



La relation téléphone

GRDF

FORMATION – ACCOMPAGNEMENT – CONSEIL
PARIS – NANTES- PERIGUEUX– MARSEILLE

59, avenue Victor Hugo 75116 Paris – Tél. : 01 47 23 87 14 – Fax. : 01 40 58 18 09 – contact@managerformation.fr

La réception d'appel téléphonique

Le contact par l'interphonie va être déterminant dans l'image que la société va laisser vis-à-vis de l'extérieur.

En cette circonstance, les représentations, les préjugés ou les opinions toutes faites sont souvent les plus tenaces. Il suffit d'une première expérience positive ou négative avec l'entreprise pour en tirer une conclusion qu'il sera difficile de modifier par la suite.

Une voix aimable, un sourire, une attitude de disponibilité et d'écoute ne peuvent qu'influencer favorablement, donner une image positive ou un crédit d'intérêt au collaborateur ou à la société qu'il représente.

1- Acquérir quelques réflexes de présentation

Votre entretien téléphonique va influencer l'image de votre société.
Chaque collaborateur est concerné par cette image.

Toujours rester maître de son entretien

- **Présentez-vous**, afin que votre interlocuteur puisse vous identifier
" Bonjour..., Laurent Dupont, chargé d'étude GRDF "

- **Présentez l'objet de votre appel.**

"Je vous appelle concernant le devis que nous vous avons adressé.... "

- **Assurez-vous de sa disponibilité** : « avez-vous 5 minutes à me consacrer afin de... »

• **Formulez vos demandes d'informations complémentaires** : « afin de pouvoir traiter votre dossier, j'aurais besoin de connaître...

- **Ecoutez, faites preuve d'empathie** (surtout si vous opposez un refus au client),

- **Répondez aux questions de votre interlocuteur,**

- **Traitez les objections de votre interlocuteur** (« oui...mais... »)

- **Conclure l'entretien**

Assurez-vous d'avoir bien compris en reformulant ce que votre interlocuteur a dit : « si j'ai bien compris... »

Ou/et assurez-vous que tout est clair pour votre interlocuteur : « est-ce bien clair pour vous ? Avez-vous des questions ? Si dans le futur, vous avez des questions vous pouvez rappeler l'accueil Gaz Naturel Raccordement et Conseil (AGNRC) qui nous transmettra votre demande et nous vous recontacterons...»

- **Prendre congé**

Toujours rester sur une image positive : « je vous remercie de votre disponibilité et vous souhaite une très bonne journée ».

2- Attitude physique et psychologique

Votre état d'esprit du moment

Votre état d'esprit déteint sur votre façon de vous exprimer. Le sourire s'entend au téléphone et avoir une voix aimable et souriante va rassurer votre interlocuteur et le mettre à l'aise

Le sourire au téléphone améliore les dispositions de votre interlocuteur

Le rythme et le ton

Nous parlons au rythme de 190 mots / minute environ.

Lors d'un entretien téléphonique, il convient de faire baisser ce rythme à 130 mots / minute pour faire passer le message dans de bonnes conditions.

L'attitude physique

Comment faire passer par téléphone la conviction, la fermeté, la compétence ?

- Il est 15 heures, vous venez d'avoir un client difficile, vous êtes tendu.
- Il est 8 heures du matin, vous avez les idées claires, un client vous appelle. Quelle réaction allez-vous avoir ?

Compte tenu de la différence des deux situations, on peut imaginer sans peine la différence d'impact :

- dans un cas, vous répondez de façon claire et concise, directe et précise,
- dans l'autre cas, vous bredouillez, ne trouvez pas vos mots.

Votre condition physique déteint sur votre façon de vous exprimer. Un mauvais départ est un handicap.

Pour l'éviter, n'hésitez pas à avoir recours à ces différents prétextes qui vous permettront de :

- vous "reprendre",
- revoir les principaux éléments abordés avec le client, etc.

L'attitude juste

Lors des communications par l'interphonie, le client ne vous voit pas, il vous imagine, il imagine peut-être même que vous êtes sur un autre continent. Sachez vous mettre en situation :

- **SOURIEZ** : Le sourire s'entend
- **DECONTRACTEZ-VOUS** : Pour vous décontractez pratiquez des exercices de respiration
- **TENEZ VOUS DROIT** : Penché sur votre bureau, soutenu par un coude vacillant, avachi sur votre siège, la voix tombe.
- **PARLEZ LENTEMENT** : Votre interlocuteur ne vous voit pas alors facilitez lui la perception de votre message par une élocution claire et un débit moins rapide.

N'oubliez pas que l'interphonie est un outil souvent méconnu et mal maîtrisé par votre interlocuteur qui peut avoir la sensation que la « communication » est interrompue lorsque vous « relâchez » le bouton.

Les messages de la voix

UNE VOIX HAUTE, AIGUE, TENDUE	= AGRESSIVITE
UNE VOIX NASILLARDE	= DOUTE
UNE VOIX FORTE, BRUSQUE	= CONTRADICTION
UNE VOIX SECHE	= INSENSIBILITE
UNE VOIX DISCORDANTE	= IRRITATION
UNE VOIX BASSE	= TRISTESSE
UNE VOIX DOUCE PLEINE	= BIENVEILLANCE

3- Règles à retenir pour bien écouter

DEVELOPPER UNE ATTITUDE D'ECOUTE ET DE COMPREHENSION

Ecouter :

- C'est** Etre disponible
Laisser l'autre s'exprimer.
- C'est** Etre présent de tout son être (intelligence, affectivité, attention)
Donner un espace de parole sans juger.
Etre attentif aux faits sentiments et opinions.
Maîtriser ses émotions.
- C'est** Observer ce qui se passe ici et maintenant.
Les manifestations non verbales (changements de ton, soupirs, etc.)
- C'est** S'interroger
Demander une clarification si l'on ne comprend pas.

QUESTIONNER POUR COMPRENDRE

Le questionnement permet de comprendre la situation, la problématique du client et ainsi mieux répondre à sa demande.

Les différents types de question

OUVERTES :	Destinées à faire parler votre interlocuteur, elles permettent d'obtenir un maximum d'informations. <i>Pourquoi ?... Comment ?... etc.</i>
FERMEES :	Ces questions appellent des réponses très précises, elles sont très souvent utilisées pour obtenir une précision ou un accord. La réponse est le plus souvent : oui, non, une date ou un numéro. <i>Est-ce que c'est clair pour vous ? Quelle est votre adresse email?</i>
ALTERNATIVES :	Elles offrent un choix relatif. La réponse est contenue dans la question. <i>Vous préférez que je vous rappelle le matin ou l'après midi ?</i>

MARQUEZ VOTRE ATTENTION : En disant de temps en temps « oui », « je vois », en approuvant de la voix, vous montrez à votre interlocuteur que vous l'écoutez.

