

# Savoir converser

Si l'on ne parle pas « affaires », de quoi peut-on parler avec des interlocuteurs que bien souvent on ne verrait en aucun cas sans motif professionnel ? Mais il y a des moments où la conversation prend une tournure générale ; la prudence devient alors la règle et il convient de maîtriser non seulement ses paroles mais les sujets abordés.

## Quelques conseils

**Informez-vous.** Prenez le temps de lire la dernière édition d'un ou deux quotidiens : votre aptitude à commenter l'actualité vous classera dans la catégorie des individus bien informés et meublera la conversation. Veillez à ne pas afficher votre appartenance politique. Respectez également l'inculture possible de votre partenaire dans un domaine que vous connaissez bien ; il n'est pas forcé de savoir ce qu'on donne à l'Opéra. Tout le monde a son « dada », et ne profitez pas trop du vôtre pour briller à bon compte. Exercez-vous à changer de sujet si vous êtes sur un terrain glissant : ce n'est pas le moment de défendre des convictions personnelles ou de ramener un égaré à votre point de vue (que ce soit sur les avantages de Chamonix ou sur le rayonnement de la culture islamique). Dominez votre souci de l'exactitude et votre sens du mot juste qui vous font compléter et corriger détails et anecdotes de votre interlocuteur. Surtout, si vous « savez mieux », n'en montrez rien, vous y gagnerez toujours.

**Situez votre interlocuteur.** Essayez de situer votre interlocuteur socialement pour éviter des impairs. Témoignez de l'intérêt pour la vie que mène votre interlocuteur, sans toutefois aborder le sujet de sa vie privée. Si vous êtes en rendez-vous avec votre patron ou toute autre personne que vous estimez plus importante que vous, masquez votre timidité mais ne prenez pas d'initiative.

**Respectez les règles de la conversation.** Respectez les sujets de conversation abordés sans imposer les vôtres. Veillez à ne pas monopoliser la conversation et à ne pas parler exclusivement de ce qui vous intéresse. Si vous posez une question, attendez la réponse. Ne coupez pas la parole (quel que soit votre enthousiasme); en revanche, sachez la prendre et ne vous laissez pas submerger par un bavard.

**Évoquez autrui avec discrétion.** Soyez particulièrement prudent sur les commentaires que vous pouvez faire sur autrui. C'est un piège dans lequel il faut absolument veiller à ne pas tomber. Évitez le *name-dropping* (littéralement : « faire pleuvoir les noms »). En revanche, renseignez-vous avant, si vous le pouvez, pour savoir si vous n'auriez pas un ami ou une relation commune; cela peut se révéler bien pratique, à condition toutefois d'éviter d'en faire le thème du déjeuner. N'apportez pas la contradiction, ni un soutien trop énergique à quelqu'un au détriment d'un tiers. Celui que vous aurez isolé dans une dialectique s'en souviendra toujours et vous aurez un ennemi professionnel de plus.

**Respectez l'autre.** Pas de flagornerie : rien de plus exaspérant qu'un vis-à-vis laudatif qui fait référence en permanence à vos talents; en revanche, sachez recevoir simplement un compliment sans le commenter ou en rajouter sur vous-même. Lorsque vous êtes plus de deux, adressez-vous le plus

souvent possible au groupe et non à un seul en particulier. Si vous faites un aparté, veillez à ce qu'il ne se prolonge pas, quitte à y revenir par la suite. Ne volez pas les « effets » des autres. Ne terminez jamais une phrase à leur place, et encore moins une histoire drôle ! À propos, êtes-vous sûr qu'elle l'est vraiment ? Et si vous ne savez pas bien la raconter, absentez-vous. Dans un groupe, repérez les timides et essayez de les mettre à l'aise. Le nombre de budgets perdus parce qu'on n'a littéralement pas « vu » l'un des interlocuteurs est incalculable. Essayez de mesurer le degré d'intérêt que vous porte votre auditoire. Nous sommes tous capables de sentir s'il est authentique ou non. Si votre auditoire est gagné par l'ennui, ne vous enfoncez pas, écoutez !

