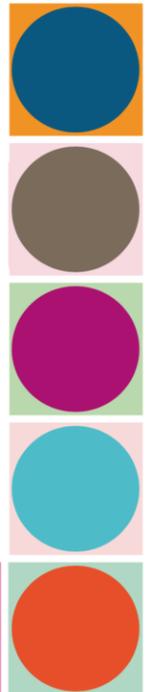
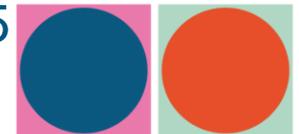


La communication



Formation des correspondants hygiène- 2025



La communication

« Entre
Ce que je pense,
Ce que je veux dire,
Ce que je crois dire,
Ce que je dis,
Ce que vous avez envie d'entendre,
Ce que vous croyez entendre,
Ce que vous entendez,
Ce que vous avez envie de comprendre,
Ce que vous comprenez,
Il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à
communiquer.
Mais essayons quand même... »

Encyclopédie du savoir relatif et absolu
EDMOND WELLS

Sommaire



- La communication
 - Définition et théories
- Critères de qualité : 6 points
 - La résistance au changement
 - La pyramide de la conviction
- Communication écrite et orale : outils
 - « mon action » et le « bristol futé »

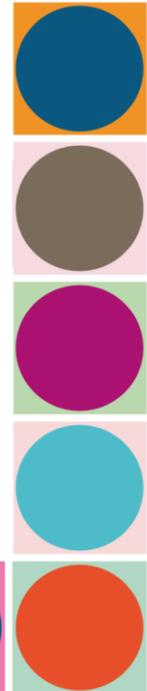
La communication

- Verbale



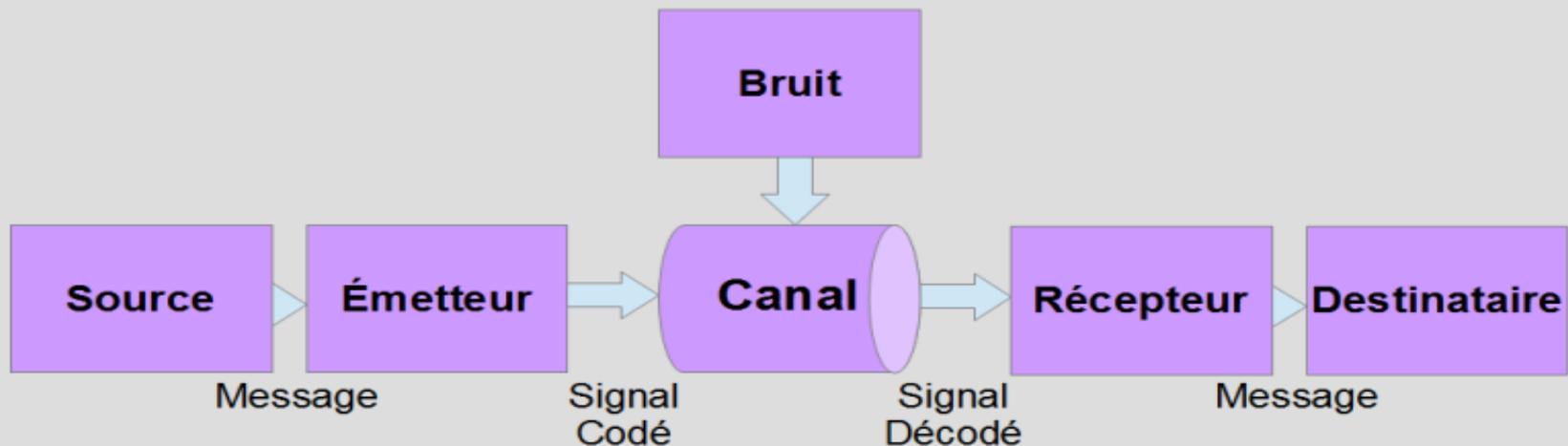
Ecrite et orale

- Non verbale



La communication

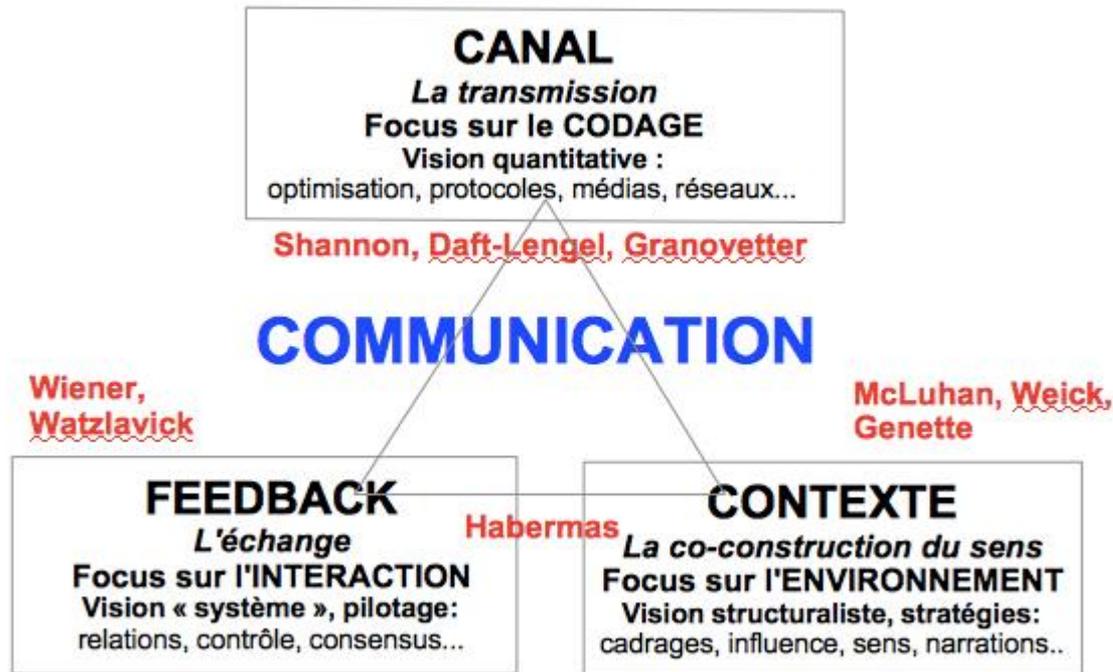
Modèle de Shannon



- | 1 | La source d'information énonce un message...
- | 2 | ...que l'émetteur va coder et transformer en signal,
- | 3 | lequel va être acheminé par le canal qui peut être bruité,
- | 4 | puis décodé par le récepteur, qui reconstitue à partir du signal un message,
- | 5 | et le transmet au destinataire.

Communication

Canal, feedback , contexte



La communication

- De sa qualité dépendra
 - L'impression générale
 - La crédibilité
 - La sympathie
 - L'énergie
 - La compréhension de la résistance au changement
 - Le pouvoir de conviction

La résistance au changement : Théorie de Bareil

7 phases de préoccupations



■ Phase 1 : absence de préoccupations