POSEZ DES QUESTIONS : Si vous n'êtes pas sûr d'avoir bien compris tout ce que vous a dit votre interlocuteur ou croyez avoir manqué quelque chose, demandez lui de répéter.

FAITES DES PHRASES DE RAPPEL : Si vous désirez que votre interlocuteur vous donne plus de renseignements sur un sujet, « vous disiez... » puis poursuivez en posant une question commençant par QUI, QUOI, QUAND, OU, COMMENT.

REFORMULEZ : « Si j'ai bien compris, selon vous... »

EXPLIQUEZ : Accompagnez l'interlocuteur en expliquant votre action

Lorsque vous devez émettre un appel ne perdez pas de vue que :

LE CLIENT IGNORE QUE VOUS ALLEZ LE CONTACTER : Vous devez attirer l'attention du client pour qu'il réalise que vous l'interpelez : « Monsieur avec le véhicule bleu..., bonjour

MANAGER FORMATION

LE CLIENT NE SAIT PAS QUI LE CONTACTE : Bonjour Monsieur, Assistance GRDF, je constate que... »

Puis poursuivre la communication jusqu'à son terme en reprenant les étapes détaillées précédemment.;

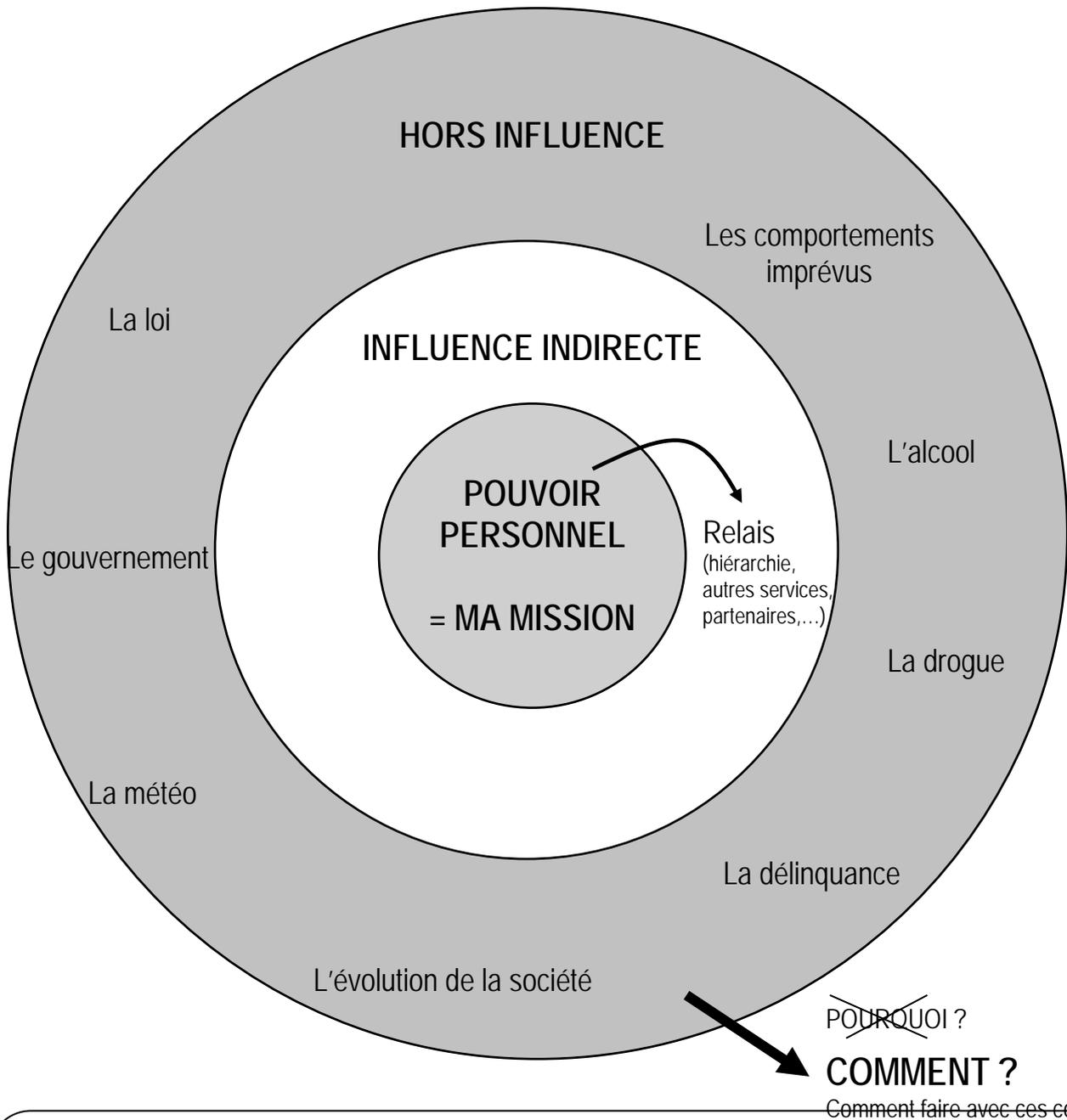
4- Le choix des mots

LES MOTS FORTS	LES MOTS NEUTRES (expriment le doute)	LES MOTS NOIRS
RASSUREZ-VOUS OUI PARFAITEMENT PARFAIT BIEN SUR TOUT A FAIT PRIVILEGIER JE VOUS EXPLIQUE RAPIDEMENT OPERATIONNEL EXACT AVANTAGE JE VOUS PROPOSE TIRER PROFIT JE TIENS A VOUS INFORMER EN PRIORITE ETC.	EVIDEMENT POSSIBILITE A MON AVIS ETC.	JE PENSE MAIS JE NE SAIS PAS A LA RIGUEUR VOUS AVEZ RAISON (reprise d'objection) NE QUITTEZ-PAS (sans préciser à l'interlocuteur ce que l'on fait) LES SIGLES LES TERMES TECHNIQUES CERTAINS MOTS MAISON ETC.

5- Le choix des temps et des modes

FORT	NEUTRE	NOIR
PRESENT FUTUR PROCHE	CONDITIONNEL Je souhaiterais	PASSE FUTUR

Les cercles d'influence



MON RÔLE GAGNANT DANS L'ENTREPRISE :

- ☒ Agir : être responsable du traitement du client qui vient.
- ☒ Etre impliqué dans la remontée des informations et des difficultés rencontrées pour permettre à ma hiérarchie de construire une cartographie et d'identifier les moyens de résoudre les problèmes.