## Les sujets à éviter

Le « **médical** » est à la mode, et nous ferions bien de nous inspirer des Anglais qui font de leur pudeur nationale un rempart efficace. La description de la « gastro » chez nous a hélas remplacé la « crise de foie », plus discrète dans ses symptômes. On cachait soigneusement les pratiques addictives et depuis qu'on les expose à la télévision, on a droit aux récits des cures de désintoxication en tout genre, aux sevrages anti-tabac, anti-drogue, anti-cholestérol... Les *top challenges* du régime basse calorie de la stagiaire intéressent plus que l'atteinte des objectifs commerciaux du service commercial...

**L'argent** : transparence oui, étalage non.

**La politique** : l'entreprise n'a pas à vivre vos indignations et vos partis pris, ni même à entendre votre argumentation militante.

**La psychologie :** l'impudeur est totale, elle est même à la mode. Rappelez-vous que le coach de l'entreprise n'est pas là pour vous conseiller sur votre vie sexuelle et que les stages de formation ont pour objectif d'améliorer vos performances et non de voir exposer votre œdipe.

**Les croyances :** si votre voyante vous jure que vous ne signerez plus de contrat et que l'informatique s'arrêtera brutalement à la nouvelle lune, n'en faites pas profiter vos collègues. Même pudeur, s'il vous plaît, concernant vos convictions religieuses.

**La famille :** laissez de côté la carrière de votre mari, vos tentatives infructueuses d'insémination artificielle et les soucis que cause le petit dernier. Tout le monde s'en portera mieux.

**Le sexe :** vos attirances (surtout si elles concernent des collègues!), vos « déviances », vos malheurs ou vos succès amoureux ne regardent personne.

**Les romances professionnelles :** personne ne sera dupe si vous avez absolument besoin de votre assistante au congrès à Venise. Le pire serait encore de vous vanter d'avoir les « faveurs » de la directrice de la communication ou du patron. Gardez le secret jusqu'à ce que l'officialisation soit un choix de vie.

**L'humour :** souvenez-vous qu'il vaut mieux renoncer à un bon mot que perdre un client (personnellement, je trouve que cela se discute, mais l'expérience m'a toujours donné tort). La « blague » est à éviter à moins d'avoir un vrai talent de conteur. On a généralement le choix entre :

- l'humour vulgaire ou lourd;
- l'histoire raciste (Belges, Noirs, Juifs, blondes...);

- le trop subtil (personne ne comprend);
- la plaisanterie grasse sur quelqu'un dans l'entreprise (ça lui revient dans la journée);
- les « accents » (vous cherchez encore s'il a voulu imiter un Polonais ou un Marseillais...);
- votre interlocuteur a oublié la chute...

Dans tous les cas, arborez un sourire poli et distant en changeant de sujet si la « blague » est déplacée. Si « votre » blague à vous tombe à l'eau, ne vous appesantissez pas!

Bref, la discrétion et la pudeur élèveront le niveau de vos conversations de bureau et rendront la machine à café plus fréquentable.

### **Les règles d'or de la communication professionnelle**

- ✓ Utiliser les prénoms après deux à trois rencontres, en demandant l'autorisation.
- ✓ Respecter des règles de comportement du milieu professionnel de votre interlocuteur.
- ✓ Avoir le sens de la hiérarchie et respecter les collaborateurs à tous les niveaux.
- ✓ Favoriser une ambiance feutrée (le silence et des échanges à mi-voix donnent une impression de concentration, et même de luxe).
- ✓ Faire preuve de considération envers les subordonnés (mort au petit chef!).
- ✓ Montrer de la réserve lorsqu'il s'agit de s'exprimer sur la concurrence.
- ✓ Respecter la vie privée de ses collègues, notamment si l'on est contraint de leur imposer une charge de travail supplémentaire.

## Les pièges à éviter

- ✓ La « bise » dès la première rencontre.
- ✓ Le tutoiement systématique au bout d'un quart d'heure.
- ✓ Manifester une fausse familiarité.
- ✓ Faire preuve d'obséquiosité envers ses supérieurs (un client ne doit jamais ressentir qu'il est moins important à vos yeux que votre direction).
- ✓ Les éclats de voix ou de rire tonitruants.
- ✓ Les formes de dénigrement. On témoigne de la richesse d'une entreprise en valorisant ses collaborateurs, de même que dénigrer un concurrent n'est pas le meilleur moyen d'asseoir sa supériorité.
- ✓ Le récit du « pourquoi » de vos arrêts maladie (avec description des symptômes).
- ✓ La claque dans la main façon club de foot.