

18 Fiches de Révision

BTS ESF

Communication professionnelle

Animation d'équipe

- ✓ Fiches de révision
- ✓ Fiches méthodologiques
- ✓ Tableaux et graphiques
- ✓ Retours et conseils



Conforme au Programme Officiel



Garantie Diplômé(e) ou Remboursé

4,7/5 selon l'Avis des Étudiants



Préambule

1. Le mot du formateur :



Hello, moi c'est **Laura Rousseau** 🙋

D'abord, je tiens à te remercier de m'avoir fait confiance et d'avoir en choisissant www.btsest.fr.

Si tu lis ces quelques lignes, saches que tu as déjà fait le choix de la **réussite**.

Dans cet E-Book, tu découvriras comment j'ai obtenu mon **BTS ESF** avec une moyenne de **16.63/20** grâce à ces **fiches de révisions**.

2. Pour aller beaucoup plus loin :

Si tu lis ces quelques lignes, c'est que tu as déjà fait le choix de la réussite, félicitations à toi.

En effet, tu as probablement déjà pu accéder aux **83 Fiches de Révision** et nous t'en remercions.

Vous avez été très nombreux à nous demander de créer une **formation 100% vidéo** axée sur l'apprentissage de manière efficace de toutes les informations et notions à connaître.



Chose promise, chose due : Nous avons créé cette formation unique composée de **5 modules ultra-complets** afin de vous aider, à la fois dans vos révisions en BTS ESF, mais également pour toute la vie.

En effet, dans cette formation vidéo de **plus d'1h20 de contenu ultra-ciblé**, nous abordons différentes notions sur l'apprentissage de manière très efficace. Oubliez les "séances de révision" de 8h d'affilés qui ne fonctionnent pas, adoptez plutôt des vraies techniques d'apprentissages **totallement prouvées par la neuroscience**.

3. Contenu de la formation vidéo :

Cette formation est divisée en 5 modules :

1. **Module 1 – Principes de base de l'apprentissage (21 min)** : Une introduction globale sur l'apprentissage.
2. **Module 2 – Stéréotypes mensongers et mythes concernant l'apprentissage (12 min)** : Pour démystifier ce qui est vrai du faux.
3. **Module 3 – Piliers nécessaires pour optimiser le processus de l'apprentissage (12 min)** : Pour acquérir les fondations nécessaires au changement.
4. **Module 4 – Point de vue de la neuroscience (18 min)** : Pour comprendre et appliquer la neuroscience à sa guise.
5. **Module 5 – Différentes techniques d'apprentissage avancées (17 min)** : Pour avoir un plan d'action complet étape par étape.
6. **Bonus** – Conseils personnalisés, retours d'expérience et recommandation de livres : Pour obtenir tous nos conseils pour apprendre mieux et plus efficacement.

Découvrir Apprentissage Efficace

E4 : Communication professionnelle – Animation d'équipe

Présentation de l'épreuve :

S'effectuant sous la forme d'une situation d'évaluation en CCF (Contrôle en Cours de Formation), l'épreuve E4 « Communication professionnelle - Animation d'équipe » possède un coefficient de 4.

Conseil :

L'épreuve E4 est capitale pour la réussite du BTS ESF. En effet, bien qu'elle représente « seulement » 15 % de la note finale, il peut s'agir des points qui te feront obtenir le BTS. Il ne faut donc surtout pas la négliger et avoir les bonnes clés entre les mains te permettra d'obtenir une excellente note sans trop de difficulté.

Pour la réussir, tu devras alors t'entraîner sur les différentes notions ayant un attrait avec l'animation et la communication professionnelle. L'apprentissage par cœur de manière « scolaire » n'est donc pas important.