L'intentionnalité

Vous êtes au volant de votre voiture.

Vous conduisez en respectant le code de la route.

L'automobiliste qui se trouve derrière vous vous fait des appels de phares.

Quelle en est la raison ?

Que faites-vous ?

Identifier l'intentionnalité.

Votre interlocuteur a-t-il l'intention de vous nuire ?

Identifiez dans votre vie personnelle et professionnelle, quelle est l'attitude la plus aidante ?

Me dire que mon interlocuteur a l'intention de me nuire ?

Penser qu'il agit en vertu de ses propres motivations, qu'il m'appartient de découvrir ?

En quoi la modification de l'intentionnalité de l'agression peut-elle, ou non, influencer sur la perception de l'agression ?

La perception que j'ai de l'événement conditionne mes actions.

Comment puis-je le mieux répondre à mon objectif de vie : passer une journée tranquille, avoir la conscience du travail bien fait ... ?

Les attitudes qui facilitent la relation Les 3 "A"



- Ecouter l'autre (Ecoule active)
- Poser des questions ouvertes (QQCCOQP) pour clarifier
- Reformuler pour synthétiser
- Oser donner son point de vue
- Appeler un relais
- Donner une piste de solution



EMPATHIE

- Etre en phase avec les émotions, le comportement de l'autre
- Accueillir l'émotion de l'autre



- Les gestes ouverts
- Le sourire qui s'entend

Le comportement nourrit le comportement

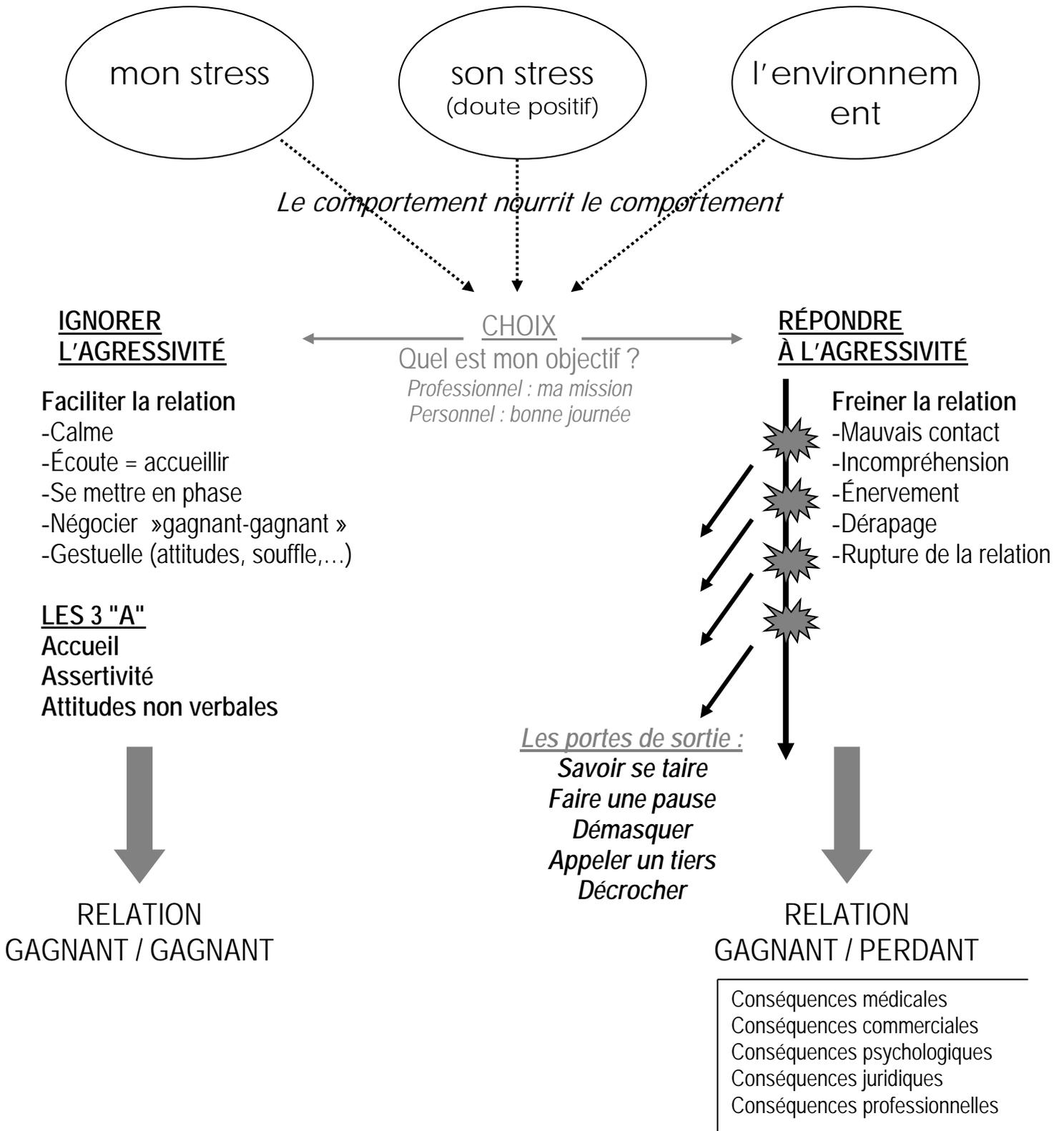
- Σ Mon comportement influence celui des autres.

- Σ Je peux agir sur mon propre comportement et sur mes propres sentiments.

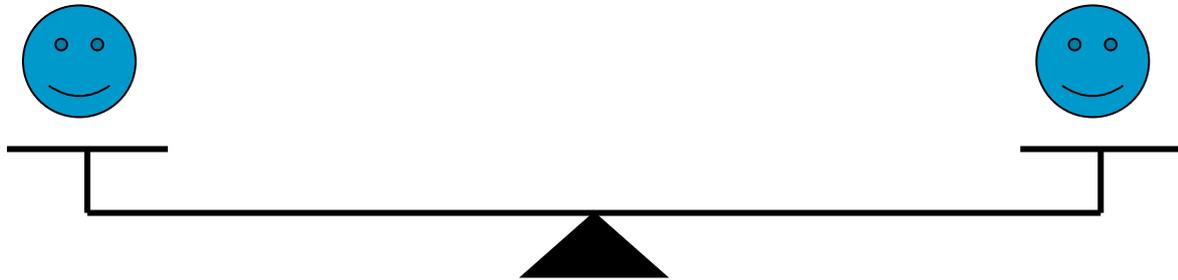
- Σ La manière dont je dis les choses à mon interlocuteur est aussi importante que ce que je dis.

