

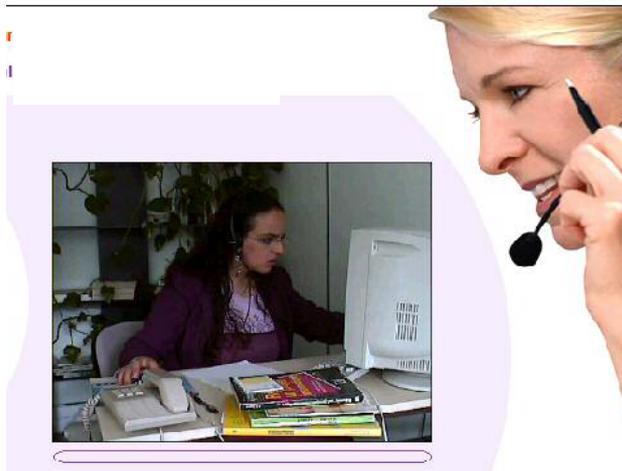
ROYAUME DU MAROC

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل
Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail
DIRECTION RECHERCHE ET INGENIERIE DE FORMATION

**RESUME THEORIQUE
&
GUIDE DE TRAVAUX PRATIQUES**

MODULE N°: 10

**TECHNIQUES DE
COMMUNICATION**



Secteur : TERTIAIRE

Spécialité : TSSD & TSB

Niveau : T & T.S.

Réalisé par : Mme Nadia ABIDI

SOMMAIRE

Module : TECHNIQUES DE COMMUNICATION RESUME THEORIQUE	6
I. COMMUNICATION EN ENTREPRISE	7
Introduction	7
Processus de la communication	8
II. Chapitre I : L'ACCUEIL	9
Définition	9
Pourquoi accueillir ?	9
Rôle de l'accueil	10
Caractéristiques d'un bon accueil :	10
Comment réussir l'accueil ?	10
Les différents interlocuteurs : comment les aborder ?	11
l'accueil dans un service, par une personne non spécialisée	12
L'accueil au standard	12
Prise des rendez- vous :	13
Annuler un rendez vous suppose :	13
EXEMPLE DES EXPRESSIONS DE L'ACCUEIL	14
III. Chapitre I : Le téléphone	15
L'attitude générale au téléphone	15
Emission d'un message téléphonique	15
Réception d'un message téléphonique	16
Le transfert et le filtrage des communications téléphoniques.	16
La mise en attente :	17
La reformulation :	18
Module : TECHNIQUES DE COMMUNICATION	19
GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES	19
Application N°1	20
Application N°2	21
Application N°3	22
Application N°4	23
Application N°5	24
Application N°5	26
Application N°6	27

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE SITUATION**

INTENTION POURSUIVIE

Acquérir la compétence **pour communiquer dans un contexte de travail de bureau en langue française** en tenant compte des précisions et en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation et en respectant les conditions et les critères qui suivent :

Précisions

- Comprendre l'importance de la communication pour le travail de bureau
- Appliquer des principes et des techniques de communication
- Etre consciente ou conscient de ses forces et de ses limites quant à sa façon de communiquer.

PLAN DE MISE EN SITUATION

PHASE 1 :

Participer à la valorisation de l'image de l'entreprise

- Caractériser les éléments de l'entreprise
- Adapter sa communication, son comportement, ses attitudes
- Maintenir la qualité de l'échange
- Fournir l'information attendue concernant le produit ou le service

PHASE 2 :

Qu'est ce qu'accueillir ?

- Repérer les éléments de l'accueil
- Evaluer la qualité de l'accueil et le degré d'ouverture
- Proposer des alternatives
- Caractériser des comportements

PHASE 3 :

Préparer et émettre des appels téléphoniques

- Appeler pour vous informer
- Appeler pour résoudre le problème
- Appeler pour désamorcer

Recevoir des appels téléphoniques

- Reconnaître les défauts et les qualités d'une réception
- Pratiquer accueil et filtrage au téléphone

CONDITIONS D'ENCADREMENT

- Créer un climat de confiance et d'ouverture.
- Utiliser de façon importante les techniques du jeu de rôle et de simulation dans des mises en situation représentatives du milieu du travail.
- Faciliter les échanges d'opinions par l'utilisation des techniques d'animation.
- Encourager et soutenir les élèves éprouvant des difficultés à communiquer.
- Encourager les élèves à expérimenter de nouveaux comportements.
- Privilégier le travail en sous-groupe en s'assurant que les personnes puissent, à tour de rôle, participer à des situations et les observer.
- Fournir des grilles facilitant l'observation et l'analyse des mises en situation.
- Guider la démarche d'évaluation des élèves, en ce qui a trait à leur façon de communiquer, en leur fournissant des outils appropriés (questionnaires ou grilles d'analyse).

CRITERES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

- Consulter les sources d'information mises à sa disposition
- Recueillir des données
- S'appliquer à examiner sa façon de communiquer.

PHASE 2 :

- Relever les éléments qui facilitent l'adaptation des personnes au changement
- Accepter d'expérimenter diverses techniques de travail en équipe
- Participer aux activités d'information

PHASE 3 :

- Manifeste le souci d'apprendre en participant avec sérieux aux activités.
- Adopte un langage et un comportement acceptables pour le contexte.
- Utilise les outils d'observation et d'analyse fournis.
- Accepte d'expérimenter différents rôles.

