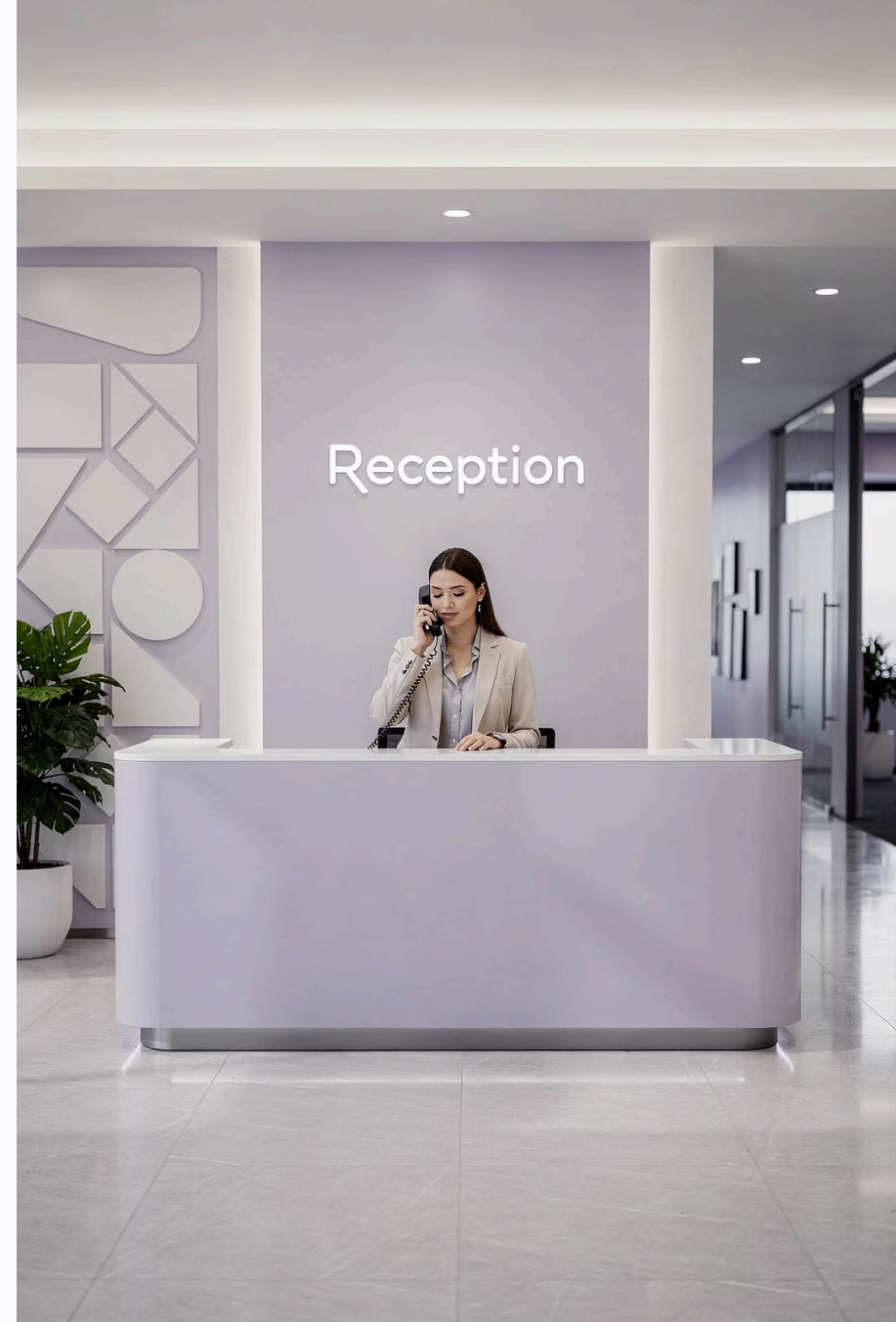


# La Communication Orale et Écrite avec les Clients et Usagers

Chapitre 3 — Ce cours vous accompagne dans la maîtrise des techniques de communication professionnelle, qu'elles soient orales ou écrites, en face-à-face, au téléphone ou via les outils numériques. Il est destiné aux agents d'accueil et aux professionnels en contact direct avec des clients et usagers.