- Σ Par mon comportement, je peux désamorcer l'agressivité de mon interlocuteur.

Le choix de ma réaction

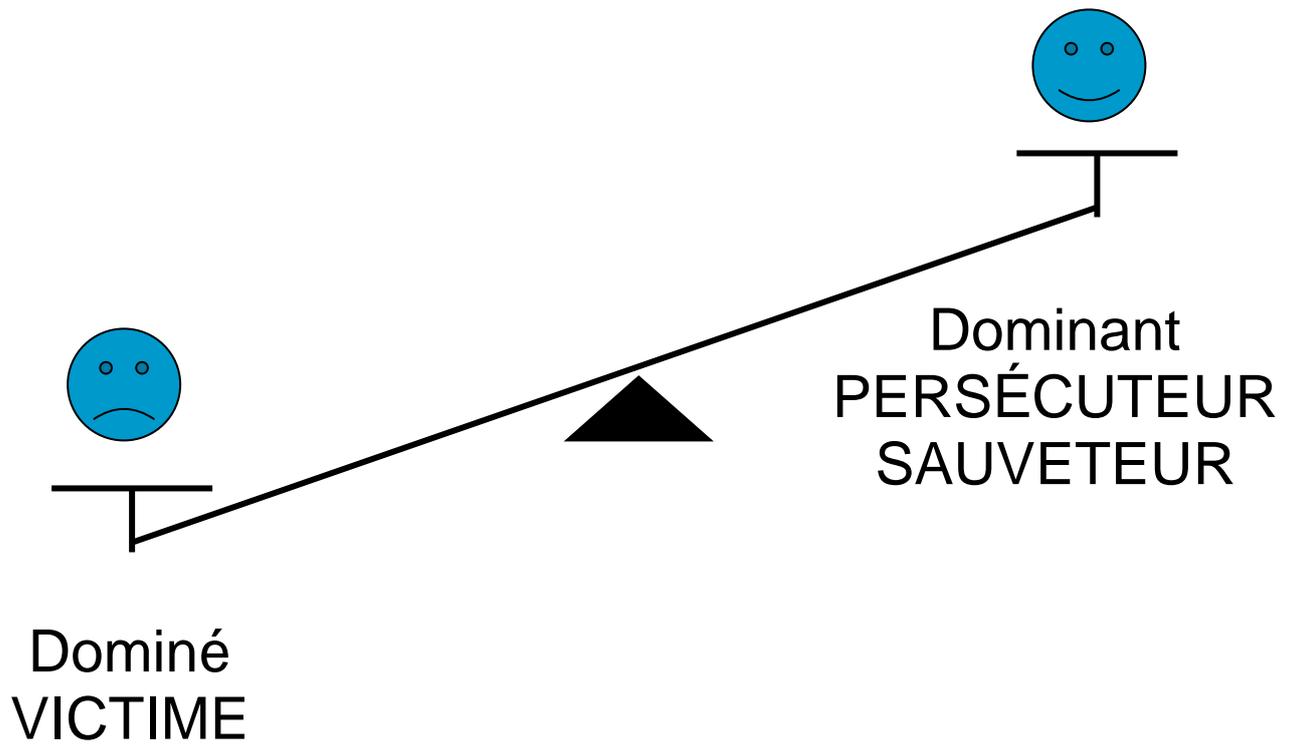


La relation équilibrée



- ⊗ La relation équilibrée est basée sur le respect des différences.
- ⊗ A un point et à un autre, chaque être est unique.
- ⊗ On a tous les mêmes droits.

La relation déséquilibrée



Informer et renseigner un client

- 1- Répondre à la demande dès que possible.
- 2- Montrer que l'on écoute.
- 3- Partir des connaissances de l'interlocuteur.
- 4- Donner les informations une à une.
- 5- Eviter les détails inutiles.
- 6- Orienter vers la personne qui sait.
- 7- S'assurer que son interlocuteur a bien compris.

Typologie des clients

1- Le client bavard

Son profil :

Il peut être sympathique, mais c'est un vrai moulin à parole. Il se perd dans ses explications, vous pose questions sur questions, sans même attendre vos réponses et en plus, passe d'un sujet à l'autre sans vous laisser le temps d'y réfléchir. Si vous n'avez rien de particulier à faire, cela peut passer, mais comme vous êtes en plein travail, alors là !...

Votre attitude :

Profitez d'un court silence de sa part pour **prendre la parole** ou bien interrompez-le **avec courtoisie**. **Ramenez la personne au sujet de la conversation** ("oui, et pour en revenir à..."). Enfin, mettez poliment un terme à la conversation en le remerciant et en prenant congé.

2- Le client inquiet

Son profil :

C'est celui qui a un problème, qui a perdu quelque chose, à qui il est arrivé un événement important. Il est angoissé, nerveux, n'écoute plus et peut s'emporter si on ne résout pas sa difficulté.

Votre attitude :

Montrez-vous **compréhensif** et dévoué, faites preuve **d'empathie**. Il vous faut absolument **le rassurer**. Pour ce faire, **soyez calme mais efficace** ; demandez qu'il vous explique la situation, formulez-lui votre réponse de différentes façons s'il ne semble pas comprendre. Si vous ne pouvez pas répondre directement à sa demande, expliquez-lui précisément la démarche à suivre. Il vous a choisi pour être son sauveur, alors il vous faut le sauver.

3- Le client critique

Son profil :

Il peut être dédaigneux, orgueilleux, sûr de lui, prétentieux, prêt à démolir votre Entreprise, votre Service ou votre Travail. En règle générale, ce n'est pas contre votre personne qu'il dirige la critique mais plutôt contre la fonction que vous occupez ou la façon dont le travail est accompli.

Votre attitude :

Tout d'abord, restez impassible, **écoutez-le attentivement** et surtout **restez le plus neutre possible**; ne l'encouragez pas à persister dans sa critique. **Ne cherchez pas à vous justifier**, c'est précisément ce qu'il attend, mais ne retournez pas non plus ses critiques contre lui. Enfin, si ses critiques persistent, dites lui que vous en avez pris bonne note et prévenez-le poliment que vous n'êtes pas décisionnaire, enfin chercher à mettre un terme à la conversation.

4- Le client éprouvant des difficultés d'expression

Son profil :

C'est peut-être simplement quelqu'un qui rencontre des difficultés pour s'exprimer oralement, mais c'est peut-être aussi une personne qui maîtrise mal notre langue. Dans les deux cas, il peut s'irriter d'avoir à répéter plusieurs fois la même idée car cela met en relief sa difficulté ou sa différence.