PHASE 4 :

- Présente un bilan de sa façon de communiquer.

OBJECTIFS OPERATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR -PERCEVOIR OU SAVOIR-ETRE JUGES PREALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'entreprendre des activités de la phase 3 (Sensibilisation à la réalisation de travaux en équipe) :

1. Reconnaître les obstacles à la créativité
2. Détecter les urgences, prendre en compte les enjeux, établir les priorités
3. Identifier ce qui ne doit pas être divulgué, préserver la confidentialité
4. Représenter un responsable dans une situation simple de délégation
5. Pratiquer l'écoute active et adopter les attitudes positives
6. S'adapter aux usages du milieu de travail
7. Maîtriser les techniques du questionnement

Avant d'apprendre à accueillir les visiteuses et les visiteurs :

1. Prendre conscience de l'importance du bilinguisme dans la pratique du métier.
2. Se soucier de l'importance de tenir à jour les listes de renseignements.
3. Expliquer les règles de convenance applicables à l'accueil de visiteuses et de visiteurs.

Avant d'apprendre à recevoir et à acheminer les appels téléphoniques :

4. Distinguer les systèmes téléphoniques.
5. Distinguer les services offerts par les compagnies de téléphone.
6. Utiliser des annuaires téléphoniques.
7. Distinguer les types de répondeur.
8. Se soucier de la qualité des communications téléphoniques

***MODULE : TECHNIQUES DE COMMUNICATION
RESUME THEORIQUE***

I. COMMUNICATION EN ENTREPRISE

Introduction

L'activité d'une entreprise repose désormais sur les échanges permanents avec les différents partenaires, sa performance dépend en partie de la qualité de ces échanges qui font l'objet d'une stratégie de communication externe et interne, verbale et non verbale...qui doit dégager une image positive de l'entreprise.

L'image de marque est la représentation collective qu'a le public d'une firme ou d'une marque commerciale. Elle donne à l'entreprise une identité forte et précise qui la distingue de ses concurrents et contribue à sa pérennité.

L'image de marque véhicule les valeurs de l'entreprise, par ailleurs son développement repose sur sa diffusion auprès du public.

L'entreprise communique avec son environnement et ce par l'intermédiaire de son personnel qui présente des produits, des services...à ses partenaires (Frs, Client...) ainsi la communication est un facteur indispensable pour la réussite et la croissance de l'entreprise et un élément majeur pour assurer sa survie et un moyen de transmettre l'image de qualité et de service.

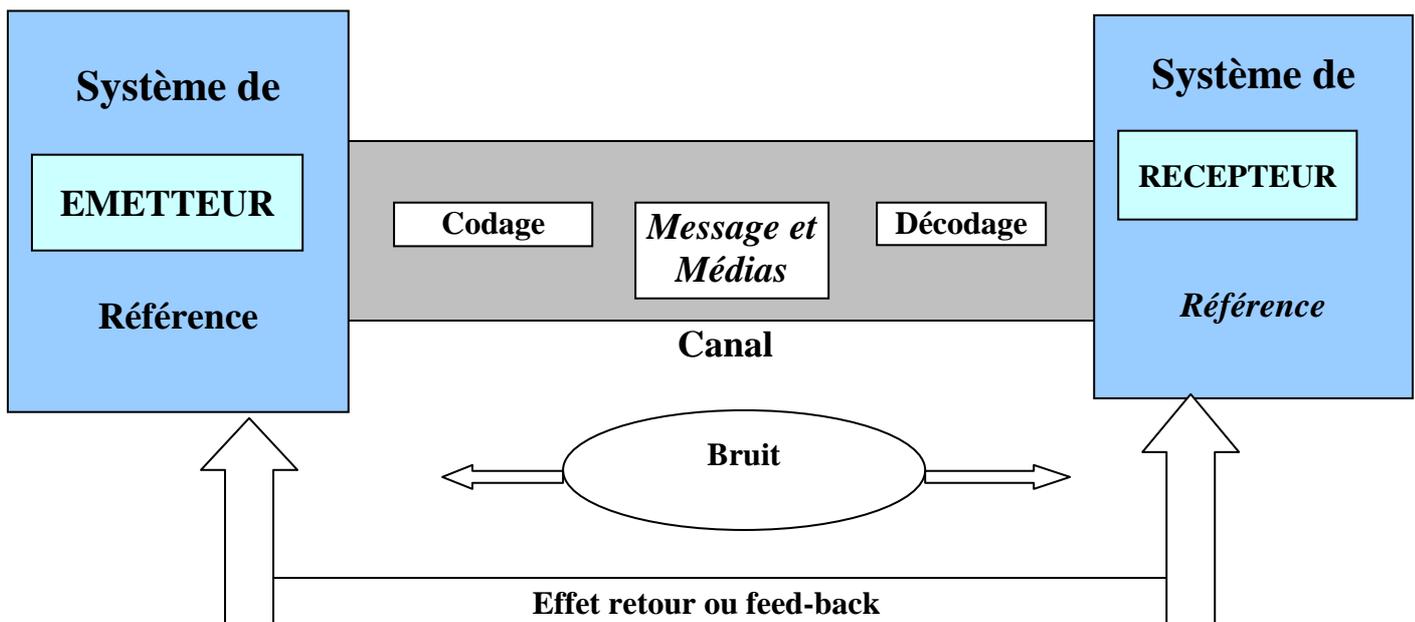
Désormais, L'entreprise n'a plus le choix de parler, de dialoguer... bref de communiquer afin de rendre sa vie économique plus facile et pouvoir répondre aux attentes du public ; ce dernier qui affirme le droit de savoir et de comprendre, et devient de plus en plus exigeant.

