



Université des intervenants

› GRAND EST / BOURGOGNE - FRANCHE-COMTE

► **La communication engageante :
favorisez l'implication de vos
apprenants**

19/12/2024 – Nancy

Stéphane PICCO



Le sujet proposé

L'implication et la motivation de l'apprenant sont deux éléments clé dans la réussite d'une formation. Comment donner envie d'apprendre ?

- Comment inciter l'apprenant à prendre le contrôle de son processus d'apprentissage ?
- Quelle communication au service de l'investissement des apprenants ?
- Quelles techniques pour impliquer davantage les apprenants dans leur formation ?



Notre vrai sujet !

La soumission librement consentie

ou

Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?

Bah... NORMALEMENT...
Tu devrais commencer
à changer de comportement...



Mouais! TON expérience
commence surtout à
m'éNERVER !!!



Les préalables



- Soyons en pleine conscience
 - › Entre pairs, pour s'intéresser ensemble à un sujet et s'apporter mutuellement
- Prenons plaisir
 - › L'émotion est un facteur de motivation : « on n'est pas venus ici pour souffrir, ok ? »
- Concentrons-nous
 - › Pour donner à cet atelier du sens et le quitter en ayant le sentiment d'avoir grandi
- Soyons libres
 - › de s'écouter, de se respecter et de faire ce que l'animateur demande ! 😊

Notre programme



- Les comportements découlent-ils des idées ? 15 min
 - › Introduction au sujet
- La communication engageante : 5 min
 - › Identifier les leviers utiles au sujet
- Les applications avec le public apprenant : 10 min
 - › Des repères pour provoquer du changement
- Le « wiki » de bonnes pratiques pour les formatrices et formateurs : 30min
 - › Construction d'un support à partager
- Echanges et clôture : 10 min
 - › L'intérêt du sujet et l'engagement à tester

L'évaluation de l'action



(car j'ai un don de mentaliste...)

- Le sujet est intéressant mais tellement vaste
- La durée de l'atelier est trop courte
- Le contenu n'a pas été approfondi

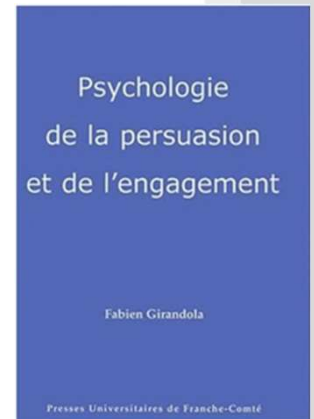
... Le reste, dans 1h10

La communication persuasive...



...pour faciliter l'impact d'un message et faire changer les comportements.

- ❑ **Les caractéristiques de la source du message** : sa crédibilité, son statut, son attractivité ou la sympathie qu'elle inspire, son appartenance, etc.
- ❑ **La construction du message** : la structure (arguments : nombre, fort/faibles, pour/contre), le contenu (données statistiques, métaphores, conclusion), le style et/ou la forme (écrit, audio, débit), etc.
- ❑ **Le contexte du message** : agréable ou désagréable, choix ou contrainte, appel à la peur ou pas, récompense, etc.
- ❑ **Cible du message** : capacité cognitive et de compréhension (avec effort ou sans), etc.



Vos croyances / vos actes

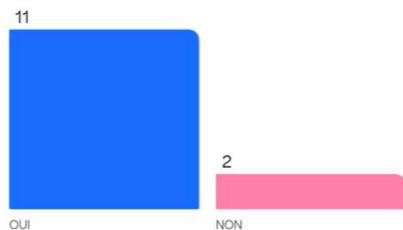


<https://www.menti.com> | CODE : xxx

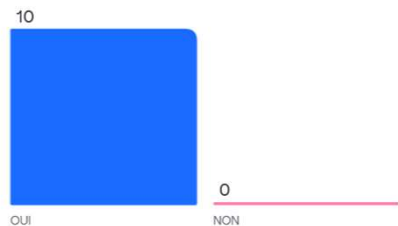


Vos croyances / vos actes

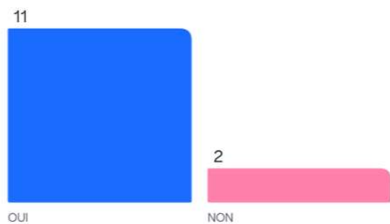
Je suis convaincu.e de l'importance du don du sang



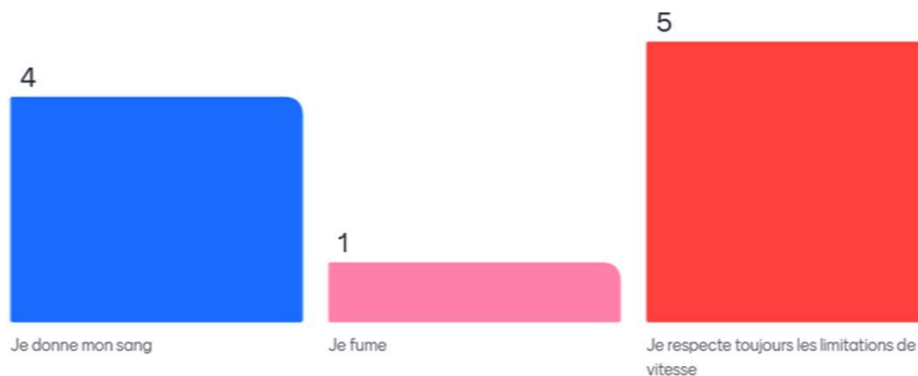
Je suis conscient.e des méfaits du tabac sur la santé



Je sais que la vitesse au volant est un facteur d'accident de la route



Exploitations des réponses du groupe



Ce n'est pas parce qu'on croit ou qu'on sait, qu'on agit.
Mais alors, comment faire changer les comportements ?