CHAPITRE 3

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE



# Sommaire du chapitre

01

---

## 3.1 — Communication téléphonique

Accueil, écoute, reformulation et conclusion d'un appel professionnel

02

---

## 3.2 — Rédaction d'écrits professionnels

Email, courrier, note interne : structure et ton adapté

03

---

## 3.3 — Écoute active et questionnement

Techniques d'écoute et de questionnement en situation d'accueil

04

---

## 3.4 — Adaptation du discours

Registre de langue, vocabulaire approprié et empathie

05

---

## 3.5 — Outils numériques

Messagerie, chat, formulaires et espaces clients



## SECTION 3.1

# La Communication Téléphonique Professionnelle

Le téléphone reste l'un des canaux les plus utilisés dans la relation client et usager. Une communication téléphonique bien menée renforce la confiance et l'image de l'organisation. À l'inverse, un appel mal géré peut générer frustration, incompréhension et perte de confiance. Ce cours présente les quatre étapes fondamentales d'un appel professionnel réussi.

# Les 4 étapes d'un appel téléphonique professionnel



## 1. L'accueil

Se présenter clairement : nom, service, organisation. Adopter un ton chaleureux et professionnel dès les premières secondes.



## 2. L'écoute

Laisser l'interlocuteur s'exprimer sans l'interrompre. Prendre des notes, signaler sa présence par des acquiescements verbaux.



## 3. La reformulation

Résumer la demande pour s'assurer de la bonne compréhension. Corriger les éventuels malentendus avant de répondre.



## 4. La conclusion

Synthétiser les actions convenues, remercier l'appelant et prendre congé de manière courtoise et professionnelle.

Chaque étape contribue à la qualité globale de l'échange. Une conclusion soignée laisse une impression positive durable et confirme à l'utilisateur que sa demande a bien été prise en charge.

# L'accueil téléphonique : les bonnes pratiques

## Ce qu'il faut faire ✓

- Décrocher avant la 3<sup>e</sup> sonnerie
- Se présenter : prénom, service, organisation
- Adopter un sourire vocal (il s'entend !)
- Parler distinctement et à un rythme modéré
- Proposer son aide dès l'accueil

## Ce qu'il faut éviter ☒

- Répondre de manière abrupte ou sans se présenter
- Mâcher, soupirer ou parler à quelqu'un d'autre en même temps
- Mettre en attente sans prévenir l'interlocuteur
- Utiliser un vocabulaire trop familier ou du jargon technique
- Raccrocher sans vérifier que la demande est résolue

La première impression est déterminante. Un accueil chaleureux et structuré rassure immédiatement l'interlocuteur et pose les bases d'un échange constructif.

# La reformulation : un outil clé de compréhension

La reformulation consiste à répéter avec ses propres mots ce que l'interlocuteur vient d'exprimer, afin de vérifier la bonne compréhension de sa demande et de lui montrer qu'on l'a bien écouté. C'est un outil puissant pour éviter les malentendus et instaurer un climat de confiance.

## Reformulation écho

Répéter les derniers mots de l'interlocuteur : « *Vous dites que votre dossier n'a pas été traité...* »

## Reformulation synthèse

Résumer l'ensemble du message : « *Si je comprends bien, vous souhaitez modifier votre rendez-vous du 15 mars.* »