Processus de la communication

Si les entreprises et les marchés évoluent, la communication elle-même à changé, de même la demande d'information par le consommateur à changé.

Si les clients ont des besoins différents, les communications doivent être spécifiquement adaptées à chaque individu, par ailleurs, pour communiquer efficacement, il faut comprendre les différents éléments di processus de communication.

Les différents éléments de la communication s'articulent dans un processus que l'on peut schématiser de la façon suivante :



Qu'on peut regrouper ainsi :

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Émetteur et récepteur | - les partenaires de la communication |
| Le message et Médias | - les vecteurs de la communication |
| Codage, décodage Réponse, Feed back | -les fonctions de la communication |
| Bruit | - Induit dans la communication |

CHAPITRE I : L'ACCUEIL

Définition

Accueillir consiste à recevoir, informer ou renseigner, faire patienter, filtrer les visiteurs ou les orienter.

L'accueil c'est le premier contact qui reste le plus longtemps mémorisé :

- * Apparence
- * Sourire
- * Comportement et attitude
- * Langage verbal et non verbal

Pourquoi accueillir ?

L'accueil est une nécessité tant pour l'accueilli que pour l'entreprise effectuant cet accueil (accueillant).

a) Intérêt de l'accueil pour la personne accueillie :

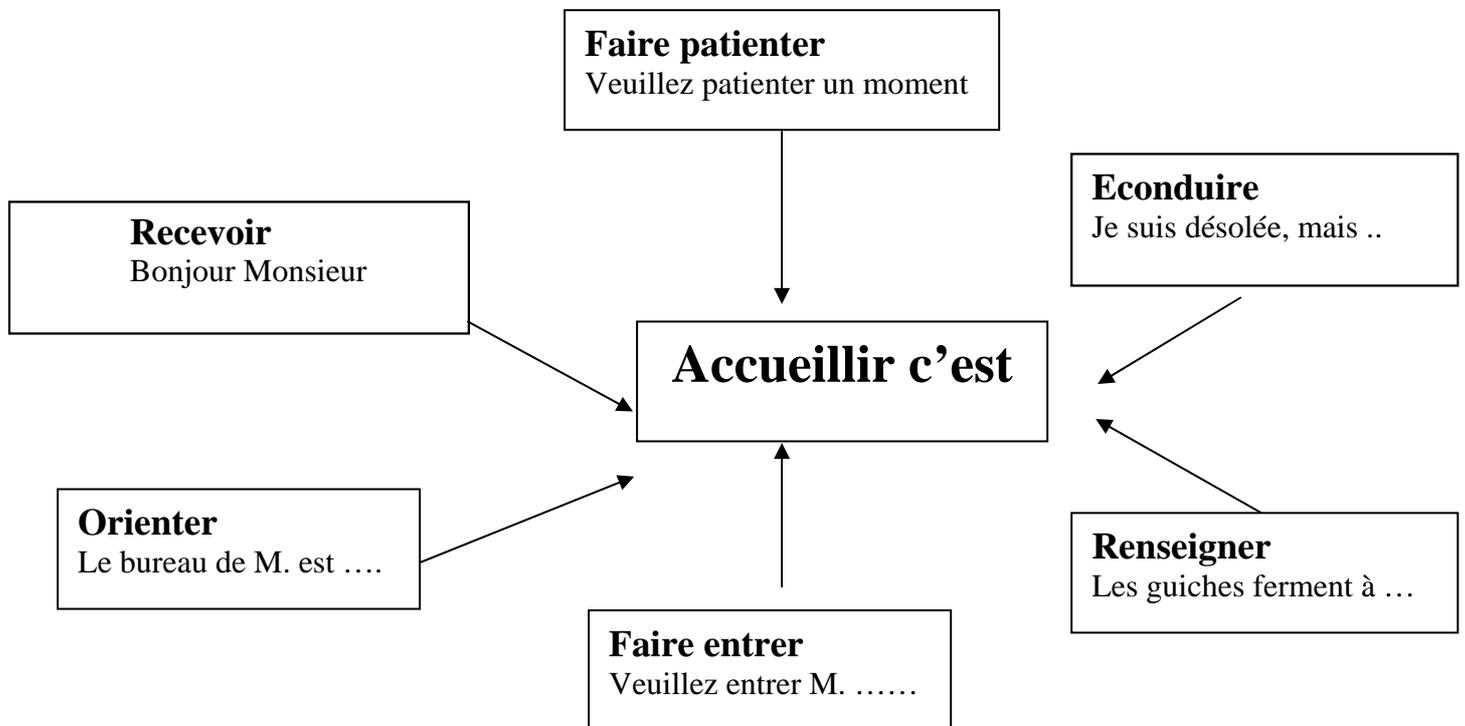
Elle doit se sentir reconnue et ce la influence de manière positive ses relations futures avec l'entreprise.

b) Intérêt pour l'accueillant :

Un accueil de qualité valorise l'image de marque de l'entreprise et rend l'accueilli réceptif, perméable.