L'apport de Kurt Lewin



Robert-Vincent JOULE, professeur chercheur au laboratoire de Psychologie sociale de l'Université d'Aix-Marseille



Avec pédagogie, prise de conscience, avec les bonnes informations avec persuasion, on pense que les gens vont modifier leur idée et donc modifier leur comportement.

Il y a des limites à cela...

https://rpn.univ-lorraine.fr/UOH/COMMUNICATION_ENGAGENTE/co/decision.html
(0 à 5'05)



Les actes préparatoires...

... les prémices de l'engagement



- Les actes publics sont plus engageants que les actes anonymes
- Les actes explicites sont plus engageants que les actes ambigus
- Les actes irrévocables sont plus engageants que les actes révocables (ceux pour lesquels on peut changer d'avis)
- Les actes répétés sont plus engageants que les actes uniques
- Les actes sont plus engageants quand ils ont des conséquences réelles
- Les actes sont plus engageants lorsqu'ils sont couteux en énergie, en temps et/ou en argent.

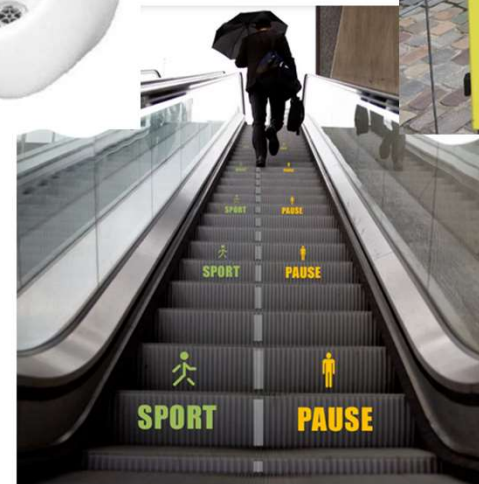
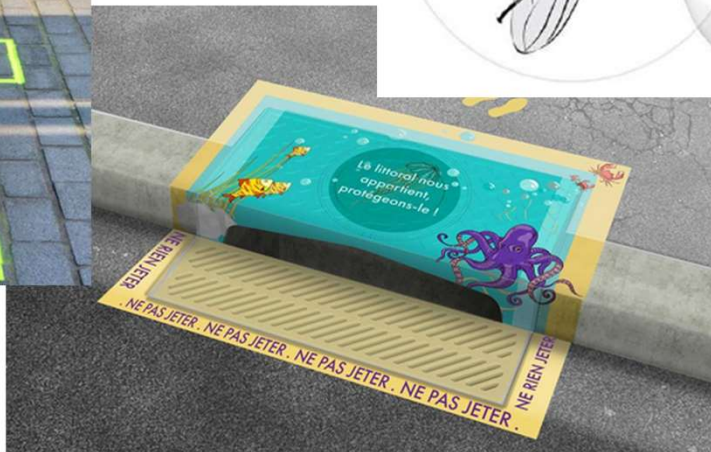
Quelques techniques d'influence

1. **La Technique de l'Amorçage** : exposer subtilement l'individu à une idée ou à une suggestion avant de présenter la demande principale.
2. **La Technique du Leurre** : présenter deux options, dont l'une est moins attrayante mais qui sert de « leurre » pour faire préférer l'autre option, celle que l'influenceur souhaite que la personne choisisse.
3. **La Technique de l'Engagement** : faire en sorte que l'individu s'engage initialement dans une action ou un comportement qui est cohérent avec la demande ultérieure. Une fois engagée, la personne est plus encline à poursuivre dans cette direction.
4. **La Technique de la Scarcité** : crée un sentiment d'urgence en faisant croire à l'individu que l'opportunité ou le produit est rare ou limité dans le temps
5. **La Technique de l'Expertise** : présente sa demande en se positionnant comme un expert ou en utilisant des informations techniques pour rendre sa proposition plus convaincante.
6. **La Technique de la Flatterie** : complimenter l'individu ou à lui donner des retours positifs pour le rendre plus réceptif à la demande qui suit.

