

Regardez qui s'exprime!

Communication est un mot de 13 lettres. Qui a fait couler beaucoup d'encre: d'innombrables ouvrages lui ont été consacrés. Le sujet intéresse tout le monde car nous n'avons tous qu'un désir: comprendre et nous faire comprendre.



On considère généralement que c'est la parole qui nous permet de nous exprimer et de nous faire comprendre. Erreur: la gestuelle joue aussi un rôle important dans la communication entre deux personnes. Ainsi dans la vente, ceux qui maîtrisent le langage corporel réussissent mieux à identifier les attentes de leurs clients. «Le malentendu est la règle et la compréhension l'exception», résumait l'Autrichien Paul Watzlawick, spécialiste de la communication décédé en mars 2007. Effectivement, malentendus et désaccords sont fréquents: entre parents et enfants, entre mari et femme, entre chef et employés, entre vendeur et clients. Et tout ceci parce que nous nous contentons en principe de ce qui est exprimé oralement. Nous ne percevons les pensées et les sentiments authentiques de

notre interlocuteur que si nous comprenons son langage corporel. Ce dernier est en effet plus sincère et authentique que le langage oral. Explication: le corps réagit plus vite que la raison, qui nous permet par exemple de réprimer des sentiments négatifs. Il obéit aux émotions. Voici un exemple: une personne accueille un invité inattendu en lui disant «quel plaisir de te revoir» tout effectuant un léger mouvement de recul. Ces messages contradictoires vont désorienter le visiteur qui accordera inconsciemment plus de crédit aux signaux non verbaux qu'aux mots prononcés.

Nous disposons d'antenne très subtiles qui nous permettent de déterminer si le contenu verbal correspond aux messages envoyés par le corps. Car notre attitude est notre premier langage, le plus élémentaire, celui qui nous permet de souligner nos propos oraux. Notre corps révèle beaucoup de choses sur notre état émotionnel et notre perception des autres. «Le langage corporel exprime nos désirs, nos sentiments, notre volonté et notre mode de vie. Il incarne notre moi», constate **Samy Molcho**, expert en langage corporel et auteur de l'ouvrage «Le langage du corps. Ces gestes qui nous révèlent.»

Le corps, outil essentiel de communication

Celui qui croit uniquement s'exprimer par la parole se trompe lourdement. C'est avant tout le corps qui parle: les signaux non verbaux, comme l'expression du visage, la gestuelle, les odeurs, l'habillement (et l'apparence en général) représentent 55 % de la communication. Et 38 % passent par la voix. Il est donc essentiel de se demander comment exprimer ce qu'on veut dire: le rythme, le ton, le volume, l'intonation et l'accent. Lancer à quelqu'un «Quelle réussite!» peut, en fonction de l'intonation et de la mimique, exprimer un compliment sincère ou une critique ironique. Le contenu

verbal ne représente donc au final que 7 % de la communication. Ainsi, les gens sont plus influencés par ce qu'ils voient que par ce qu'ils entendent. Et même lorsqu'une personne ne parle pas, elle communique et émet de signaux avec son corps. Ou, comme le formulait Paul Watz-lawick: «Il est impossible de ne pas communiquer.»

L'art d'interpréter le langage corporel

Il est important d'être prudent lorsque l'on interprète des signaux corporels. En effet, si on les considère de manière isolée, ils n'apportent pas grand-chose et peuvent même être trompeurs. Ainsi, croiser les bras croisés n'exprime pas forcément une attitude de repli, cela peut tout simplement dire que la personne a froid. Une règle de base de l'interprétation du langage corporel est donc qu'il faut au moins relever *trois* signaux indiquant la même chose pour s'y fier. Par exemple les bras croisés, la tête baissée, le regard fuyant et le corps légèrement détourné sont des signaux qui indiquent tous une attitude renfermée.

Le langage corporel doit aussi tenir compte des changements. Lors d'un entretien commercial, il faut par exemple observer comment le langage corporel du client évolue: une personne renfermée au début s'ouvre-t-elle peu à peu? Devient-elle plus amicale, intéressée? Son visage s'illumine-t-il? Si le vendeur perçoit de tels changements, c'est qu'il a fait un bon travail de communication et qu'il a réussi à établir un niveau émotionnel positif.

L'importance de la première impression

En matière de langage corporel, toute l'apparence de la personne est importante. Il est donc essentiel de soigner son apparence dans les professions liées à la vente, comme celle de droguiste. Les cours de vente dispensés aux apprentis droguistes dans le cadre des cours interentreprises (CIE) abordent d'ailleurs le thème du langage corporel. «Nous nous penchons sur l'attitude, les vêtements, les bijoux et les ongles», explique Daniel Hörler, professeur et droguiste. «Lorsque des personnes se rencontrent, elles se jugent en quelques secondes sur la base de leur apparence. Le langage, l'aspect, le contact visuel et le sourire sont alors des éléments essentiels. Il est donc important de savoir saisir toutes les chances que peut fournir la première impression.» Nous avons la capacité de juger très rapidement nos interlocuteurs et à les

ranger dans telle ou telle catégorie. Si le «verdict» est positif, la communication est aussitôt plus aisée. En revanche, si le jugement est négatif, celui qui finit dans la mauvaise catégorie aura toutes les peines du monde à en sortir. Car même si notre première impression se révèle erronée, nous avons tendance à nous y accrocher. Et même s'il y a correction, la première impression reste gravée dans le subconscient et ressurgit un moindre signal la corroborant. D'où l'incontournable remarque: «Je le savais bien».