Votre attitude :

Surtout, **ne l'interrompez pas** et **écoutez-le attentivement**. Posez-lui ensuite des questions pour préciser sa demande, puis résumez ce qu'il vous a dit afin d'être certain d'avoir tout compris. Enfin, répondez à son problème. Faites preuve de patience et encouragez-le.

MANAGER FORMATION

5- Le client en colère

Son profil :

Le Client en colère est quelqu'un qui est sous tension, irrité et irritable, qui ne parvient pas à canaliser son agressivité autrement qu'en s'emportant, Il ne se maîtrise plus et peut à la limite devenir dangereux, Mais attention, sa colère peut aussi être légitime.

Votre attitude :

La première des règles à observer est de **rester calme** et de maîtriser ses émotions : **aucune réactivité**. En ne répondant pas du tac au tac à votre interlocuteur, vous éviterez la confrontation, En **écoutant attentivement** votre interlocuteur, d'abord vous le libérerez de ses tensions en le laissant s'exprimer mais surtout vous vous donnerez les moyens de comprendre la situation afin de pouvoir **résoudre son problème**. Evitez de donner un conseil si vous n'avez pas complètement saisi la situation.

6- Le client handicapé

Son profil :

C'est avant tout une personne comme une autre, ou plutôt elle voudrait être considérée comme telle, Le plus insupportable pour cette personne c'est le regard de l'autre, qu'elle a tendance à considérer comme fuyant ou empreint de pitié à son égard. Elle sait qu'elle est différente, elle ne souhaite pas qu'on le lui rappelle.

Votre attitude :

Votre comportement doit être **le plus naturel possible**, ne dégageant ni gêne ni surprise encore moins de pitié, Bien sûr vous pouvez offrir votre aide, mais sans insister. En fait, adaptez-vous à la situation et si celle-ci exige (la situation) que vous agissiez, alors agissez, mais si vous pensez que vous ne devez pas intervenir, alors ne faites rien.

Ex : un malentendant aura besoin parfois d'être écouté pour formuler son problème et de recevoir par écrit vos commentaires.

Comment apporter une plus-value ?

Les informations demandées par les clients sont à 80 % prévisibles (montant de la facture, raisons de sa résiliation, problèmes de paiement ...)

La plus-value du conseiller clientèle consiste donc à :

- 1- **Se doter des informations** qui lui sont demandées en repérant le niveau de stress de son interlocuteur.

EXEMPLE

CLIENT : « LE MONTANT EST TROP ELEVE, JE NE PEUX PAS PAYER MA FACTURE... »

Accueil : 1 - Rassurer

"Rassurez-vous, Madame, nous allons trouver une solution"

2 - Expliquer

"Pour cette facture, je peux vous proposer un règlement en 2 fois,"

"Ce que je vous conseille pour vos factures à venir, c'est la mensualisation. Grâce au paiement mensuel, la gestion de votre budget d'énergie est simplifiée ! Il vous suffit de souscrire gratuitement au prélèvement automatique et d'opter pour la mensualisation afin de bénéficier d'un échéancier...."

(Vous précisez les étapes et les délais moyens pour cette démarche)

- 2- **Anticiper les besoins**, en fonction des événements et demander les informations qui pourraient être utiles.

"Connaissez-vous notre site internet ? Vous pourrez consulter votre échéancier sur votre espace client".

Cette dernière attitude présente l'avantage de vous donner une image de professionnalisme et de compétence, ainsi vous participez à la construction positive de l'image de votre entreprise.

Les 3 temps de la prise de décision

OBSERVER

= je constate

- Les faits.
- Les questions à se poser ou à poser (vérifier) : QQCCOQP.
- Avoir une vision claire de la situation et savoir la relater.

COMPRENDRE

= j'en déduis

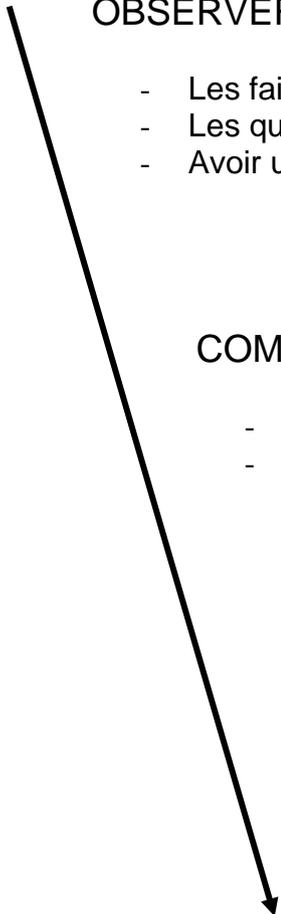
- Evaluer les conséquences pour le client (psychologiques et attentes).
- Déterminer les enjeux de la situation pour mon entreprise.

AGIR

= je propose

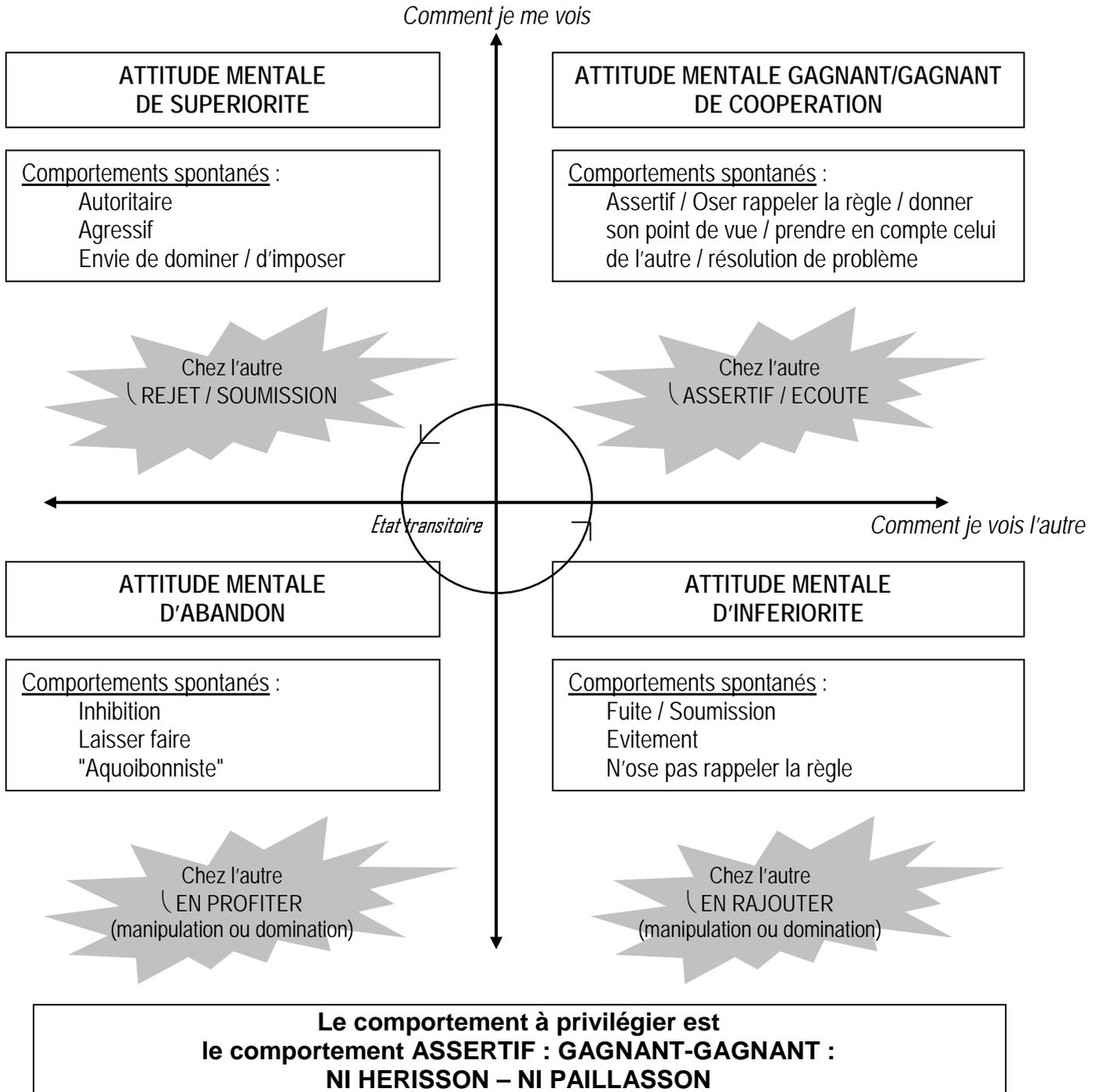
Prendre la meilleure décision possible et la mettre en œuvre.

