



CLIENTS INTERNATIONAUX : MAITRISER SES ENTRETIENS TELEPHONIQUES ET PHYSIQUES EN ANGLAIS

Référence CLINTO1

Programme de formation

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux participants les repères, méthodes et techniques leur permettant en entretiens téléphoniques et physiques en anglais de :

- Contrôler et projeter une image professionnelle individuelle forte (visuel, sonore, comportements, attitudes, capacités techniques, etc.) ;
- Faire passer leurs messages et défendre leurs points de vue en anglais avec impact, fluidité et diplomatie (explications, démonstrations, précisions, argumentation, etc.) ;
- Présenter leurs slides avec impact sans perdre leur public virtuel ;
- S'adapter aux multiples interlocuteurs internationaux (besoins interculturels, stéréotypes et préjugés, valeurs clés, accents, rythmes de langage, etc.) ;
- Gérer les situations de confrontations orales enflammées (formulations diplomatiques, retours au calme, réponses aux tentatives de déstabilisation, gestion de l'adhésion du groupe, négociations raisonnée et émotionnelle, etc.) ;
- Savoir apporter une valeur ajoutée / prendre le contrôle de la dynamique de l'entretien au bénéfice de la relation client.



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir mener un entretien client au téléphone et en face à face physique à l'international, en anglais ;
- Acquérir une méthode de conduite des entretiens courants en anglais en respectant les codes interculturels des clients : accueil, échange d'informations, résolution de problèmes de premier niveau, résolution de malentendus, désaccords et tensions ;
- Savoir reconnaître et gérer les mécanismes, les causes et facteurs induisant des comportements difficiles en entretiens internationaux ;
- Savoir accueillir, informer, expliquer, conseiller, désamorcer, apaiser, etc. en ambiance tendue.

Public concerné

- Tout personnel ayant à s'entretenir avec des clients internationaux ; Commerciaux, chargés de projets, etc. ;
- Tout collaborateur rencontrant des clients / visiteurs internationaux.

Prérequis

- Savoir mener une conversation professionnelle de base en anglais ;
- Être motivé à faire évoluer son cadre de référence interculturel.

Durée

- 2 journées (14h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Coanimation : consultant expert en communication client internationale (inter culturaliste) et consultante experte en relation client hôtelière luxe ;
- Animation en anglais et en français selon les besoins des participants pour leur permettre plus de souplesse dans l'expression précise de leurs besoins, freins et blocages interculturels éventuels ;
- Questionnaire détaillé des attentes avant la formation pour intégration des préoccupations dans les jeux de rôle ; utilisation de cas fournis par les participants et prise en compte de leur contexte ;
- Travail sur la boîte à outil complète avec jeux de rôle sur les repères interculturels et les outils linguistiques anglais ;
- Démonstrations interactives des deux co-animateurs ;
- Apprentissage par mises en situation répétées d'entretiens téléphoniques et physiques en anglais
- Feedbacks très riches, individualisés, constructifs bienveillants ;
- Contact direct avec les consultants experts en direct ; en amont, pendant et en aval de la formation ;
- 6 mois de hotline personnelle pour chaque participant(e).
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- A l'issue, les participants reçoivent un aide-mémoire électronique rappelant les méthodologies et points clés.

MODALITES DES SESSIONS

Intra-entreprises

Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

Nombre de participants

8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

Inscriptions

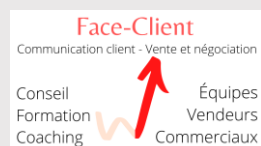
Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

Confirmation sous 24 heures par retour. Sessions distancielles garanties à la 1ère inscription (Interface Zoom).

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

1. COMMUNICATION INTERCULTURELLE CLIENT : REPERES

- Reconnaître les 3 grands groupes culturels mondiaux et leurs valeurs ;
- Pour chaque groupe interculturel principal, connaître en qualité et quantité : ses besoins relationnels et ses besoins en informations
- Présentation des sous-groupes culturels, de leurs valeurs clés ;
- Utiliser les principes de « culture free » et « culture fair » ;
- Gérer l'impact de la culture française dans la relation avec le client étranger (clichés, stéréotypes et préjugés) ;
- Gérer les deux modes de communication : explicite et implicite.