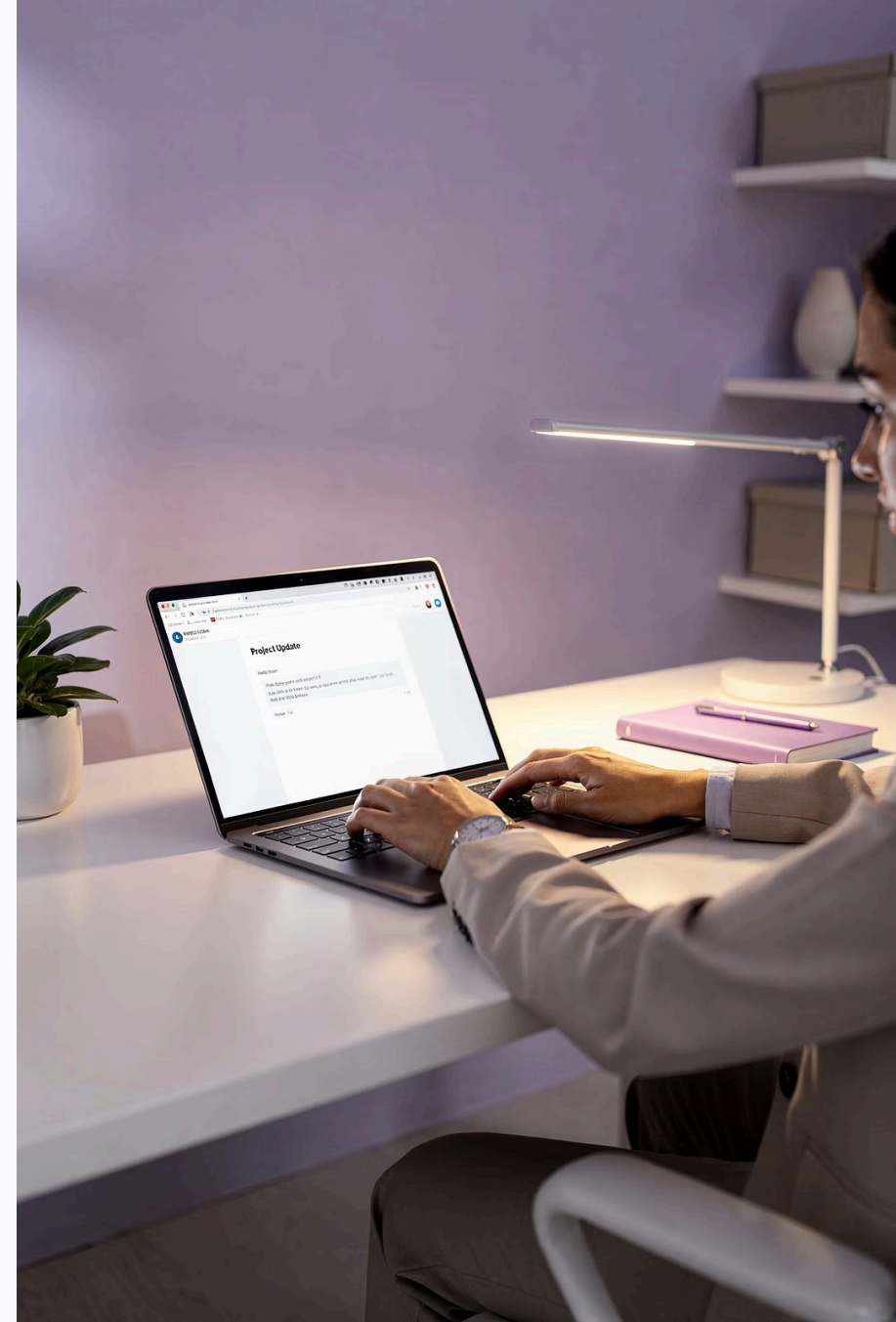
## Reformulation clarification

Poser une question pour préciser : « *Vous voulez dire que vous n'avez reçu aucune réponse depuis deux semaines, c'est bien ça ?* »

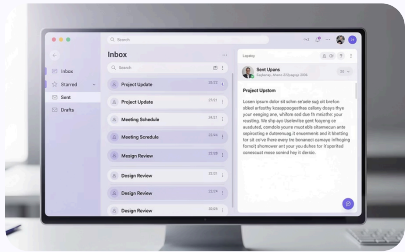
## SECTION 3.2

# La Rédaction d'Écrits Professionnels

L'écrit professionnel est un acte de communication engageant. Qu'il s'agisse d'un email, d'un courrier officiel ou d'une note interne, chaque document reflète l'image de l'organisation et doit respecter des codes précis de structure, de ton et de présentation. Ce cours aborde les spécificités de chaque type d'écrit professionnel.