- Dans le cadre de ma mission, je fais.
- Hors du cadre de ma mission, je signale.



Le style relationnel

C'est la façon dont on entre spontanément en contact avec les autres
= nos "comportements spontanés".



Faire face à une critique justifiée

- **Situation** : vous n'avez pas toujours raison ! Quand vous ferez l'objet d'une critique justifiée, éviter de s'empêtrer dans de vaines discussions pour passer à un dialogue plus constructif sur le présent.
- **Principes** :
 - Rester calme et courtois.
 - Dire que vous comprenez la remarque et ce que peut ressentir votre interlocuteur.
 - Reconnaître la critique justifiée sans tergiverser mais aussi sans vous justifier.
 - Répondre en confirmant ce que votre interlocuteur vous a dit
 - Demander que l'on vous excuse.
- **Observations** :
 - Une critique justifiée peut vous concerner vous ou tout ce qui touche votre entreprise.
- **Conclusion** :
 - Reconnaître rapidement la critique justifiée permet de couper court pour que l'autre ne trouve pas matière à prolonger sa critique. Enchaîner sur une proposition pour corriger l'erreur.

Faire face à une critique injustifiée

- **Situation** : Beaucoup de critiques dont vous ferez l'objet sont injustifiées, par leur excès même ou par leur cause. Vous ne devez pas les accepter sur le fond, mais vous ne pouvez pas empêcher que votre interlocuteur s'exprime.
- **Principes** :
 - Toute opinion est par nature contestable, mais votre interlocuteur a le droit d'émettre une critique sous forme d'opinion ou de jugement sur votre personne, mais vous n'êtes pas tenu d'être d'accord sur le fond.
 - Répondre sans agresser et sans se soumettre.
 - Reconnaître à votre interlocuteur uniquement ce droit d'avoir une telle opinion, ce qui ne vous engage pas à la partager.
 - Utiliser la technique de l'édredon qui consiste à répondre avec le moins de mots possible pour ne pas donner prise aux rebondissements éventuels de votre interlocuteur.
 - Les phrases clés : « c'est une opinion », « c'est un point de vue », « c'est possible »...
 - Rester calme et courtois.
- **Observations** :
 - Ne pas se sentir personnellement attaqué.
- **Conclusion** :
 - Quand on vous juge : « vous êtes... » : « c'est un jugement ».
 - Quand on émet devant vous un sentiment personnel : « ça m'énerve » : « je comprends », c'est un sentiment .
 - Quand on vous fait « le coup » de la logique « c'est pourtant logique » : « c'est une logique ».

Faire patienter un client

- **Situation** : Faire patienter quelqu'un qui n'est pas toujours patient.
- **Principes** :
 - Pour rassurer votre interlocuteur, tout en le préparant à attendre quelques moments, lui annoncer en même temps :
 - Ce qui arrive,
 - Que vous vous occupez personnellement de son problème,
 - Le temps d'attente et, si l'attente est longue, proposer à la personne de la prévenir ou de la rappeler.
- **Observations** :
 - Faire appel au bon vouloir : « si vous voulez bien » plutôt que l'impératif « attendez ».
- **Conclusion** :
 - Ne pas oublier de prévenir et, si face à face, contact visuel.

Savoir dire non : aimable avec le client et ferme avec les règles

- **Situation** : Opposer un refus à une demande d'un client. Rappel : il n'est jamais agréable de se voir refuser ce que l'on espère.
- **Principes** :
 - Quand vous devez refuser, le faire d'entrée de jeu pour que votre refus apparaisse d'autant plus légitime.
 - Ne pas entretenir de fausse espérance en différant votre refus.
 - Pour que votre interlocuteur ne se braque pas, faire suivre le refus d'une porte de sortie : « je vous propose de... », « que puis-je faire d'autre pour vous... ».
 - Exprimer votre sentiment : "Je suis désolé de ne pouvoir...", " Malheureusement, je ne peux pas vous rendre le service demandé..." Eviter le 'non' au téléphone.
- **Observations** :
 - Attention de ne pas entrer dans des explications longues et « fumeuses » et se centrer rapidement sur une solution de rechange.
 - Savoir dire à son interlocuteur que vous vous répétez : « je répète que vous ne pouvez pas... ».
- **Conclusion** :
 - Dire non, c'est comme annoncer une mauvaise nouvelle.
 - Ne pas hésiter à dire : « j'ai des consignes », « ce sont les instructions »...
 - Si votre interlocuteur la joue « affectif », répondre également sur le mode affectif : « vous-même, soyez gentil de .. ».

Processus de résolution : E. R. I. C.