la personne n'a pas d'intérêt et d'implication par rapport à la nouveauté, elle poursuit ses activités habituelles.

■ Phase 2 : besoin d'information sur le changement

la personne commence à se questionner et exprime des besoins d'information. Elle a pris conscience de sa méconnaissance du changement proposé et souhaite la réduire.

■ Phase 3 : incidence sur son poste de travail

la personne s'inquiète des incidences potentielles du changement sur son rôle, son statut, son pouvoir et son identité.

■ Phase 4 : probabilité de réussite personnelle

la personne évalue ses chances de réussir dans la mise en œuvre du changement ainsi que les conditions d'implantation qui lui sont offertes.

■ Phase 5 : incidence organisationnelle

la personne s'inquiète des incidences et intérêts du changement non plus pour elle-même mais pour le groupe socio-organisationnel auquel elle appartient.

■ Phase 6 : intérêts à collaborer

la personne s'engage dans la mise en œuvre du changement et coopère avec d'autres dans son implantation.

■ Phase 7 : amélioration continue

la personne recherche de façon constante à améliorer le changement mis en œuvre, à l'élargir ou à le transférer sur d'autres applications.

Perception du changement par les professionnels ciblés (1/2)

■ Points majeurs à considérer

une nouvelle mode passagère ou comme une évolution durable?

des difficultés nouvelles ? les estime-t-il importantes ou non ? ressent-il de l'insécurité face aux nouveautés à mettre en œuvre ?

Ces difficultés peuvent porter sur :

- les tâches à réaliser,
- les relations professionnelles
- la mise à niveau des compétences
- le contexte et les conditions de travail,
- l'identité et l'image professionnelles. e pérenniser dans le temps ?