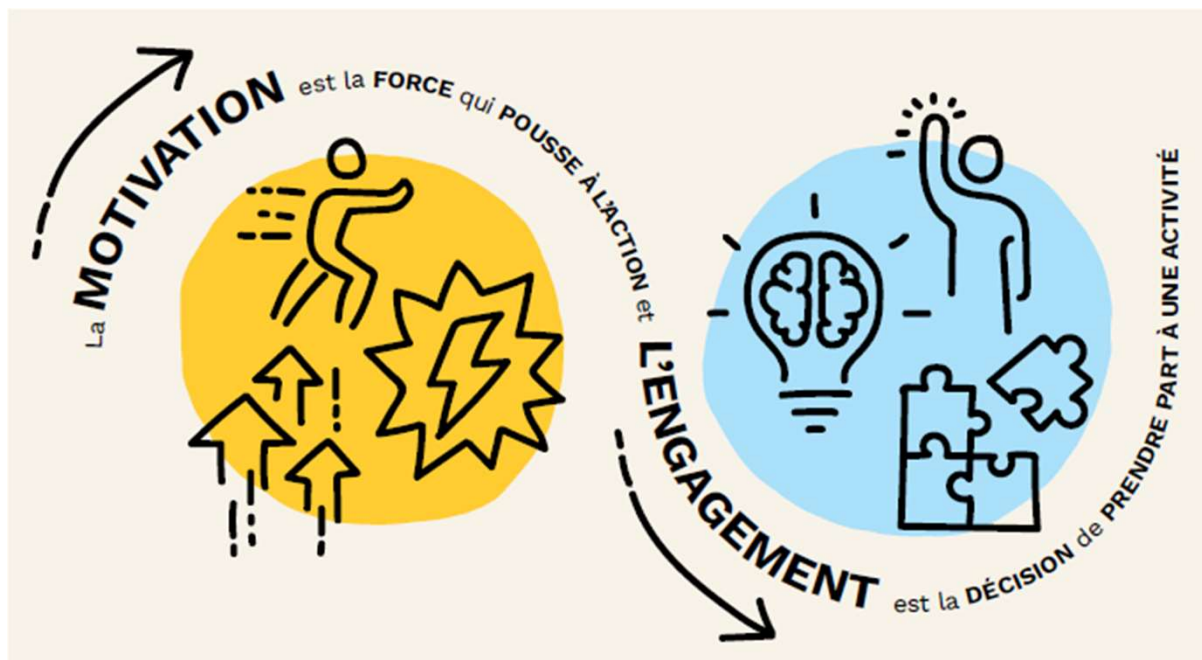


Les nudges : incitation douce !

Le nudge ou « coup de pouce » est un dispositif qui « a pour but de conduire l'individu à faire des choix qui aillent dans le sens de l'intérêt général, sans être pour autant prescriptif ou culpabilisant »



Motivation & engagement



Un apprenant motivé est disposé à s'engager et à consentir des efforts

Cela lui permettra de faire des apprentissages plus durables, d'avoir de meilleurs résultats et de persévérer davantage.



Motivation & engagement



L'apprenant sera plus motivé et engagé en formation si ces ingrédients sont présents



Réflexions sur vos situations



Travaux en sous-groupes (10 min) pour identifier des situations que les techniques de communication engageante pourraient permettre de solutionner.



En formation
présentielle



En formation
à distance



Se référer au support fourni.

Quelques pistes... parmi d'autres !

- Le libre choix : demander aux apprenants de choisir un travail à réaliser (j'ai le choix)
- L'esprit de groupe : Faire en sorte que chaque action individuelle permette de construire un résultat collectif (je suis le maillon d'une chaîne, le résultat dépend de moi)
- L'utilité : Proposer aux apprenants de travailler sur une situation personnelle et/ou la création d'une production réelle (ce que je fais va me servir)
- La compétence : Demander une production qui servira à évaluer les acquis (je sais faire, je vais réussir)



Et vous, que feriez-vous
et comment ?

Le « WIKI »

Restitution collective (20 min) pour caractériser les points d'attention essentiels dans le but de favoriser l'engagement des apprenants, à partir des situations identifiées précédemment.



Quelle attente? Quel objectif ?	Quelle communication engageante ? Quel acte préparatoire ? Quelle technique ?
Séparer 3 apprenants (dont le N+1 des 2 autres) issus d'une même collectivité pour permettre une liberté de paroles et d'action	Opter pour une communication visant à développer le sentiment d'autonomie et de valeur.
Remotiver un apprenant qui vient « à reculons » en formation car formation obligatoire	Opter pour une communication visant à développer le sentiment de compétences et d'appartenance. Confier des responsabilités à cet apprenant pour qu'il s'engage.
S'assurer que les apprenants auront réalisé un travail prévu en distanciel en amont du temps en présentiel	Opter pour une communication visant à développer le sentiment de valeur. L'engagement peut reposer sur le fait que chaque apprenant présentera son travail au groupe, la communication ira dans ce sens.



Ce que vous retenez / ce que cela vous inspire



Je compte sur votre engagement !



Repartez en remettant en question votre communication vers les apprenants, en vous documentant d'avantage sur le sujet, en agrémentant vos interventions de techniques favorisant l'engagement des participants.

Repartez en vous posant la question :

« **Comment puis-je communiquer pour amener les apprenants à faire librement ce que je voudrais qu'ils fassent ?** »