L'image de marque de l'entreprise est un facteur essentiel de la rentabilité.

Rôle de l'accueil



Caractéristiques d'un bon accueil :

La qualité de l'accueil découle :

- De la mise en place d'un certain nombre d'éléments de confort qui visent à mettre les visiteurs à l'aise ;
- De l'utilisation « d'outils » qui faciliteront l'information des personnes accueillies ;
- D'un comportement général du personnel qui se montrera souriant, disponible, attentif aux besoins des accueillis

Comment réussir l'accueil ?

- **Avant l'accueil : S'organiser.**
 - Soigner sa présentation
 - Préparer le cadre (ordre, propreté, couleur, fleurs, tableau accroché)
 - Se renseigner sur l'établissement pour lequel elle travaille et pour lequel elle effectue l'accueil
 - S'informer sur les consignes du filtrage
 - Se mettre au courant de toutes les visites attendues.

- **Pendant l'accueil**

- Savoir-faire;
- Saluer le visiteur, lui sourire;
- Aller vers lui (si nécessaire);
- Mettre tout en œuvre pour le satisfaire;
- Lui montrer le chemin (si on peut quitter son poste);
- Si attente, maintenir le contact en lui adressant la parole de temps en temps et proposer éventuellement boissons et journaux;
- Quand le visiteur est entré dans le bureau, se protéger l'entretien en évitant de le déranger.

- * **Le savoir être**

- Amabilité (être souriant, mais sobre);
- Disponibilité (interrompre son activité si nécessaire);
- Ecoute (faire momentanément le vide de ses préoccupations);
- Efficacité (satisfaire le client en le renseignant, le guidant);
- Discrétion;
- Adaptabilité (adapter son comportement à la personnalité du visiteur et à l'importance de la visite);

Les différents interlocuteurs : comment les aborder ?



- **Homme méthodique**

Un être concret, prudent, patient, qui procède avec méthode et logique

Comment communiquer avec lui ?

Soyez aussi précise que possible, ne le bousculez pas.

- **Homme de relations**

C'est un être spontané, chaleureux, compréhensif et sensible.

Comment communiquer avec lui ?

Ne vous lancez pas tout de suite dans la discussion : il aime les préliminaires et les échanges préalables.

- **Homme d'idées**

C'est un être imaginaire, créateur et parfois provocateur.

Comment communiquer avec lui ?

Consacrez du temps à la discussion, pensez, avant de l'aborder, à envisager le problème évoqué dans tous ses aspects.

- Homme timide

C'est un être craintif et silencieux.

Comment communiquer avec lui ?

Créer la détente.

L'accueil dans un service, par une personne non spécialisée

- Prendre immédiatement en charge l'accueilli :
 - Interrompre l'activité en cours,
 - Sourire,
 - Saluer.
- Laisser le visiteur s'exprimer. L'aider, si nécessaire.
- Être courtois :
 - Prévenir la personne demandée,
 - Accompagner le visiteur,
 - L'introduire dans le bureau en s'effaçant ou en l'accompagnant

L'accueil au standard

a- L'information d'un visiteur

- Ecouter attentivement l'accueilli.
- Faire en sorte qu'il exprime clairement sa demande. Au besoin. L'aider.
- Connaître parfaitement l'organigramme de l'entreprise dans laquelle on travaille.
- Connaître et utiliser des documents de référence pour trouver une information précise.
- Transmettre le message sans le déformer.

b- « Le barrage »

- Exprimer des regrets.
- Refuser fermement de recevoir et/ ou d'introduire le visiteur importun.
- Proposer une solution compatible avec les consignes reçues et.....
EN TOUTE CIRCUNSTANCE.....
- Saluer et rester calme !

Prise des rendez- vous :

Prendre un rendez vous suppose :

- Que l'emploi du temps de chaque participant a été soigneusement consulté ;
- Que la fixation du jour ; de l'heure et de la durée approximative de la rencontre a tenu compte des obligations de chacun avant et après le rendez vous ;
- Que le lieu a été défini avec précision : adresse complète et n° de téléphone (pour prévenir en cas de retard) ;
- Que toutes ces informations ont été reformulées et notées de part et d'autre.

Reporter un rendez vous suppose :

- Que le « demandeur » présenter des excuses et fournisse un minimum d'explication d'explications justifiant le report;
- Que l'ont fixe un nouveau rendez vous en respectant les consignes ci-dessus.

Remarque : si un fait survient entraînant un retard prévisible au rendez vous fixé, il importe d'en informer les partenaires le plus rapidement possible :

- annoncer le retard et sa durée,
- présenter des excuses en motivant le retard,
- s'assurer qu'il n'entraîne pas de modification du projet.

Annuler un rendez vous suppose :

- Que le demandeur présente des excuses (et des regrets) et fournisse les raisons de l'annulation ;
- Qu'il annonce la possibilité d'une reprise de contact ultérieure ou
- Qu'il signifie fermement (avec correction) la suspension du projet de rencontre.

