

Fiche savoir

Communication

La PNL, programmation neuro-linguistique

Retrouvez sur le site dédié les fiches



Inspirée des travaux de l'école de Palo-Alto, la PNL a été créée en 1972 par John GRINDER, linguiste et professeur à l'université de Santa Cruz, et Richard BRANDLER, mathématicien et informaticien formé à la philosophie.

« Programmation » fait référence à la capacité à produire et mettre en œuvre des programmes comportementaux.

« Neuro » se rapporte à la façon dont notre système nerveux reçoit, interprète et transmet les éléments de la communication au travers de nos 5 sens (la vue, l'ouïe, l'odorat, le goût et le toucher).

« Linguistique » se réfère à l'étude du langage verbal et non verbal qui influencent le sens de la communication.

La PNL permet d'améliorer la communication relationnelle grâce à la compréhension de notre mode de fonctionnement et celui de notre interlocuteur.

Elle repose sur 3 principes : le repérage, la synchronisation et l'ancrage.

1 - Le repérage

Il s'agit d'identifier quel est le canal sensoriel dominant de l'individu.

La PNL distingue nos 5 sens :

- V = Visuel,
- A = Auditif,
- K = Kinesthésique (toucher, émotions, sensations),
- O = Olfactif et Goût.

Appliquée à la communication, la PNL se concentre sur les 3 premiers sens (VAK).

L'individu utilise rarement ses 5 sens à part égale. Il s'agit donc de repérer une tendance dominante et de s'y adapter pour mieux comprendre et se faire comprendre.

Le repérage se fait par l'observation des individus (posture, gestuelle,

respiration et voix) ainsi que par l'analyse des termes utilisés.

Exemple de termes utilisés :

- visuel : clarifier, à première vue, perspective, illustrer...
- auditif : bien entendu, harmonie, faire écho, bruit...
- kinesthésique : avoir le feeling, sensible, les pieds sur terre, sentiments...

Le regard et la position des yeux permettent également d'apporter des informations complémentaires.

- visuel : yeux vers le haut,
- auditif : yeux à l'horizontale ou vers le bas à droite,
- kinesthésique : yeux vers le bas à gauche.

2 - La synchronisation

Elle consiste à s'adapter, s'aligner sur le canal sensoriel de son interlocuteur, tant d'un point de vue verbal que non verbal.

Repérer le canal sensoriel de l'individu permet d'accorder sa communication à son interlocuteur. Par exemple une cliente qui hésite sur une tenue vestimentaire et sur la concordance d'un pantalon et un pull aura besoin de voir les deux produits ensemble, par exemple sur un mannequin, si elle a un profil visuel, une autre cliente préférera les essayer pour se rendre compte du résultat (profil kinesthésique).

La synchronisation concerne également le comportement non verbal. Par exemple un client au profil auditif qui ne vous regarde pas quand vous lui donnez des informations techniques sur un produit n'est pas en train de « fuir » la communication, mais au contraire de se concentrer sur vos explications. Détourner le regard permet de concentrer son attention sur l'écoute sans être perturbé par des informations visuelles qu'il maîtrise moins. Inutile dès lors de vouloir fixer son regard, cela ne conduirait qu'à le perturber davantage. Au contraire, le vendeur peut avoir tout intérêt à développer et clarifier ses explications.

3 - L'ancrage

Tout individu possède des « ancrés » c'est-à-dire des souvenirs (l'odeur de la cuisine de sa grand-mère ou d'une boutique qu'il affectionne, la musique sur laquelle il a rencontré une personne chère, le bonheur des promenades en forêt avec son chien...). Ces ancrés vont stimuler l'individu en provoquant des émotions ou des comportements de façon inconsciente et automatique chaque fois qu'il est confronté aux mêmes situations.

L'ancrage est intéressant en cas de blocage, par exemple en communication, pour retrouver le souvenir (« l'ancré ») à l'origine du blocage pour le remplacer (« re-programmer ») par un souvenir positif destiné à surmonter le problème ou le blocage.

Par exemple si un vendeur appréhende de contacter des clients par téléphone en raison d'une mauvaise expérience (altercation violente et traumatisante avec une cliente), il pourra être utile de procéder à un nouvel ancrage avec un souvenir positif (situation téléphonique qui s'est parfaitement bien déroulée).

La synchronisation et l'ancrage sont des techniques à utiliser de façon très prudente et bienveillante. L'abus et la méconnaissance de ces techniques sont à l'origine du discrédit de la PNL qui a pu être associée à un mouvement sectaire.

La synchronisation et l'ancrage doivent être respectueux de l'autre, utilisés dans le seul but d'adopter une communication plus performante et une relation interpersonnelle plus efficace grâce à la connaissance de ses forces et défauts.



Pour aller plus loin : - <http://le-manager-urbain.com/pnl-la-synchronisation/>

- <https://www.youtube.com/watch?v=NNu-EEjvUuk>

- https://www.youtube.com/watch?v=9m_zBkZDDEA