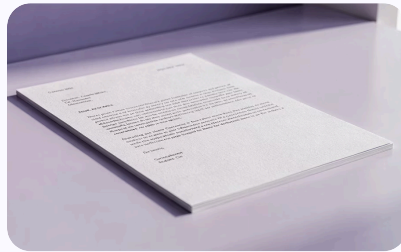


# Les trois grands types d'écrits professionnels



## L'email professionnel

Objet clair et précis, formule d'appel adaptée, corps structuré en paragraphes courts, formule de politesse appropriée. L'email doit aller à l'essentiel tout en restant courtois. Répondre sous 24 à 48 heures maximum.



## Le courrier officiel

Respecte une mise en page codifiée : en-tête, références, objet, corps, signature. Le ton est plus formel que l'email. Il engage juridiquement l'organisation et doit être soigné dans sa rédaction et sa présentation.



## La note interne

Document de communication interne destiné aux collègues ou à la hiérarchie. Elle est concise, directe, sans formule de politesse élaborée. Elle informe, transmet des instructions ou signale une situation particulière.

# Structure et ton : les règles essentielles

## La structure d'un écrit efficace

### 1 L'introduction

Présenter le contexte et l'objet du message en une ou deux phrases. L'interlocuteur doit comprendre immédiatement pourquoi il reçoit ce document.

### 2 Le développement

Exposer les informations de manière logique et organisée. Utiliser des paragraphes courts et des listes si nécessaire pour faciliter la lecture.

### 3 La conclusion

Indiquer clairement les suites attendues (action, réponse, décision) et terminer par une formule de politesse adaptée au destinataire et au contexte.

## Le ton adapté selon le destinataire

- **Client ou usager externe** : ton formel, respectueux, empathique, sans jargon technique
- **Collègue ou partenaire** : ton professionnel mais plus direct, possible usage d'abréviations internes connues
- **Hiérarchie** : ton respectueux, précis, factuel

Un écrit mal calibré dans son ton peut créer une impression de froideur, d'arrogance ou d'incompétence. Le ton juste renforce la crédibilité professionnelle.

# Les erreurs fréquentes à éviter à l'écrit

## **Le manque de clarté**

Des phrases trop longues, des tournures ambiguës ou un vocabulaire trop technique rendent le message difficile à comprendre. Privilégier des phrases courtes (15 à 20 mots) et un vocabulaire accessible.

## **Le ton inadapté**

Un registre trop familier avec un client, ou trop froid avec un collègue, nuit à la relation. Toujours adapter le niveau de langue à la relation et au contexte.

## **L'absence de relecture**

Les fautes d'orthographe et de grammaire décrédibilisent l'auteur et l'organisation. Relire systématiquement avant d'envoyer, et utiliser un correcteur orthographique.

## **L'oubli des éléments essentiels**

Un objet vide dans un email, l'absence de référence dans un courrier ou l'oubli d'une pièce jointe annoncée sont des erreurs courantes qui fragilisent la communication professionnelle.

## SECTION 3.3

# L'Écoute Active en Situation d'Accueil

L'écoute active est bien plus qu'entendre ce que dit l'interlocuteur : c'est une posture globale qui implique la concentration, l'observation, la disponibilité mentale et la volonté sincère de comprendre. En situation d'accueil, elle est la compétence fondamentale sur laquelle reposent toutes les autres.



# Les composantes de l'écoute active



## L'attention totale

Suspendre toute activité parallèle. Regarder l'interlocuteur, se tourner vers lui physiquement. Ne pas interrompre. Laisser les silences s'installer sans les combler précipitamment.



## La compréhension du message

Identifier non seulement ce qui est dit, mais aussi ce qui est implicite ou ressenti. Distinguer les faits, les demandes, les émotions et les attentes sous-jacentes de l'interlocuteur.



## La rétroaction verbale

Signaler que l'on écoute par des signaux verbaux (« oui », « je comprends », « bien sûr ») et reformuler régulièrement pour valider la compréhension et rassurer l'interlocuteur.