EXEMPLE DES EXPRESSIONS DE L'ACCUEIL

Exemple 1 :

- Bonjour, j'ai rendez-vous avec Mme ...du service après-vente.
- Oui... C'est le bureau 141. Prenez le couloir, devant vous. Allez jusqu'au bout. Vous arriverez à la cour. Traversez-la. A gauche, vous verrez l'entrée du bâtiment 2. Prenez le couloir, tournez à gauche. Le bureau 141 se trouve tout de suite à droite.
- Je vous remercie.

Exemple 2 :

- Je viens voir M..... Pouvez-vous me dire où se trouve son bureau ?
- Oui s'est le bureau 338, au 3^{ème} étage. Prenez le couloir à votre gauche. L'ascenseur est au milieu du couloir sur la droite.
- Entendu... Est-ce que je peux laisser ma voiture devant la réception ?
- Non, c'est interdit. Vous devez la garer sur le parking qui est à votre gauche en sortant. Prenez le passage, c'est au bout, à quelques mètres.
- Excusez-moi, mais l'ascenseur ne marche pas.
- Il est en panne ! J'appelle un technicien... je regrette, mais vous devrez monter à pied !
- Pouvez-vous me dire où se trouve l'escalier ?
- Bien sûr ! En face de l'ascenseur, au coin du couloir.
- Merci.

CHAPITRE I : LE TELEPHONE

L'attitude générale au téléphone

L'efficacité au téléphone nécessite un certain nombre de savoir-être et de savoir-faire.

1/ Le savoir-être: avoir un comportement adapté c'est à dire:

- Etre disponible.
- Etre souriant, poli, courtois («le sourire s'entend au téléphone").
- Avoir envie de donner satisfaction à son interlocuteur.
- Faire preuve de discrétion.
- Avoir le souci de la qualité, afin de transmettre une image positive de l'entreprise.

2/ Le savoir-faire: appliquer un certain nombre de techniques

- S'organiser (documents)
- Mettre en valeur l'entreprise
- Personnaliser le message
- Adapter savoir (ne pas crier, ni chuchoter; articuler; parler plus lentement)
- Choisir ses mots avec prudence: termes vivants et positifs.

Emission d'un message téléphonique

1/ Pour le préparer

- Formuler clairement dans votre esprit le but de l'appel
- Noter les points qui composent le message
- Ayez sous la main les documents nécessaires ou utiles

2/ Pour établir la communication

- Présentez-vous et saluez
- Vérifiez aussitôt l'identité de votre correspondant (si celui - ci ne s'est pas présenté) puis demandé la personne ou le service que vous voulez joindre.

3/ Pour mettre fin à la discussion

- Ne prolongez pas sans raison la discussion mais ne terminez non plus trop brusquement.

C'est à vous, qui avait appelé, de prendre congé.

Réception d'un message téléphonique

- Ayez un crayon ou une fiche téléphonique à portée de main.
- Répondez rapidement (décrochez à la troisième sonnerie au plus tard)
- Présentez-vous, dès que vous avez décroché.

On annonce: " Raison sociale, prénom, nom, bonjour... "

- Identifiez le correspondant en lui demandant de se présenter (s'il ne l'a pas fait)
- Ecoutez attentivement son message
- En fin de communication :
 - Reformulez le message
 - Assurez-vous que le correspondant a obtenu satisfaction
 - Laissez la personne qui vous a appelé raccrochez en premier

Le transfert et le filtrage des communications téléphoniques.

1/ Le transfert

- Assurez du bien-fondé (si possible) de la communication en vous informant:
 - Sur l'identité du correspondant
 - Sur l'objet de l'appel
- Transférez l'appel
 - Immédiatement en informant la personne demandée de l'identité du correspondant
 - S'il y a temps d'attendre

Donnez des explications ou proposez d'autres solutions

Mettez le temps par un enregistrement musical

2/ le filtrage

Les consignes concernant le filtrage au téléphone intéressent plusieurs domaines ; ce peut être :

- le moment de l'appel (le destinataire est indisponible durant un certain temps par suite d'une absence ou d'une autre occupation) ;
- la personne qui appelle (le destinataire ne veut absolument pas être en communication avec telle personne pour telle raison) ;
- Le motif de l'appel (le destinataire n'est pas ou n'est plus compétent pour traiter telle question).

Quel que soit le domaine intéressant ces consignes, une suite doit être donnée à l'appel non satisfait. Cette suite peut revêtir différentes formes :

- transmission d'un message à l'intéressé qui rappellera ultérieurement ;

- réorientation de l'appel vers une personne compétente qui peut prendre en charge le problème ;
- annonce de la décision de ne pas donner suite à cette affaire.

Exemples

a/ Si votre chef n'est pas libre

"Je vais voir s'il bien dans son bureau"

b/ Demandez le nom du correspondant.

"Qui dois-je annoncer, s'il vous plaît"

c/ S'informez sur l'objet (si possible)

"Pouvez-vous me rappeler l'objet de votre appel?"

- Vous décidez ensuite de transférer ou non l'appel
- Vous acceptez (prenez l'accord de votre chef)
- Vous devez refuser le transfert jusqu'à ce que vous trouviez la solution:
 - Proposez de rappeler.
 - Proposez de transmettre un message.
 - Proposez d'orienter vers une personne compétente.

La mise en attente :

Lorsqu'une communication ne peut pas être transmise immédiatement il faut :

- S'inquiéter de savoir si le correspondant appelle de loin (c'est lui paiera cette « attente » !)
- Lui demander s'il accepte de rester en ligne (éviter les mots « attendre », « patienter » qui découragent) ou s'il préfère rappeler ou qu'on le rappelle ;
- Si l'on sait à l'avance que l'attente risque de durer, lui indiquer tout de suite la durée approximative et proposer de rappeler.