Table des matières

Chapitre 1 : Les situations de communication en équipe	5
1. Les différents types de communication et leurs outils	5
2. Supports visuels et audiovisuels	5
3. Les différentes situations de communication.....	6
Chapitre 2 : La communication d'entreprise.....	7
1. La communication d'entreprise.....	7
2. La communication interne.....	7
3. La communication externe.....	7
Chapitre 3 : Les modèles et la qualité de la communication	9
1. La polysémie du mot « communication »	9
2. Le modèle technique et linéaire	9
3. Les modèles de l'École de Palo Alto	9
Chapitre 4 : Le processus de communication.....	11
1. Préambule	11
2. La construction et le partage du sens	11
3. La construction de référents collectifs.....	11
4. La proxémique	12
Chapitre 5 : Les enjeux de la communication.....	13

1.	Généralités	13
2.	Les différents types d'enjeux.....	13
Chapitre 6 : La prise en compte de la complexité de la communication professionnelle		14
1.	Prise en compte du contexte	14
2.	Présentation du message selon un code connu du récepteur.....	14
3.	Décoder les dysfonctionnements dans les processus de communication.....	14
Chapitre 7 : Techniques d'animation d'équipe		16
1.	Principes généraux.....	16
2.	La méthode interrogative	16
3.	Le post-it.....	17
4.	Le QCM.....	17
5.	Le brainstorming.....	17

Chapitre 1 : Les situations de communication en équipe

1. Les différents types de communication et leurs outils :

La communication écrite :

La communication écrite correspond aux spécificités rédactionnelles (structuration logique, lisibilité et qualité d'expression écrite) ainsi qu'aux spécificités liées à la forme (règles de mise en forme et respect de la charte graphique).

Exemple de communication écrite :

- Rédaction de notes de service ;
- Lettres ;
- Comptes-rendus ;
- Procès-verbaux ;
- Journaux ;
- Etc.

La communication orale :

La communication orale est la partie la plus importante des échanges car les situations de travail se font majoritairement oralement.

Exemple de communication orale :

- Entretien téléphonique ;
- Accueil en face-à-face ;
- Réalisation d'un message sur répondeur ;
- Animation d'une réunion ;
- Etc.

2. Supports visuels et audiovisuels :

Utilité de ce type de supports :

Les supports visuels et audiovisuels peuvent venir appuyer une communication orale.

Exemple de supports :

- Diaporama de présentation ;
- Vidéo de présentation ;
- Flyers distribués ;
- Graphiques ;
- Etc.

Spécificités de ce type de support :

Le fait d'utiliser ce type de support nécessite une mise en page transparente ainsi qu'un équilibre textes/images/sons d'une séquence vidéo. Le choix du support nécessite une réflexion et une cohérence vis-à-vis de la présentation orale.

Moyens de communication variés :

Les technologies de l'information et de la communication sont variées : Audioconférence, visioconférence, listes de diffusion par courriel électronique, Intranet ou Internet, réunion téléphonique, etc.

3. Les différentes situations de communication :**Les situations de communication interpersonnelle :**

Mise en relation de 2 personnes.

Exemples de situations de communication interpersonnelle :

- Entretien ;
- Accueil en face-à-face ou à distance ;
- Etc.

Les situations de communication dans un groupe :

Les situations de communication dans un groupe concernent la mise en relation de plusieurs personnes.

Exemples de situations de communication dans un groupe :

- Participation ou animation à une réunion ;
- Participation à une conférence ;
- Animation d'un séminaire ;
- Etc.

Chapitre 2 : La communication d'entreprise

1. La communication d'entreprise :

La communication d'entreprise :

Toutes entreprises communiquent en permanence à la fois à l'intérieur de sa structure et à son environnement extérieur.

Les besoins de la communication d'entreprise :

- Les enjeux de la communication ;
- Les objectifs propres à chaque situation de communication ;
- La nature des relations entre les acteurs impliqués.

2. La communication interne :

Objectifs de la communication interne :

La communication interne a pour objectif de mettre en relation les salariés de l'entreprise afin de faciliter l'action collective.

Différentes natures des objectifs :

- **Dimension utilitariste** : L'objectif est de faire connaître à chaque salarié à la fois sa mission, mais également les instructions relatives à son travail ;
- **Dimension humaine** : L'idée est d'assurer la cohésion sociale contribuant à la création d'une véritable culture d'entreprise ainsi que la préparation au changement.