Une fois la colère désamorcée, il devient plus facile de tenter de résoudre le problème. La technique d'ERIC peut nous aider :

- **E**coutez ce que votre interlocuteur veut vous dire
- **R**écapitulez sa demande en montrant que vous avez compris ce qu'il attend de vous.
- **I**nterrogez-le pour obtenir le maximum d'informations qui vous permettront d'évaluer sa demande et de savoir sur quel point lui donner satisfaction.
- **C**onfirmes la façon dont vous allez traiter sa demande.

Les émotions

PEUR 	COLERE 	TRISTESSE 	JOIE 
Anxieux Timoré Modeste Désorienté Confus Craintif Fourbe Défensif Emotif Faible Effrayé Coupable Harcelé Démuni Humble Inhibé Agité Perdu Nerveux Paniqué Pessimiste Chancelant Plein d'appréhension Tendu Angoissé Timide Incertain Coincé Troublé Dévalorisé	Fâché Contrarié Amer Enervé Envieux Furieux Renfrogné Hostile Affamé Hystérique Jaloux Mesquin Insatisfait Sous pression Qui proteste Provoqué Rancunier Révolté Choqué Suffisant Excité Sauvage Mécontent Trompé Trahi Détesté Frustré Dur Critique Agacé	Apathique Honteux Abattu Ennuyé Vaincu Déprimé Désespéré Détaché Découragé Dégoûté Vide Humilié Blessé Inadéquat Isolé Léthargique Malheureux Négligé Nostalgique Rejeté Triste Sot Affligé Désolé Fatigué Laid Blessé Inintéressant Mal à l'aise	Affectueux Agréable Confortable Enthousiaste Exubérant En harmonie Chanceux Libre En communion Amicalement En forme Bon Reconnaissant Heureux Amoureux Gai Plein d'espoir Ravi Intense Allègre Joyeux Aimé Merveilleux Tendre En sympathie Optimiste Passionné Décontracté Satisfait Chaleureux



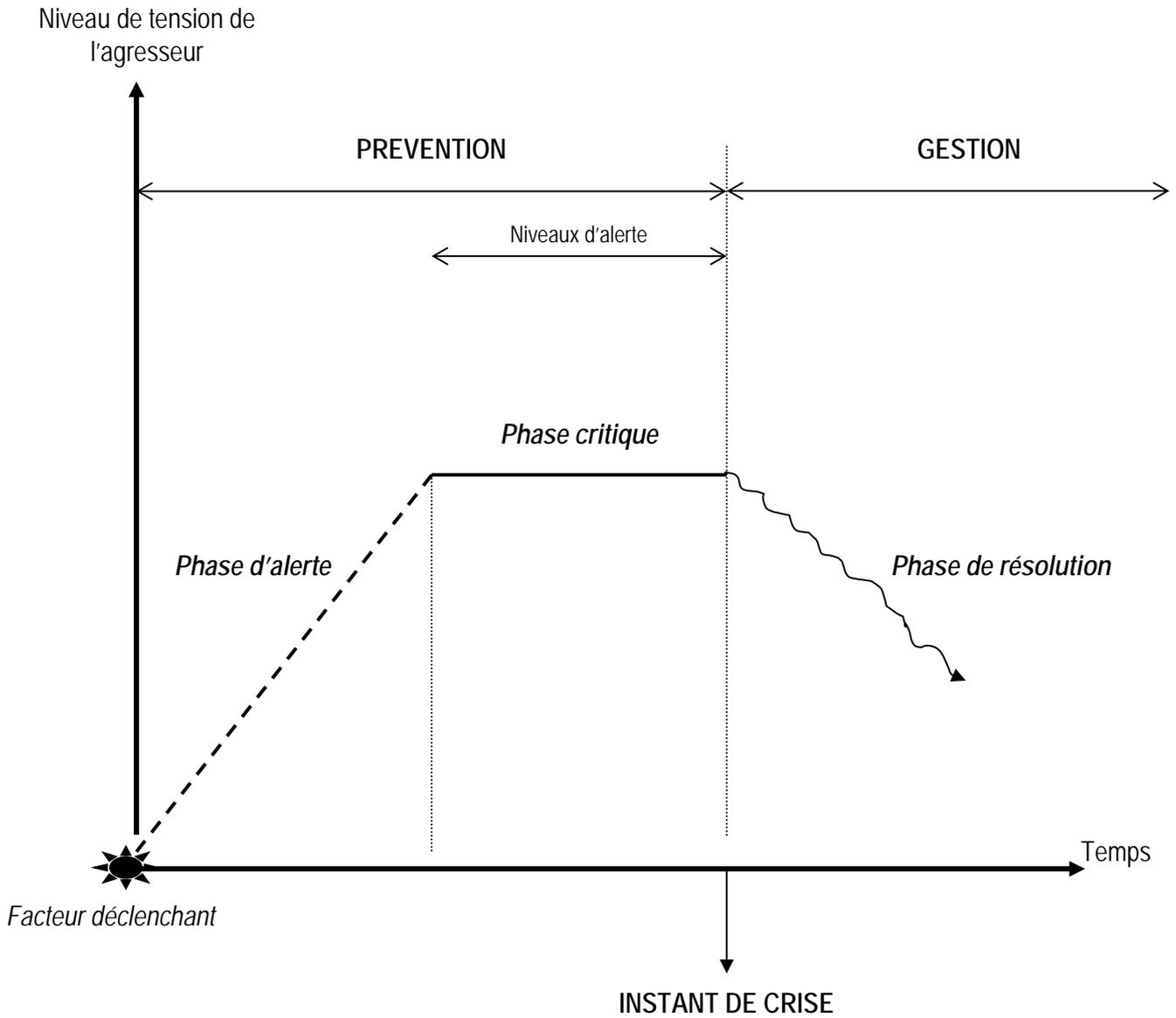
Identifier l'objet de l'émotion :

PROTECTION	CHANGEMENT	FAIRE LE DEUIL	PARTAGE
-------------------	-------------------	-----------------------	----------------

La résolution du problème

PHASES DE RESOLUTION	QUESTIONS A (SE) POSER	REPONSES APPORTEES
<p>Identification</p> <p>1 – Définition</p> <p>2 – Information</p> <p>3 – Explication</p>	<p>Quel est le problème ?</p> <p>Que savons-nous de ce problème ? Quels en sont les protagonistes ? Quel est le contexte ?</p> <p>Pourquoi les choses se passent-elles ainsi ? Quelles en sont les causes ou les raisons ?</p>	
<p>Recherche de solutions</p>	<p>Quel est mon objectif ? Que dois-je faire ? Que ne dois-je pas faire ? Qu'est-ce qui peut être fait par chacun ?</p>	
<p>Évaluation des solutions</p>	<p>Comment choisir la solution la meilleure (critères) ? Quelles sont celles qui lèsent le moins d'intérêt ?</p>	
<p>Prise de décision</p>	<p>Quelle solution retenir ? N'a-t-on rien oublié ? Pouvons-nous programmer l'action ? Quand doit-on se revoir pour faire le point ?</p>	