Si l'entreprise dispose d'enregistrements musicaux d'attente : veiller à la qualité de ces renseignements ; penser à changer de thème musical de temps à autre ; entrecouper ces séquences musicales d'annonces concernant la vie de l'entreprise ou publicitaires.

Si l'entreprise ne dispose pas « d'attentes musicales » : intervenir de temps à autre sur la ligne pour glisser quelques paroles aimables (merci de patienter, restez en ligne S.V.P.....)

- le recours aux intermèdes sonores enregistrés n'empêche pas quelques interventions « humaines » plus chaleureuses.

La reformulation :

- Ecouter sans interrompre (pour repérer ce qui sera utile par la suite)
- Approuver
- Vérifier l'exactitude des faits
- Poser des questions précises
- Ne pas dire « vous vous êtes trompés », « c'est une erreur ».
- Reformuler en utilisant des termes qui atténuent
- Prendre congé (si c'est nécessaire) courtoisement
- Si on est responsable d'une erreur, le dire simplement
- Ne pas rejeter la faute sur le matériel (« c'est l'ordinateur » : cela ne marche plus !)
- Ne pas faire de promesse impossible à tenir
- Répondre avec courtoisie et calme
- Réponde avec fermeté aux excès de langage
- Fournir une explication (si possible la vraie) lorsqu'il y'a faute
- Demander au plaignant sa solution éventuelle
- Recentrer la communication sue le sujet
- Profiter de la moindre pause pour reprendre la parole
- En cas de mauvaise compréhension, faire répéter calmement, en demandant d'épeler
- S'efforcer de répondre en commençant par « oui » ; « en effet », « certainement », plutôt que par « mais » ; « non » ; « pas du tout ».....

Conclusion

« Un accueil de qualité est un moyen efficace de véhiculer une image de marque positive en répondant précisément à la demande de son interlocuteur. Transmettre son énergie et sa motivation, c'est réduire les distances afin de développer et de fidéliser sa clientèle ».

Parce que aujourd'hui, environ 80% du chiffre d'affaires des entreprises se traite par téléphone, la qualité de votre accueil est essentielle. Le téléphone est l'outil le plus utilisé dans une entreprise. Il fait la relation entre vous et vos interlocuteurs (clients, fournisseurs, collègues etc...). Il est donc essentiel de développer une attitude adéquate pour guider l'entretien et favoriser le dialogue.

***MODULE : TECHNIQUES DE COMMUNICATION
GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES***

Application N°1

Exercez vos talents d'accueil

Pour finir, voici un petit exercice pour mettre en œuvre vos talents d'accueil. Avez-vous déjà entendu ces phrases ?

1) C'est impossible

.....
.....

2) Vous croyez que je n'ai que cela à faire ?

.....
.....

3) Ce n'est pas mon problème.

.....
.....

4) Vous ne pouvez pas attendre comme tout le monde ?

.....
.....

5) C'est fermé, je vous dis.

.....
.....

6) Vous n'êtes pas la seule.

.....
.....

7) C'est comme ça.

.....
.....

8) Ce n'est pas de ma faute.

.....
.....

9) C'est la première porte à gauche?

.....
.....

10) Vous n'avez pas lu l'affiche?

.....
.....

Elles sont significatives d'un mauvais accueil, d'un manque de disponibilité.
Elles risquent d'entraîner des situations conflictuelles.

Transformez les en phrases positives qui sécurisent le visiteur.

Exemple :

1 le problème ne c'est jamais posé auparavant, mais nous allons certainement trouver une solution.

Corrigé

1) C'est impossible

le problème ne c'est jamais posé auparavant, mais nous allons certainement trouver une solution.

2) Vous croyez que je n'ai que cela à faire ?

Je ne peux pas m'en occuper actuellement, pouvons-nous fixer un délai ?

3) Ce n'est pas mon problème.

Je ne traite pas ce dossier. Je vous conseille d'aller voir Monsieur X.

4) Vous ne pouvez pas attendre comme tout le monde ?

Ces personnes étaient là avant vous. Ayez la gentillesse d'attendre.

5) C'est fermé, je vous dis.

Je suis désolé. Nos bureaux ferment à 17 H 30. Vous pouvez revenir demain à partir de 9H.

6) Vous n'êtes pas la seule.

Vous êtes effectivement nombreux à me poser cette question.

7) C'est comme ça.

Les procédures de notre maison sont ainsi faites.

8) Ce n'est pas de ma faute.

Je n'étais pas présente lorsque l'incident s'est produit. Pouvez-vous m'en dire un peu plus ?

9) C'est la première porte à gauche?

Vous trouverez le bureau de Monsieur X à la premi(re porte à gauche.

10) Vous n'avez pas lu l'affiche?

Ces renseignements figurent sur la fiche. Pouvez-vous en prendre connaissance ?

Application N°2

Jeu de rôle

Joueurs

- Chaque groupe va désigner l'un de ses membres pour remplir les fonctions d'accueil à la société.
- Se présenteront différents visiteurs (joués par d'autres élèves de la classe). Leur rôle leur aura été attribué par le professeur.