Quelques exemples de la communication interne :

Type de rapport	Exemples
Rapport asymétrique induisant de la distance dans la relation	<ul style="list-style-type: none">• Information descendante d'un supérieur donnant des consignes à un subordonné ;• Information ascendante d'un subordonné rendant compte à son supérieur hiérarchique.
Rapport symétrique induisant de la proximité dans la relation	<ul style="list-style-type: none">• Information d'égal à égal établissant une relation de coopération sur un projet commun entre des acteurs placés au même niveau hiérarchique.
Degré de convergence ou de divergence entre les personnes	<ul style="list-style-type: none">• Au niveau des opinions ;• Au niveau des intérêts ;• Au niveau des affinités ;• Au niveau du rapport des positions.

3. La communication externe :

Objectifs de la communication externe :

La communication externe a pour objectif de se faire connaître et d'entretenir une image de marque tout en nouant des relations avec différents partenaires (clients, fournisseurs, banques, etc.).

Comment l'entreprise communique-t-elle ?

- **Documents écrits** : Plaquettes de présentation, catalogues, brochures publicitaires ;
- **Informations** : Numéros Vert, Azur, service consommateurs ;
- **Actions sociales** : Création de fondation, centre de recherche ;
- **Médias** : Presse, télévision, radio ;
- **Actions de partenariat** : Mécénat, parrainage.

Chapitre 3 : Les modèles et la qualité de la communication

1. La polysémie du mot « communication » :

Que signifie le mot « communication » ?

Le mot « communication » signifie plusieurs acceptations tels que :

- Le fait d'établir une relation avec un autre ou plusieurs autres personnes ;
- L'action ou le résultat d'une action ;
- La chose que l'on communique ;
- Les moyens techniques par lesquels nous entrons en communication.

Exemples de communication :

- Entrer en communication avec les adhérents d'un service public ;
- Demander communication du compte-rendu d'une réunion ;
- Faire une communication importante ;
- Établir une communication par courrier électronique.

2. Le modèle technique et linéaire :

Le modèle technique de la transmission de l'information :

Cette représentation de la transmission technique de l'information était initialement destinée à répondre à un problème technique, soit la transmission télégraphique.

Évolution du modèle technique en modèle linéaire :

Plus tard, cette représentation technique a été détournée de son but initial pour devenir une conception linéaire de la communication.

Chaîne d'éléments assurant la transmission de l'information :

- Source d'information ;
- Émetteur transformant le signal en code ;
- Canal de transmission ;
- Récepteur ;
- Destinataire du message.

3. Les modèles de l'École de Palo Alto :

Les modèles de l'École de Palo Alto :

L'École de Palo Alto a introduit le concept suivant : « On ne communique pas, on participe à une communication ; communiquer, c'est entrer dans l'orchestre », c'est-à-dire participer à une relation entre de nombreux éléments verbaux et non-verbaux, de nombreux signes.

Les concepts mis en lumière par l'École de Palo Alto :

- Les contenus explicites et implicites dans les relations interpersonnelles ;
- L'impossibilité de ne pas communiquer ;
- La différence entre le contenu du message et la relation entre les personnes ;

- La communication comme un processus dynamique.

Il s'agit d'un modèle associant partage du sens et contexte :

Une pluralité d'éléments intervient :

- Le rôle prépondérant du récepteur de la communication verbale et non-verbale ;
- Les enjeux que chacun projette dans la relation qu'il établit avec les autres ;
- Les codes, valeur et différences culturelles installent des représentations mentales chez les acteurs.

Exemples :

- Signes d'impatience, d'encouragement ou d'assentiment ;
- Image valorisée de soi-même aux autres ;
- Statut des acteurs, lieux, temps disponible ;
- Etc.

Chapitre 4 : Le processus de communication

1. Préambule :

L'aspect complexe de la communication :

La communication ne se résume pas simplement à une transmission d'information. Il s'agit d'un processus complexe d'interaction entre les différents acteurs d'une relation.

Les prérequis de la communication :

- Mise en relation d'un émetteur et un récepteur ;
- Nécessite un projet d'interaction ;
- Nécessite une information ou un message ;
- Met en place un contexte communicationnel.

2. La construction et le partage du sens :

L'enjeu de la communication :

Le premier enjeu de la communication est de se faire comprendre, c'est-à-dire d'émettre et de recevoir des signaux auxquels nous accordons la même signification.

Spirale sans fin :

Le problème avec la communication est que chaque comportement répond aux autres qui répondent alors eux-mêmes à leur tour et une spirale sans fin se crée.