PRESENTER AU CLIENT DES REPERES INTERCULTURELS DE COOPERATION ET COMPETENCE

- Comment le client évalue la qualité de la relation naissante sur les quatre critères clés : volonté de coopération et niveaux de compétence, niveau de pouvoir dans l'organisation prestataire et bienveillance vis-à-vis du client en tant qu'individu ;
- Savoir envoyer vers le client des signaux verbaux et non verbaux de rassurance sur ces quatre critères (éléments de langage en anglais, attitudes physiques, signaux faciaux, gestuelle, distanciations, etc.) ;
- Les leviers culturels respectifs de satisfaction et d'insatisfaction (irritants) et comment les actionner / désamorcer ;

2. MAITRISER L'ENTRETIEN CLIENT TELEPHONIQUE EN ANGLAIS

- Compenser l'absence du canal visuel : savoir être explicite
- S'appuyer à 80% sur le principe de « culture free »
- Travailler son écoute lexicale proactive
- S'appliquer à cerner les cadres de référence culturels
- Prise de contact : présentations, rituels
- Expression orale : articulation, expression et fluidité de l'expression orale, contrôle et utilisation du débit, ruptures de rythme
- Techniques de reformulation, d'exploration et de questionnement
- Interruptions et verrouillages
- Non verbal : faire passer l'amabilité et l'attention par le ton
- Utiliser les formules positives en anglais
- Le langage non-verbal adapté à la communication par téléphone
- Postures physiques à adopter pour un impact positif sur la perception à l'autre bout de la ligne
- Gérer les tensions interculturelles émotionnellement difficiles
- Insérer si pertinent et sans danger les 20% de « culture fair »

QUOI DIRE ET COMMENT LE DIRE EN ANGLAIS

- Bien gérer son expression orale : qualité d'anglais, articulation, rythme, contrôle de l'accent d'origine ;
- Éléments de langage en anglais pour : prendre contact, briser la glace, accueillir, informer, créer la relation, expliquer, proposer, rectifier, insister, démontrer, prendre congé, etc.
- Éléments de langage en anglais pour gérer les situations tendues : s'intéresser, mettre à l'aise, donner de l'importance, faire répéter, être d'accord, comprendre, partager, questionner en douceur, reformuler, résumer, etc.
- Éléments verbaux d'écoute active, d'empathie, de relance, de reformulation, d'interruptions, etc.

3. MAITRISER L'ENTRETIEN CLIENT PHYSIQUE EN ANGLAIS

Méthodes et techniques en entretiens : d'accueil, d'orientation, d'information, de découverte de besoins, de résolution de tension et réclamation, de prise de contact commerciale, de suivi technique avec up et cross-sell, de prise de commande

FAIRE DU NON VERBAL UN ATOUT A L'INTERNATIONAL

- Utiliser la force du canal visuel pour créer une bonne première impression : clés du langage non-verbal
- Attitudes à adopter en accueil physique
- Comprendre les impacts des cadres de référence individuels dans la communication
- Le langage non-verbal adapté à la communication en face à face
- Postures physiques à adopter pour un impact positif sur la perception en accueil
- Comment créer de l'empathie par le mirroring verbal et non verbal

GERER LES SITUATIONS DELICATES EN ENTRETIEN CLIENT PHYSIQUE

- Savoir prendre en compte les « bagages émotionnels » antérieurs
- Savoir diffuser les malentendus, les incompréhensions
- Savoir désamorcer les tensions
- S'affirmer sans agressivité : les outils de l'assertivité
- S'appuyer en permanence sur :
 - Les principes de négociation raisonnée d'Harvard
 - Les règles de négociation émotionnelle

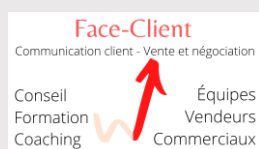
LES ATTITUDES ET SIGNAUX NON VERBAUX QUI FACILITENT LA RELATION PROFESSIONNELLE

- Présenter des attitudes corporelles adaptées : non verbal et verbal ;
- Gérer les tensions interculturelles et émotionnellement difficiles

COMPREHENSION DES MECANISMES, CAUSES ET FACTEURS FAVORISANTS DES COMPORTEMENTS CLIENTS DIFFICILES

- Mécanismes et causes interculturelles des comportements difficiles : externes / internes au client
- Anticiper les facteurs favorisant les tensions :
 - Culturels : éviter la perte de face, protéger sa responsabilité vis-à-vis de son organisation
 - Genres : les croyances et préjugés vis-à-vis des sexes
 - Confessionnels : les piliers structurels (famille, vie, société)
 - Générationnels : les valeurs et aspirations de réalisations
- Les mécanismes de défense : les stéréotypes et préjugés, les biais de prédiction autoconfirmée, le « nous contre eux » et le bouc émissaire.
- Acquisition des éléments de langage anglais nécessaires à la résolution des tensions : accepter l'erreur, présenter des excuses, présenter les solutions apportées, rassurer sur la coopération, etc.

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
15-17 rue Scribe
F-75009 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com