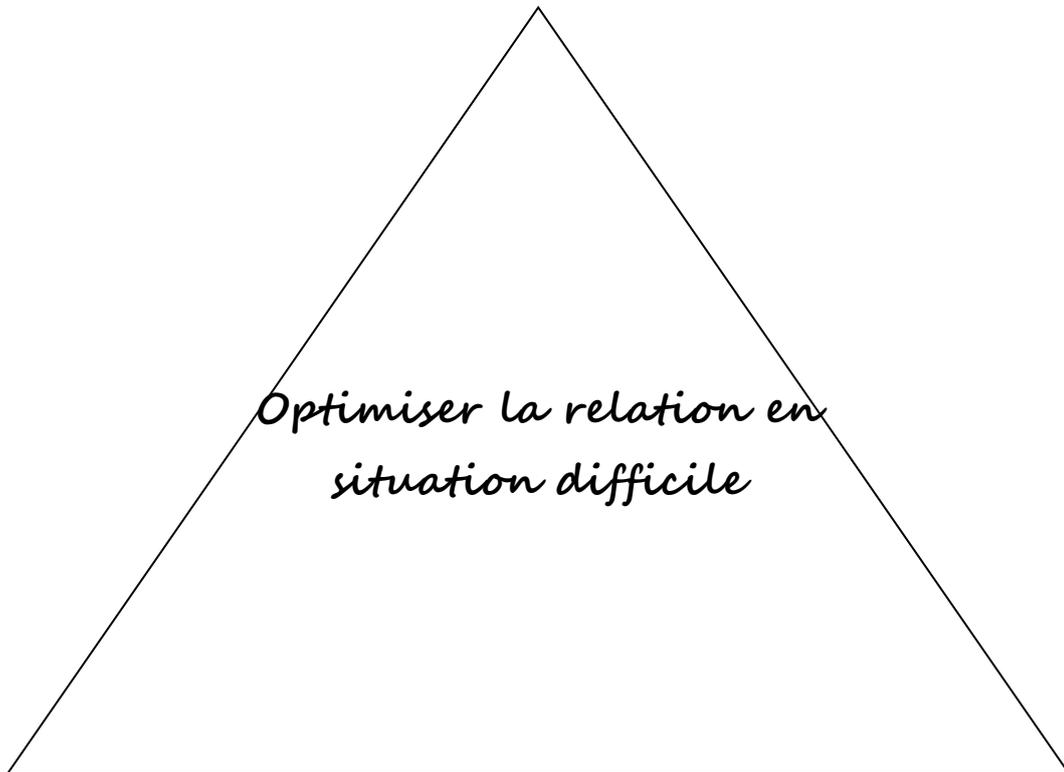
Le conflit



Les Repères en situation difficile

Principes

- *La sortie honorable, pour moi et pour lui*
- *Le respect du cadre de la mission*
- *Le comportement nourrit le*



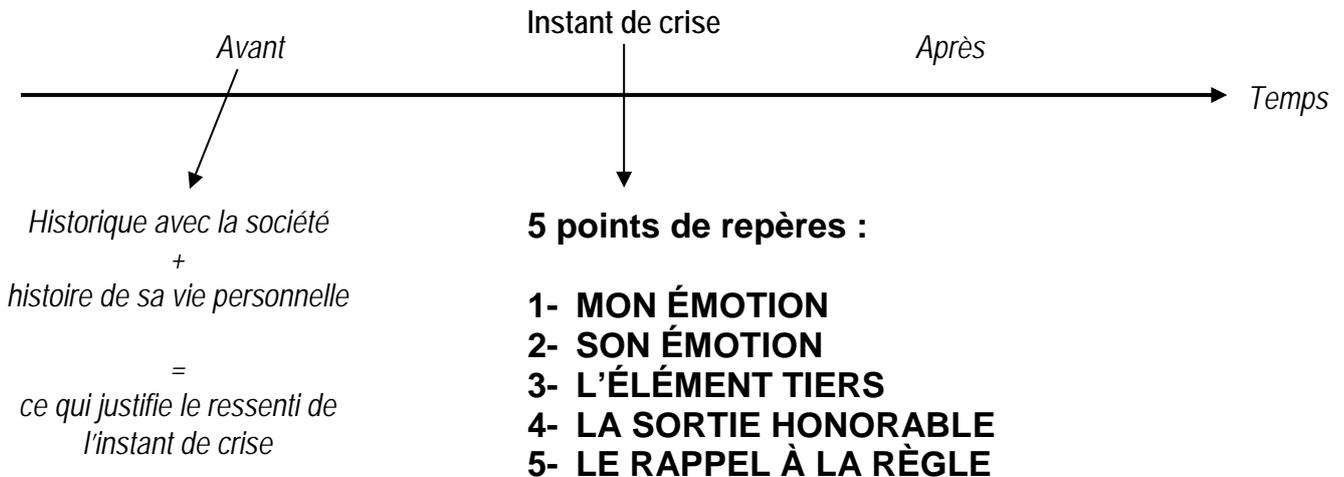
Moments de vérité

- *La prise de contact*
- *Les critiques*
- *Les dysfonctionnements*

Techniques

- *Maîtrise de soi*
- *L'écoute active et l'empathie*

L'instant de crise



1- MON ÉMOTION

Il s'agit de gérer mon émotion : être maître de mon émotion.
Cela passe, notamment, par la respiration.

2- SON ÉMOTION

Il s'agit d'accueillir l'émotion de l'autre : prendre le temps de lui montrer que l'on a vu son émotion.
Le laisser l'exprimer complètement.
Sinon, on n'est pas en phase.

3- L'ÉLÉMENT TIERS

Il s'agit de trouver, d'inventer un élément tiers (interrompre la conversation puis rappeler), c'est-à-dire de faire diversion pour casser la tension qui règne.

4- LA SORTIE HONORABLE

Il s'agit d'offrir une sortie honorable pour vous deux : proposer quelque chose qui va dans son sens et non pas contre lui.
Cela passe, notamment, par lui offrir des pistes de solutions potentielles réalistes (attention, à ne pas lui faire des propositions irréalistes) ; Si possible, lui donner le choix.

5- LE RAPPEL À LA RÈGLE

Il s'agit ici de préparer l'après instant de crise, sinon on risque d'être exposé en permanence à des instants de crise.
Dire les règles du jeu, c'est les faire exister.

La dynamique de la relation