Toutes les choses ont un sens en communication :

- Les vêtements ;
- Le regard ;
- L'attitude ;
- L'expression ;
- Le sourire ;
- L'environnement ;
- L'espace ;
- Le lieu.

Exemple :

Un individu qui, par son comportement et sa tenue, montre qu'il connaît les règles de courtoisie et de politesse manifeste son degré de socialisation.

3. La construction de référents collectifs :

Les codes et les rites :

La communication est un échange dit « ritualisé ». Il s'agit d'un échange comportant des rites présentes de par les représentations sociales et les normes relationnelles.

Pourquoi la communication est liée aux codes et aux rites ?

Les relations échangées au sein d'une société obéissent à des codes et des rites car ces échanges sont liés aux besoins de proposer une image de soi conforme aux normes en vigueur.

Exemple :

Au sein d'une entreprise ou d'une organisation, il pourra s'agir d'une marque de respect à l'égard d'un supérieur hiérarchique d'une personne reconnue comme compétente.

Distribution de rôles :

Dans la vie quotidienne, les rituels sociaux impliquent une distribution de « rôles » entre des acteurs revendiquant une identité propre. Ils apparaissent comme une sorte de codes normatifs facilitant la communication et les échanges.

Exemple :

Une négociation du salaire entre les patrons et les représentants syndicaux est un rituel de présentation.

Mauvaise image des rituels sociaux :

Les rituels sociaux peuvent tout à fait véhiculer une mauvaise image d'une personne et faire vivre aux autres le signe d'une agression.

Exemple :

- Fumer sans en demander la permission lors d'une réunion ;
- Ne pas saluer un collègue ;
- Etc.

4. La proxémique :

Notion de proxémique :

Hall dans son ouvrage « La Dimension cachée » évoque une notion de proxémique, soit la distance séparant les individus les uns des autres en fonction des circonstances.

Différents types de distances :

- Distance d'intimité ;
- Distance interpersonnelle ;
- Distance sociale ;
- Distance publique ;
- Etc.

Existence d'un code :

Hall démontre également l'existence d'un code sur le modèle de celui du langage auquel tous les membres d'une même culture se réfèrent, consciemment ou non. Si une personne se place à 50 cm d'une autre personne, même sans parler, il s'agit déjà d'une communication.

Chapitre 5 : Les enjeux de la communication

1. Généralités :

Pourquoi parle-t-on d'enjeux dans la communication ?

Dans toute situation de communication, à travers des stratégies conscientes ou inconscientes (tels que la conviction, la séduction ou l'argumentation) s'expriment des enjeux de différentes natures.

2. Les différents types d'enjeux :

L'enjeu informatif :

Celui qui s'exprime souhaite simplement communiquer une ou plusieurs informations.

L'enjeu d'expression de son identité :

Celui qui s'exprime révèle un besoin d'intégration au sein d'un groupe, un besoin de considération, de valorisation personnelle, de reconnaissance personnelle et sociale.

L'enjeu de pouvoir :

L'enjeu de pouvoir consiste au fait que l'intervenant d'assurer son autorité ou son leadership sur une ou plusieurs personnes.

L'enjeu d'influence :

L'enjeu d'influence est le fait que la personne qui s'exprime a des idées et souhaite les transmettre aux autres.

L'enjeu de séduction :

L'intervenant souhaite se faire aimer et apprécier par les autres. La séduction est alors un moyen pour y parvenir.

Chapitre 6 : La prise en compte de la complexité de la communication professionnelle

1. Prise en compte du contexte :

Prendre en compte le contexte de réception :

Pour que l'information soit accessible immédiatement, il est nécessaire d'utiliser tous les procédés pertinents de mise en valeur et de mise en page améliorant la lisibilité des messages (et donc de la réceptivité de celui qui les reçoit).

Sectionner les informations à transmettre :

Au niveau du contenu, il convient d'opérer une sélection parmi les informations à transmettre, de structurer le texte et de soigner son expression écrite. De plus, la mise en place de schéma facilitera la compréhension.

2. Présentation du message selon un code connu du récepteur :

Présentation des messages selon un code connu du récepteur :

Tout message doit être adapté à la situation de communication et à la qualité du récepteur. Le contenu du message sera différent selon le type de relation que l'on cherche à établir.