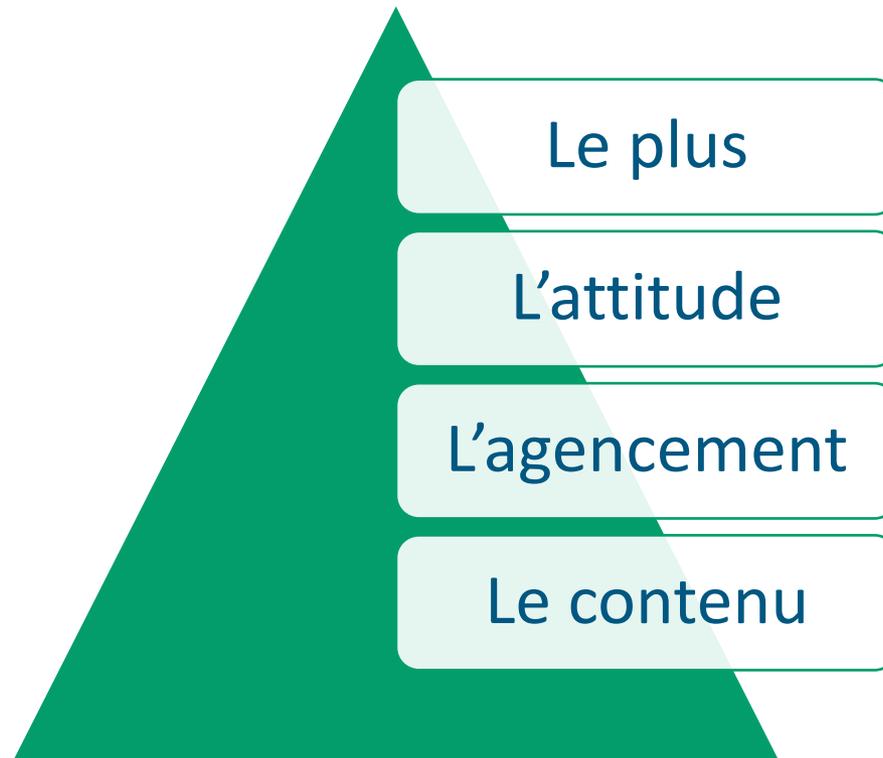
Perception du changement par les professionnels ciblés (2/2)

- **Points majeurs à considérer**
- Pour faire face à ses difficultés le professionnel (ou groupe de professionnels) peut t-il compter sur ?
 - Le soutien de l'équipe
 - De moyens concrets pour mettre en application le changement
- S'estime t'il a priori capable de faire face et de réussir dans la mise en œuvre du changement ?
- Quelles sont ses croyances d'auto efficacité personnelle et d'efficacité collective?
- Considère t'il le changement comme:
 - une opportunité de développer ses compétences
 - le risque de perdre en compétences

La communication

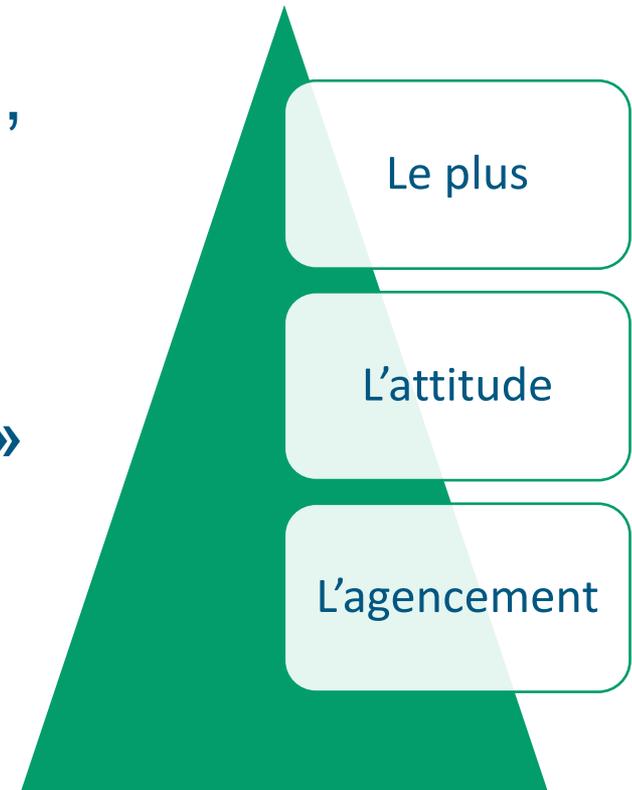
Comment convaincre ?

