**Développez un raisonnement**

Vous savez désormais préparer vos écrits. Apprenez maintenant à adapter votre rédaction en fonction des objectifs, de la cible et du support choisi.

En fonction de l’objectif et de la cible, vous devez sélectionner une forme de discours, de laquelle découlera un type de raisonnement !

### Choisissez une forme de discours

#### Le texte descriptif

Le texte descriptif a pour but de présenter des faits. Par exemple, à la suite du déménagement d’un service dans un autre bâtiment, vous devez informer les salariés de la méthode pour reconfigurer les imprimantes.

Choisissez un ton neutre, restez factuel et écrivez votre texte au présent !

Exemple :

"Pour reconfigurer les imprimantes, le mode opératoire est le suivant :

cliquez sur le lien suivant (…) ;
sélectionnez l’imprimante C07\_12\_LX950 ;
Puis, allez dans panneau de configuration (…). "

#### Le texte explicatif

Le texte explicatif fournit les informations nécessaires à la compréhension.

Utilisez les mots de liaison pour convaincre !

Exemple :

« Vous souhaitez connaitre les raisons de l’augmentation de la prévision de charge d’impôts sur les sociétés de votre entreprise.

Selon nos informations, le gouvernement prévoit d’introduire une taxe exceptionnelle d’impôt sur les sociétés pour l’année 2017 pour les entreprises qui réalisent un chiffre d’affaire supérieur à 3 milliards d’euros.

En conséquence, votre entreprise, qui a réalisé un chiffre d’affaires de 3,7 milliards d’euros en 2017, est impactée par cette nouvelle mesure. »

#### Le texte injonctif

Le texte injonctif vise à donner des instructions.

Pensez néanmoins à expliquer le bienfondé des instructions afin de faire adhérer votre lecteur !

Exemple :

« Comme évoqué lors de la réunion de présentation concernant les nouvelles obligations comptables, les entreprises qui réalisent des échanges avec des filiales situées à l’étranger doivent communiquer chaque année la déclaration n°2257-SD.

Dans ce cadre, nous vous prions de bien vouloir recenser pour le 12 février prochain l’ensemble de vos prestations réalisées au bénéfice de filiales étrangères ».

#### Le texte argumentatif

Le texte argumentatif vise à soutenir un raisonnement ou à convaincre quelqu’un de son point de vue.

Soyez positif, même lorsque vous marquez votre désaccord ! Cela obligera votre interlocuteur à réfléchir à votre position ou sollicitation. Il devra en retour utiliser le même registre pour vous répondre : il devra donc utiliser des arguments convaincants et vous répondre avec un ton courtois.

Exemple :

"Bonjour Caroline,

À l’issue du processus de recrutement en interne pour le poste de développeur, il m’a été proposé de rejoindre les équipes installées en Espagne.

 À ce stade, les modalités RH sont les suivantes : (…)

 Je n’envisage pas le schéma actuel proposé car (…)

 Pourrions-nous, s’il vous plait, échanger sur ce point rapidement ?

 Je vous souhaite une agréable journée.

 Pierre"

Deux registres pour argumenter peuvent être utilisés :

* **Persuader**: c’est le fait d’amener quelqu'un à croire, à penser, à vouloir, à faire quelque chose, en jouant sur sa sensibilité, par voie de séduction.
* **Convaincre**: c’est le fait d’amener quelqu'un à admettre une façon de penser ou de se conduire en lui exposant les raisons qu'il peut avoir de l'adopter.

Dans un contexte professionnel, vous devrez le plus souvent**convaincre**. Dans ce cas, le discours s’adressera davantage à la raison qu’aux émotions. Vous devrez **utiliser des arguments**, c'est pourquoi il faut choisir un type de raisonnement !

### Choisissez un type de raisonnement

#### ****Le raisonnement d'autorité****

Le raisonnement d’autorité consiste à invoquer une autorité - par exemple la hiérarchie, ou une loi - lors d’une argumentation, en accordant de la valeur à un propos en fonction de son origine plutôt que de son contenu.

Exemple : « La politique RH de l'entreprise prévoit actuellement que, dans le cadre d’un détachement au sein d’une filiale en Espagne, le versement de la prime d’ancienneté est suspendu ».

Ici, c'est l'origine du message, c'est-à-dire le service RH du groupe, qui prime. C'est cela qui va convaincre l'interlocuteur, car le service a autorité sur ces éléments.

#### ****Le raisonnement logique****

Le raisonnement logique consiste à établir une relation de cause à conséquence entre deux choses.

Exemple : « Les demandes de mobilité au cours d’une année doivent parvenir au service RH avant le 1er janvier de l’année concernée. En l'occurrence, pour l’année 2018, votre demande de mobilité nous est parvenue le 12 janvier 2018. Dans ce cadre, notre service ne peut donner une suite favorable à votre demande de mobilité en 2018. ».

Ici, ce qui compte, c'est l'enchaînement logique : la date de la demande entraîne une impossibilité de la satisfaire.

#### ****Le raisonnement analogique****

Le raisonnement analogique consiste à réaliser une comparaison pour convaincre.

« Le magasin situé à Marseille a réalisé une augmentation de chiffre d'affaires de 6 % cette année. Comme votre magasin a des contraintes similaires, nous attendons une augmentation d'au moins 5 % de votre chiffre d'affaires. »

#### ****Le raisonnement par concession****

Le raisonnement par concession consiste à anticiper les différences de position et à montrer que vous avez bien saisi la situation dans sa globalité.

« J’ai bien noté qu’une réfection de la peinture était nécessaire dans le bâtiment B2 de l’usine de Nanterre. Cependant, le devis communiqué par l’entreprise s’élève à 50 000 €. De plus, il est prévu de déménager le bâtiment dans 18 mois. Dans ce cadre, ne pensez-vous pas qu’il serait de reporter toute dépense de réfection dans le bâtiment B2 de l’usine de Nanterre ? »

Dans ce cas, la personne fait une concession en notant que la réfection de la peinture est nécessaire, mais justifie son refus en apportant des éléments supplémentaires.

Vous savez dorénavant sélectionner une forme de discours. Vous devez maintenant être capable de mobiliser le vocabulaire adapté pour communiquer simplement et efficacement.