Système de référence du récepteur :

Le système de référence du récepteur doit être respecté. Le choix du vocabulaire, du registre de langue, de la syntaxe, des expressions du discours établit une relation intime ou distante, égalitaire ou hiérarchique.

3. Décoder les dysfonctionnements dans les processus de communication :

Les relations au sein de l'entreprise :

Les relations au sein de l'entreprise constituent un enchaînement de processus de communication posant le problème de l'accès aux informations et de leur partage.

Problèmes liés à la communication interne :

- Manque de temps personnel de chacun, indifférence ;
- Difficulté du responsable à communiquer efficacement à cause de la communication ascendante requise ;
- Centralisation excessive, retenue de l'information ;
- Rivalités entre les personnes ;
- Mauvaise connaissance de « Qui fait quoi ? » due à l'absence d'un dispositif formalisé ;
- Rumeurs, discordances.

Facilitation de la compréhension :

L'observation, l'écoute et l'attention facilitent la compréhension des problèmes liés à la communication.

Chapitre 7 : Techniques d'animation d'équipe

1. Principes généraux :

Moyen de transmission des connaissances :

Pour que des connaissances ou du savoir soit transmis d'une manière efficace, il peut être judicieux de réaliser un exposé. Cela permet notamment de transmettre un maximum d'informations en un minimum de temps.

Ce que fait le leader :

- Commenter l'exposé ;
- Proposer des flyers pour une interactivité ;
- Ouvrir le discours ;
- Réexpliquer les concepts pour une compréhension globale ;
- Ne pas lire ses notes ;
- Se tourner vers les apprenants.

Ce que fait l'équipe à l'écoute :

- Être à l'écoute ;
- Prendre des notes ;
- Poser des questions ;
- Demander des explications en cas de non-compréhension.

2. La méthode interrogative :

Principe de la méthode interrogative :

La méthode interrogative consiste en un système de questions-réponses permettant de développer la curiosité et d'interroger les apprenants sur un point précis.

Support commun :

Le questionnement s'appuie sur un support commun tel qu'un texte, un schéma, un film, une situation vécue par tous, etc.

Ce que fait le leader :

- Préparer et poser des questions à l'équipe ;
- Élaborer des supports pour le questionnement ;
- Structurer les réponses et les utiliser pour en poser d'autres ;
- Avoir un rôle de « meneur de jeu » en faisant participer le groupe ;
- Susciter les questions de son équipe.

Ce que fait l'équipe à l'écoute :

- Répondre de manière construite aux questions posées ;
- Poser des questions pour en savoir plus ;
- Ouvrir le débat.

3. Le post-it :

Objectif du post-it :

Le post-it a pour objectif de faire participer chaque membre de l'équipe tout en laissant aux participants le temps de réfléchir.

Règle du jeu :

L'idée est de ne noter qu'une idée ou une suggestion d'amélioration par post-it en quelques mots.

Recommandation :

En tant que leader, il est possible d'imposer un nombre de post-it minimum et de les anonymiser afin de recueillir les idées de chacun et d'éviter les conflits.

4. Le QCM :

Objectif du QCM :

Le QCM (ou « Questions à Choix Multiples ») a pour objectif de mesurer les acquis de l'équipe apprenante.

Règle du jeu :

Le QCM doit répondre aux normes strictes avec entre 2 et 5 possibilités de réponses fournies pour chaque question et 4 questions minimum par QCM. Il s'agit du support le plus facile à corriger, mais il n'est pas adapté aux questions complexes.

Recommandation :

La difficulté du QCM doit être corrélée au niveau de connaissance attendue de la part de l'équipe. Le QCM est idéal en fin d'exposé pour évaluer les connaissances retenues par les apprenants.

5. Le brainstorming :

Objectif du brainstorming :

Faire produire un maximum d'idées par l'équipe sur un sujet donné.

Règle du jeu :

Le brainstorming doit accueillir le plus d'idées possibles, même si elles sont drôles ou étranges. De plus, il est possible de se copier ou de s'imiter, mais il faut éviter la censure ou la critique.

Recommandation :

En cas de brainstorming, il faut être plus de 4 personnes. Il faut également encourager les idées au fur et à mesure, mais n'émettre aucune critique avant la fin de l'exercice.