■ Pyramide de la conviction



Le contenu

- Un message clair et bien défini, son actualité, son objectif, sa finalité , sa cible
- La fiche projet : « mon action »



MON ACTION

Mon projet d'action de correspondant
en hygiène hospitalière

Nom : Prénom :

Service : UG :

Date : Cadre de santé :

IDE +PH hygiéniste de mon secteur :

Thème de votre action :

Problématique rencontrée :

.....

.....

Objectif de votre action (commencer toujours par un verbe) :

1/

2/

Communication autour de ce projet

A qui s'adresse-t-on ? A quel(s) public(s) souhaitez-vous délivrer ce message ?

.....

.....

Avez-vous des personnes ressources ?

.....

Quels sont vos besoins pour mener à bien ce projet : informatiques, logistiques, méthodologiques, humaines ?

.....

.....

.....

De quoi disposez-vous déjà pour débiter le projet ?

.....

.....

Sur quelles instructions vous appuyez-vous ?

.....

.....

.....

Les procédures internes à votre service

.....

.....

.....

Les forces de votre secteur

Pratique :

Matériel :

.....

Organisation :

Lieu possible pour se réunir :

.....

Les difficultés éventuelles

.....

.....

.....

Calendrier prévisionnel :

Penser à des étapes intermédiaires de présentation du projet à votre équipe (médicale et paramédicale en fonction

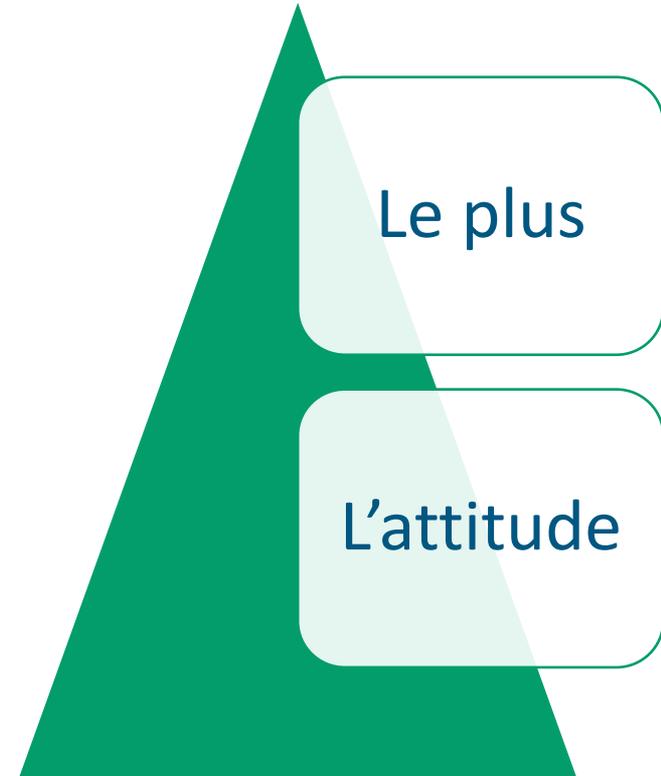
.....

.....

.....

L'agencement

- Le support écrit
- Sérieux
- Structuration de la pensée
- Professionnalisme
- Le support Oral
- Le bristol futé



L'attitude (1/2)

■ L'argumentation

- Expliquer les bases
- Enoncer les avantages de votre solution ou de votre idée
- Démontrer en quoi elle est avantageuse pour votre public cible



Le
plus

L'attitude(2/2)

■ La posture

- Oser exprimer ses idées avec intégrité
- Etre convaincu du bien fondé de ses idées
- Croire en son potentiel
- Pratiquer l'écoute active



Agencement : Communication Orale le bristol futé

- Guide
- Notes
- Conducteur



Le bristol futé

- L'introduction

Une accroche (3 coups de théâtre, créer la relation, bavardages)

Annoncer le but

Les 4 pourquoi

(moi ? ; vous ? ;
ce sujet ? ; maintenant ?)

Plan

(ce que je vous propose, c'est d'aborder
et modalités (questions à la fin, durée,
doc à remettre)

Titre

BUT

Introduction

Développement

Conclusion

Le bristol futé

■ Le développement

- A l'oral, ne pas chercher à être exhaustif
- Le public doit pouvoir mémoriser le plan
- Grand 1 Titre plein
- (Doit quasi être la conclusion de cette partie)
 - Noter les points clés (éviter de lire le texte)
 - Utiliser le couteau suisse
 - Utiliser les «Préférences cérébrales»
- Grand 2
 -
 - ...
- Grand 3