## Le langage non-verbal

En face-à-face, la posture ouverte, le contact visuel et les hochements de tête affirment l'écoute. Le corps communique autant que les mots. Une attitude fermée (bras croisés, regard fuyant) contredit les mots.

# Les techniques de questionnement

Bien questionner est un art qui permet de mieux cerner la demande de l'interlocuteur, de l'orienter efficacement et d'éviter les allers-retours inutiles. Les questions doivent être posées avec tact et dans un ordre logique.



## Questions ouvertes

Invitent à s'exprimer librement. Commencent par « Comment », « Pourquoi », « Que », « Qu'est-ce que ». Exemple : « *Qu'est-ce qui vous amène aujourd'hui ?* » Utiles en début d'entretien pour comprendre la situation globale.



## Questions fermées

Appellent une réponse par oui ou non. Permettent de confirmer un fait précis. Exemple : « *Avez-vous reçu notre courrier du 10 mars ?* » Utiles pour valider un point ou obtenir une réponse nette.



## Questions alternatives

Proposent deux choix à l'interlocuteur, ce qui facilite la décision et oriente l'échange. Exemple : « *Préférez-vous un rendez-vous le matin ou l'après-midi ?* »

### La règle d'or du questionnement

Ne jamais poser plusieurs questions à la suite sans laisser le temps de répondre. Une question à la fois, dans un ordre logique : du général vers le particulier. Cela évite de mettre l'interlocuteur en difficulté et permet une collecte d'informations structurée et complète.

En situation d'accueil complexe, combiner les trois types de questions permet d'obtenir une image complète de la situation en un minimum d'échanges. Le questionnement bien conduit réduit le temps de traitement et améliore la satisfaction de l'utilisateur.



#### SECTION 3.4

## L'Adaptation du Discours à l'Interlocuteur

Chaque interlocuteur est différent : son niveau de compréhension, son état émotionnel, son rapport à l'institution et ses attentes varient. Adapter son discours, c'est reconnaître cette diversité et moduler sa communication pour que le message soit réellement reçu et compris. C'est une compétence centrale du professionnel de l'accueil.

# Registre de langue et vocabulaire adapté

## Les trois registres de langue

- **Registre soutenu** : utilisé dans les écrits formels et officiels. Formules élaborées, vocabulaire précis.
- **Registre courant** : le registre de référence en communication professionnelle orale et écrite avec les usagers. Clair, correct, sans vulgarité.
- **Registre familier** : à éviter en contexte professionnel. Risque de nuire à la crédibilité et au respect mutuel.

## Adapter son vocabulaire

Le jargon administratif ou technique peut exclure et déstabiliser l'utilisateur. Il est indispensable de :

- Remplacer les termes techniques par des formulations simples et concrètes
- Vérifier que l'interlocuteur a bien compris en lui posant une question ouverte
- Éviter les acronymes non expliqués (ex. : « CAF », « DRH », « RSA » sans explication)
- S'adapter au niveau de langue apparent de l'interlocuteur sans jamais être condescendant

Un vocabulaire adapté est signe de respect et de professionnalisme. Il fluidifie l'échange et réduit le risque d'incompréhension.

# L'empathie : une compétence professionnelle essentielle

« L'empathie, c'est la capacité de se mettre à la place de l'autre pour comprendre ce qu'il ressent, sans pour autant perdre de vue sa propre posture professionnelle. »

## Reconnaître les émotions de l'interlocuteur

Un usager qui arrive stressé, en colère ou déstabilisé a besoin d'être reconnu dans son état émotionnel avant d'être orienté vers une solution. Nommer l'émotion avec bienveillance désamorce souvent la tension : « *Je comprends que cette situation soit difficile pour vous.* »

## Manifester de la considération

Appeler l'interlocuteur par son nom (si connu), lui accorder du temps, ne pas le faire sentir comme un numéro dans une file d'attente. Ces marques d'attention simples ont un impact fort sur la qualité perçue de l'accueil.