Dans la droguerie avec Irene Orda

Imaginez que vous êtes un client qui entre dans une droguerie. Vous êtes accueilli par «notre droguiste», interprétée par Irene Orda (voir encadré), professionnelle du langage corporel. Observez son expression et sa gestuelle et essayez de décoder son langage corporel. N'oubliez pas que plus nombreux sont les signaux qui expriment la même chose, plus il est probable que leur signification soit correcte. Comment percevez-vous cette «droguiste»? Quelle est votre impression? La vendeuse a-t-elle manqué l'effet de sa première impression, a-t-elle des difficultés à corriger son image durant l'entretien de vente?

Claudia Merki / trad: cs

Littérature:

Samy Molcho: «Le langage du corps. Ces gestes qui nous révèlent», Solar 1998, CHF 45.10

Philippe Turchet: «La synergologie. Comprendre son interlocuteur à travers sa gestuelle», Editions de l'Homme 2000, CHF 43.40

((Szene 1))

Bild 04 / A ne pas faire

Visage/expression: la tête reste orientée vers la surface de travail. Le regard, critique et exprimant le refus, glisse au-dessus des lunettes de lecture. Les lèvres sont légèrement pincées.

Attitude/gestuelle: le corps est légèrement tourné sur le côté et penché en avant

Message: je suis occupé et je ne veux pas être dérangé

Bild 05 / A faire

Visage/expression: lunettes retirée, le regard est franc et aimable, le sourire authentique

Attitude/gestuelle: Le corps est droit et dirigé vers le client
Message: je suis prêt, ouvert et attentif pour répondre à vos souhaits

((Szene 2))

Bild 01 / A ne pas faire
Visage/expression: regard impertinent, sourcils levés, commissure des lèvres en bas
Attitude/gestuelle: tourné vers l'étagère, les mains restent posées sur les produits. Aucune disponibilité
Message: Encore un client! Il ne voit donc pas que je suis concentré sur mon travail?

Bild 02 / A ne pas faire
Visage/expression: joues, lèvres et paupières flasques
Attitude/gestuelle: épaules pendantes, aucune tension. Une main posée sur les hanches tente de soutenir le corps. Les coudes écartés signalent une attitude défensive.
Message: j'ai une longue journée derrière moi et je n'en peux plus. Vous ne pouvez plus exiger que je m'engage.

Bild 03 / A faire
Visage/expression: sourire aimable, traits détendus
Attitude/gestuelle: le corps est tourné vers le client, les mains symbolisent l'ouverture et la disponibilité
Message: je me réjouis de pouvoir vous servir

((Szene 3))

Bild 14 / A ne pas faire
Visage/expression: énergique et revendicatrice, le menton pointé en avant, l'air obstiné
Attitude/gestuelle: la vendeuse s'approche de la cliente par l'arrière et beaucoup trop près (la distance commerciale est de 1,2 à 4 mètres)
Message: une main ouverte signale certes la disponibilité, mais dans ce cas, elle agit plutôt comme une arme. Toute l'attitude est agressive. La cliente s'éloigne, choquée.

Bild 15 / Do
Visage/expression: aimable, souriante
Attitude/gestuelle: approche latérale sur l'avant. La distance commerciale minimale est respectée, la cliente a encore suffisamment de place.
Message: approche respectueuse et attentive. Que puis-je faire pour vous?

((Szene 4))

Bild 09 / A ne pas faire
Visage/expression: lèvres pincées, regard éteint, expression sans joie
Attitude/gestuelle: bras posés sur le plan de travail, épaules dressées, pas de tension, corps tourné vers l'ordinateur
Message: le comptoir tient la cliente à distance. Elle n'est pas la bienvenue. «Pas envie!»

Bild 08 / A ne pas faire
Visage/expression: lèvres pincées, menton pointé, sourire «aigre-doux»
Attitude/gestuelle: épaules tombantes, raidur
Message: amabilité feinte, le client est considéré de haut en bas de manière impertinente. «Ce sera tout?»

Bild 07 / A ne pas faire
Visage/expression: lèvres serrées, nuque tendue, tête légèrement rentrée dans les épaules, regard condescendant
Attitude/gestuelle: une main est posée sur la table pour soutenir le corps, l'autre sur la hanche. Attitude passive. Les coudes écartés signalent une attitude défensive.
Message: si c'est vraiment indispensable, je me plie à mon destin.