A l'oral impossible de revenir en arrière



- Faire des Phrases Courtes



Le bristol futé

■ La conclusion

- Rappel des idées clés
- Evaluation :
 - De la relation : je vous remercie de votre attention
 - De l'atteinte du but (subjectif ou poser une question et voir si tout le monde répond)
- Et après : Grace à la décision que nous venons de prendre

Titre

But

Introduction

Développement

Conclusion

A l'oral

- Aller jusqu'à la fin d'une phrase
- Eviter de couper la parole
- Débit de voix ... des pauses, offrir les silences pour laisser le public intégrer ce qui lui est dit
- Préférer le « Et » au « Mais »



L'ANATOMIE DU BON ORATEUR

ET COMMENT AMÉLIORER CHAQUE ASPECT

LES YEUX

Etablissez et maintenez l'“eye-contact” avec le maximum de personnes possible. Faites en sorte que chaque personne de votre public ressentie comme si d'une conversation en tête à tête il s'agissait.

LA TÊTE

Pour préparer votre discours, faites appel à vos deux hémisphères : la raison génère la compréhension et l'émotion engage votre audience.

LA BOUCHE

Otre le contenu, pensez à travailler votre intonation, le volume de votre voix, tout comme votre emphase.

Variez vos intonations, ralentissez ou accélérez votre débit de parole pour créer du suspense ou rythmer votre démonstration.

LE NEZ

Réussir à contrôler votre respiration avant de monter sur scène est fondamental pour diminuer le stress que génère ce genre de moments. Allongez et espacez donc vos inspirations et expirations de façon à vous tranquilliser l e plus possible.

LE COEUR

Parler avec votre cœur, pour vous connecter à votre public. Nous aimons tous écouter un orateur qui paraît sincère, qui sait parler de ses faiblesses et de ses joies, tout comme des choses qui lui sont chères.

Partagez donc un peu de vous-même avec votre public, cela vous rendra plus humain et accessible.

LES BRAS

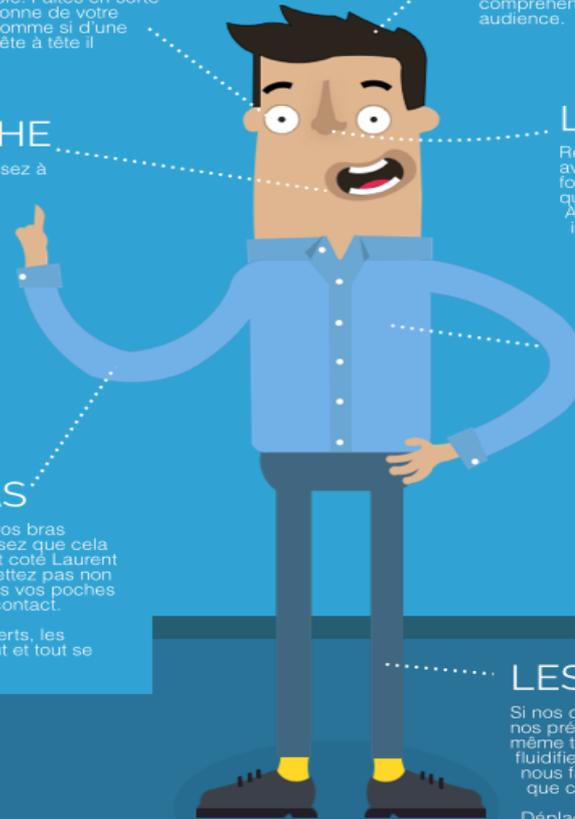
Ne croisez jamais vos bras (même si vous pensez que cela vous donne un petit côté Laurent Delahousse), ne mettez pas non plus vos mains dans vos poches et évitez tout auto-contact.

Parlez les bras ouverts, les paumes vers le haut et tout se passera bien.

LES JAMBES

Si nos déplacements sur scène rendent nos présentations plus naturelles, en même temps qu'ils nous permettent de fluidifier notre raisonnement, le stress nous fait parfois marcher davantage que ce que l'on ne devrait, pour un oral.

Déplacez-vous donc uniquement pour ponctuer les grandes parties de votre argumentation, le tout sans jamais tourner le dos à votre public.



Le plus

- Assurance personnelle
- Confiance en soi
- Plaisir , satisfaction professionnelle
- Envie de recommencer
- Mise en place d'une communication « ritualisée »

La communication

En conclusion

- Mise en évidence du respect de certains critères pour pallier à des difficultés technique, sémantiques d'efficacité

Motivation, envie nécessaire mais pas suffisant

Merci de votre écoute