## Maintenir la posture professionnelle

L'empathie ne signifie pas partager les émotions de l'autre ni promettre l'impossible. Il s'agit de comprendre pour mieux aider, tout en restant dans son rôle et dans les limites de ses attributions.



## SECTION 3.5

# Les Outils de Communication Numérique

La transformation numérique des services publics et des entreprises a profondément modifié les canaux de communication avec les clients et usagers. Aux côtés du téléphone et du guichet physique, de nouveaux outils se sont imposés : messagerie électronique, chat en ligne, formulaires numériques et espaces clients. Chacun de ces outils obéit à des codes et des usages spécifiques que le professionnel de l'accueil doit maîtriser.

# Panorama des outils numériques de communication



## La messagerie électronique

Canal asynchrone de référence pour les échanges professionnels écrits. Permet de conserver une trace écrite. Nécessite un objet précis, une rédaction soignée et un délai de réponse respecté (48h maximum). La gestion de la boîte mail est une compétence en soi : tri, dossiers, relances, archivage.



## Le chat en ligne

Canal synchrone permettant une réponse quasi-immédiate. Le ton y est plus direct et concis que dans un email. Les réponses doivent être courtes, claires et réactives. L'agent doit gérer parfois plusieurs conversations en parallèle, ce qui exige une bonne organisation et une attention soutenue.



## Les formulaires numériques

Permettent de collecter des informations structurées auprès des usagers (demandes, réclamations, inscriptions). L'agent doit savoir orienter l'utilisateur vers le bon formulaire, l'aider à le compléter si nécessaire, et traiter les données reçues dans les délais impartis.



## Les espaces clients

Plateformes personnalisées permettant à l'utilisateur d'accéder à ses données, de suivre ses dossiers et d'effectuer des démarches en autonomie. L'agent joue un rôle clé dans l'accompagnement à l'utilisation de ces espaces, notamment pour les publics moins familiers du numérique.

# Bonnes pratiques pour les outils numériques


## Posture professionnelle en ligne

- **Respecter les délais de réponse** : chaque canal a son standard (email : 48h, chat : immédiat, formulaire : selon procédure interne)
- **Conserver un ton professionnel** : même sur un chat, éviter le langage SMS, les abréviations et les émoticônes non appropriés
- **Protéger les données personnelles** : ne jamais demander ni transmettre des données sensibles via des canaux non sécurisés
- **Accompagner les usagers en difficulté numérique** : identifier les personnes qui peinent à utiliser les outils en ligne et les orienter vers une aide adaptée

## La question de l'inclusion numérique

Tous les usagers ne sont pas à l'aise avec les outils numériques. Les professionnels de l'accueil doivent :

- Identifier les situations d'illectronisme (incapacité à utiliser les outils numériques)
- Proposer systématiquement une alternative non-numérique (téléphone, guichet)
- Orienter vers des dispositifs d'aide : conseillers numériques, espaces France Services, etc.

 L'inclusion numérique est une priorité des politiques publiques. L'agent d'accueil est en première ligne pour la mettre en œuvre au quotidien.

# Synthèse du Chapitre 3

Ce chapitre vous a permis d'explorer l'ensemble des dimensions de la communication professionnelle avec les clients et usagers. Voici les points essentiels à retenir.

## **Communication téléphonique**

Accueil structuré en 4 étapes : accueil, écoute, reformulation, conclusion. Le ton et la posture sont déterminants.

## **Écrits professionnels**

Email, courrier, note : chaque format a sa structure et son ton. Clarté, concision et relecture sont indispensables.

## **Écoute active**

Écouter vraiment, questionner avec méthode (ouvert, fermé, alternatif) et reformuler pour valider la compréhension.

## **Adaptation du discours**

Registre de langue approprié, vocabulaire accessible, empathie sincère : des leviers puissants pour une relation de qualité.

## **Outils numériques**

Messagerie, chat, formulaires, espaces clients : maîtriser ces outils et accompagner les usagers en difficulté numérique.

✔ La communication professionnelle s'apprend et se perfectionne. Chaque interaction est une opportunité de progresser et de renforcer la qualité du service rendu aux usagers.