Bild 10 / A faire
Visage/expression: sourire authentique et sympathique, regard éveillé et attentif posé sur le client,
Attitude/gestuelle: les mains reposent, ouvertes, sur la table, sans soutenir le corps. Elles signalent la disponibilité. Le haut du corps est droit et souple.
Message: vous êtes le bienvenu et je me réjouis sincèrement de pouvoir vous servir. Chez moi, vous recevrez de bons conseils.

((Szene 5: Titel:)) On a tous des «jours sans»

Bild 19 / A ne pas faire
Visage/expression: le visage n'est qu'à demi tourné vers le client
Attitude/gestuelle: les bras croisés indiquent une absence totale de disponibilité. En s'appuyant contre le plan de travail, la personne signale qu'elle est en train de décompresser
Message: En fait, je n'ai absolument pas envie de vous servir. Même la plus petite exigence est trop pour moi. Je préférerais faire la pause.

Bild 16 / A ne pas faire

Visage/expression: le regard erre dans le lointain, loin du client.

Attitude/gestuelle: est appuyée (décompression), les bras et jambes croisées, debout sur un pied pour détendre l'autre jambes.

Message: je suis plongé dans mon univers ; je me suis déconnecté intérieurement. Aucune présence, indifférence, isolement.

Bild 12 / A faire

Visage/expression: elle se donne au moins la peine de sourire et essaie d'être aimable.

Même si le tout semble un peu artificiel.

Attitude/gestuelle: se dirige droit vers le client, même si l'attitude est un peu tendue. Les mains ouvertes expriment certes la disponibilité, mais là encore, la gestuelle est un peu excessive

Message: même si ce n'est pas « mon jour », je fais de mon mieux pour être serviable et aimable. Même si le client estime que ce n'est pas vraiment sincère, c'est toujours mieux que d'exprimer sa mauvaise humeur en langage corporel.

Vous pouvez expérimenter l'efficacité du langage corporel en faisant quelques exercices, dans la vie quotidienne ou professionnelle. Vous verrez que les clients apprécient les vendeurs qui comprennent leurs souhaits inexprimés.

((Böxli 1))

Le langage du corps

La première impression est donnée par la coordination du corps, des yeux et des mains. Les yeux et les mains peuvent exprimer beaucoup de choses. Par exemple:

Le regard

Constant et insistant: provocation

Constant : intérêt

Bref et fuyant: manque d'assurance, timidité

Errant: absence, envie d'être ailleurs

Droit: franchise, disposition à communiquer

Dirigé vers le haut: cherche des solutions, à se souvenir de manière rationnelle

Dirigé vers le bas: manque d'assurance, fuite, concentration, isolement dans l'univers émotionnel

Roulement des yeux: insatisfaction, désapprobation

Les sourcils

Les deux sourcils levés: étonnement, curiosité

Un sourcil levé: doute, scepticisme, salut, accord

Les mains

L'effet dépend essentiellement de la hauteur à laquelle les mains se trouvent. Au-dessous de la taille, les gestes sont ressentis comme négatifs, neutres au niveau de la taille et positifs au-dessus. La visibilité des mains est aussi importante. Cacher ses mains, par exemple dans les poches du pantalon ou derrière le dos, produit une impression négative.

Paume des mains ouverte, visible: franchise, confiance

Paume tournées vers le bas: autorité, refoulement, compétence, soulagement

Réunir le bout du pouce et de l'index: souligner une affirmation

Mains posées sur les hanches: énervement, menace

Mains en forme de triangle pointé vers le haut: sécurité, réflexion, empathie, selon la tension

Mains en forme de triangle pointé vers l'interlocuteur: refus, défense

Index tendu, pointé en direction de quelqu'un: agression, attaque, ordre, précision

Aigüisez votre sens de l'observation

Pour pouvoir décrypter les signaux du langage corporel, il faut tenir compte de l'ensemble de la personne. Lors de vos prochains achats, observez votre vendeur: comment communique-t-il avec vous durant les premières secondes? Comment percevez-vous son attitude? Surveillez

la gestuelle / les expressions / le maintien / le contact visuel / les vêtements / les odeurs / l'apparence extérieure

la voix (le rythme/ le ton / le volume / l'accent / les intonations)

Portrait en bref

Irene Orda dirige une école spécialisée dans le langage corporel et la pantomime à Zurich. Elle a étudié la pantomime pendant quatre ans à Vienne, auprès du célèbre expert Samy Molcho. Elle a poursuivi sa formation dans ce domaine à Paris. Retournant auprès de Samy Molcho, elle a ensuite étudié le langage corporel. Elle donne actuellement des cours sur ce sujet

pour les entreprises. Elle organise aussi régulièrement des ateliers sur le thème du langage corporel et de la communication.

www.ireneorda.ch