Observateurs

- Analysez à chaque jeu la qualité de l'accueil en utilisant la grille

GRILLE D'ÉVALUATION D'UN EXPOSE ORAL		
Impression d'ensemble : <input type="checkbox"/> est réussi <input type="checkbox"/> n'est pas réussi		
ORGANISATION	COMMUNICATION	
	Verbale	Non verbale
Choisir les informations qui convient + -	Avoir dit ce qu'il fallait en fonction de la situation + -	Soigner sa présentation + -
Choisir des illustrations pertinentes + -	L'avoir dit dans un ordre logique + -	Adopter l'attitude qui convient à la situation : ♦ Attitude générale Crispée adaptée Hésitante maîtrisée

Application N°3

La prise de contact est un moment essentiel : elle donne le ton du dialogue client-vendeur, conditionne le climat général de l'entretien et joue un rôle primordial dans la transformation d'un besoin plus au moins flou en décision d'achat.

Mais la prise de contact est aussi un moment délicat, dans la mesure où le client est indécis : il veut être libre, libre de regarder, de toucher, de choisir surtout d'acheter ou de ne pas acheter ; et pourtant il a aussi besoin et envie qu'on l'aide et qu'on s'occupe de lui.

Les vendeurs sont donc souvent partagés au moment de la prise de contact entre la nécessité de manifester le plus vite possible leur présence au client et la crainte de l'agresser par une entrée en matière trop rapide ou trop brutale. Par ailleurs,

l'emploi quotidien de formules de prise de contact stéréotypées conduit parfois les vendeurs à oublier que prendre contact n'est pas seulement une question de mots.

La prise de contact, en effet, est un ensemble de manifestations-conscientes,

A partir de ce texte et de votre vécu personnel, étudiez

Situez-vous d'abord au niveau du client (l'accueilli) et posez-vous les questions suivantes.

- Qu'est ce que j'attends de la prise de contact avec le vendeur ?
- Qu'est ce qui peut me rendre cette phase agréable ?
- Qu'est ce qui peut me rendre cette phase désagréable ?

Application N°4

L'information d'un visiteur :

Vous êtes standardiste, chargée de l'accueil à la société (C.I.F.N) spécialisée dans la vente de logiciel télématique, outre un standard électronique, vous disposez d'un annuaire interne (annexe 1) et des fiches visiteurs systématiquement complétées par les intéressés (annexe 2). Aujourd'hui, vous recevez Madame RAISS professeur au lycée professionnel des ingénieurs, qui souhaite avoir des informations sur le fonctionnement d'un logiciel de messagerie électronique.

Vous n'êtes pas en mesure de la renseigner d'une façon précise. Que faites-vous ?

Annexe 1

EXTRAIT DE L'ANNUAIRE INTERNE :

<i>LA DIRECTION COMMERCIALE</i>	<i>NOM ET PRENOM</i>	<i>TELEPHONE</i>	<i>PORTE</i>
Directeur	M. RAHIMI	2625	24
Secrétaire	Mme KAISSI	2627	25
Sténo-dactylographe	Mlle MELOUKI	2631	22
	MLLE MADIH	2631	22
Chef de Vente Casablanca	M. FAKIR	2661	37
Chef de Vente autres villes	M. KASSIMI	2648	35
Inspecteur	M. KAWTARI	2662	32
Secrétaire	Mme ROUHI	2664	34
Représentants	Mme BASSIR	2674	36
	Mme KINDI	2675	36
	M. CHAMI	2675	36
	M. TAJ	2675	36

Annexe 2

CEGIN	FICHE VISITE	Visite Le : A : h
Nom :		
Société :		
Fonction :		
Adresse :		Tél. :
Objet :		
Suite :		
Accueilli par :		

Application N°5

Trouvez de meilleures formulations après avoir dégagé les causes des incorrections

Ne dites pas	Dites
Allô !	
Quittez pas !	
C'est pourquoi ?	
C'est un problème important ?	
Il vous connaît ?	
C'est de la part ?	
Expliquez-moi de quoi il s'agit ?	
Je lui dirai quand je le verrai.	
Je vais voir si je peux le déranger.	
Vous pouvez toujours essayer de rappeler jeudi.	

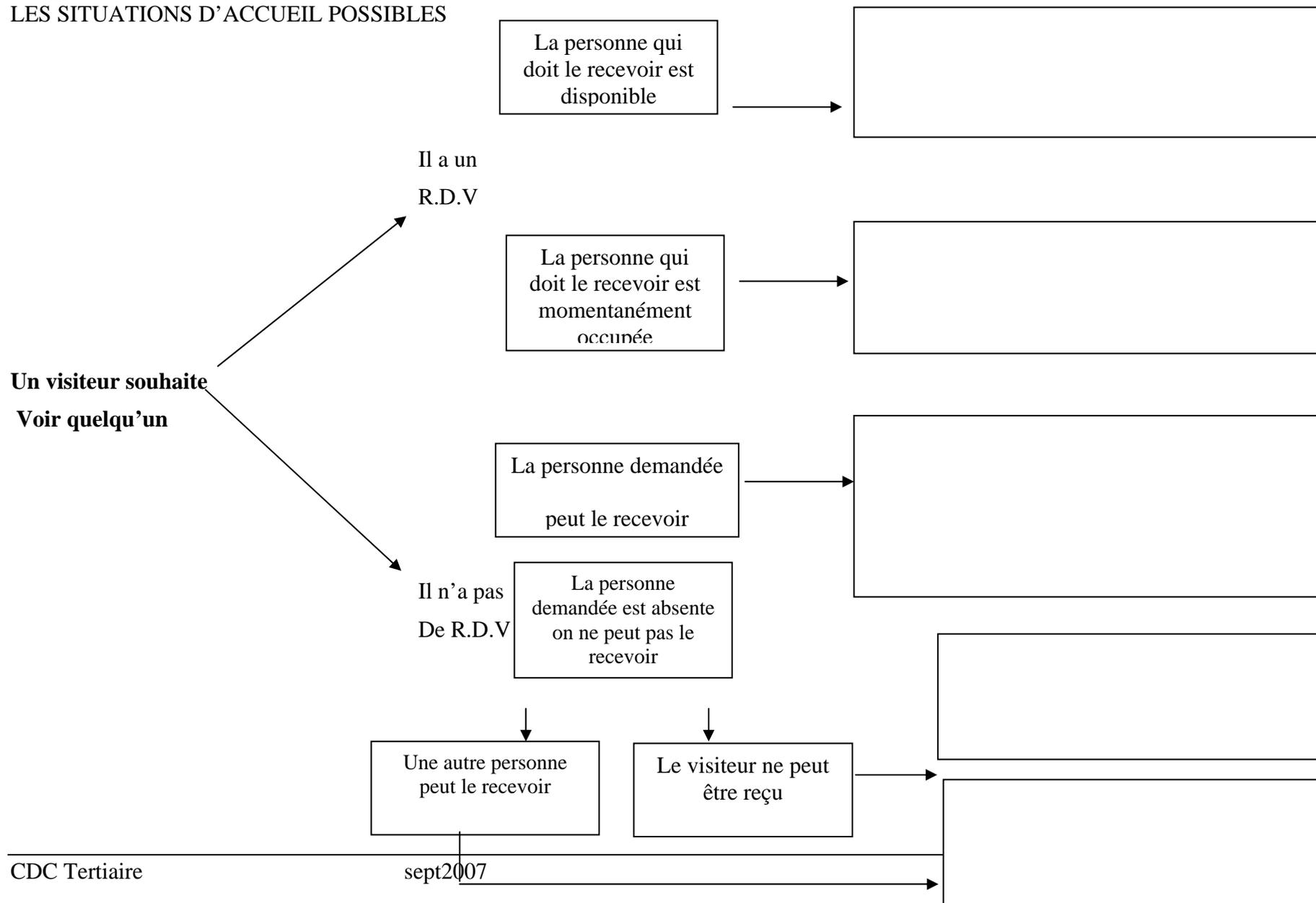
Exemple de corrigé

Ne dites pas	Dites
Allô	Société shems , bonjour !
Quittez pas !	Merci de rester en ligne.
C'est pourquoi ?	Puis-je vous renseigner ?
C'est un problème important ?	La question est-elle importante ?
Il vous connaît ?	Avez-vous déjà été en relation ?
C'est de la part ?	Vous êtes Madame / Monsieur ?
Expliquez-moi de quoi il s'agit ?	En quoi puis-je vous êtes utile ?
Je lui dirai quand je le verrai.	Dès son retour, je lui communiquerai Votre message.
Je vais voir si je peux le déranger.	Un instant, j'essaie de le rejoindre.
Vous pouvez toujours essayer de rappeler jeudi.	Le mieux est que vous rappeliez jeudi Matin.

Application N°5

Complétez le schéma :

LES SITUATIONS D'ACCUEIL POSSIBLES



Application N°6**LES ACTIVITES D'ACCUEIL****1° L'installation de poste.**

Ce qu'il ne faut pas faire :	Ce qu'il faut faire :
- Négliger le confort de la zone d'attente ; la situer dans la zone de circulation.	
- Implanter le poste de travail de l'hôtesse face à l'entrée (elle n'est pas un gardien).	
- Placer l'hôtesse derrière un guichet ou un meuble « banque » formant « barrage »	

2° Les activités et l'équipement du poste.

Les activités	Les équipements nécessaires (à compléter)
- réception de demandes de renseignements ; appels téléphoniques, pour obtenir des renseignements ; relations avec les services au sujet de rendez-vous ;	
- fourniture de renseignements évitant de dégager les services concernés lorsque c'est inutile ;	
- en cas d'absence ou d'indisponibilité de la personne demandée, prise de note de l'objet de la visite et, éventuellement, de la suite à donner.	

3° L'hôtesse d'accueil.

Son rôle :	Son profit (à compléter) :
- Le matin, elle est informée par les secrétaires des différents services des rendez- vous prise pour la journée par leur chef, des visites attendues : visiteur(s), heure prévue.	
- Lors de l'arrivée d'un visiteur attendu, après l'avoir accueilli et annoncé, elle le guide, éventuellement l'accompagne ; si la personne qui doit recevoir n'est pas libre immédiatement, elle fait patienter, offre parfois des boissons.	
- Pour tout autre visite (représentants, démarcheurs, demandeurs d'emplois...), elle s'efforce de fournir les renseignements demandés, d'obtenir les rendez-vous souhaités ; elle éloigne les importuns.	