

RELATIONS INTERPERSONNELLES TRAVAIL EN ÉQUIPE



Technique Informatique

Activité sommative #11

L'approche client et la perception sociale :
La raison d'être!
J'ai besoin de vous!

©2018 JEAN-MARC GUAY, M.A.PS. ; P.N.L

JMGUAY@CCHIC.CA

Automne 2018

RELATIONS
INTERPERSONNELLES

L'APPROCHE CLIENT ET LA
PERCEPTION SOCIALE.

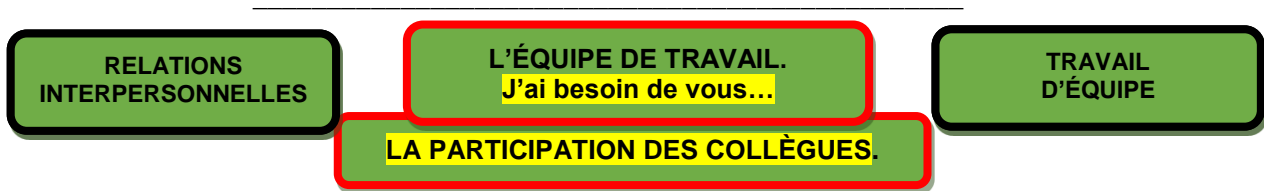
La raison d'être...

TRAVAIL
D'ÉQUIPE

Liens de confiance entre les partenaires.

« Méfiez-vous de la première impression, c'est la bonne. » Talleyrand





COMMENT DÉVELOPPER LA PARTICIPATION DES MEMBRES (DEVITO, 2014 :311-312; texte intégral)

1. AVOIR L'ESPRIT D'ÉQUIPE

Dans la réalisation d'un travail d'équipe ou lors d'une réunion d'équipe au travail, chaque membre est responsable de l'atteinte du but commun. Chacun (e) doit participer efficacement et activement à la réalisation de la tâche commune. Chaque membre qui compose l'équipe devient aussi une ressource pour les autres et contribue à animer et à soutenir la motivation nécessaire à la participation et à l'apprentissage des autres membres. Les membres d'une équipe doivent donc garder à l'esprit que la qualité d'un travail par une équipe dépend, entre autres choses, de la qualité du travail réalisé individuellement.

Mais avoir l'esprit d'équipe ne signifie pas renoncer à son individualité, à ses valeurs ou à ses convictions. Avoir l'esprit d'équipe n'empêche pas de rester soi-même...mais avoir l'esprit d'équipe signifie que je mobilise mon attention et mes actions sur le projet d'équipe collectif!

2. DISCUTER DES QUESTIONS À L'ÉTUDE

Les conflits sont inévitables et ils font naturellement partie des échanges en groupe que des échanges interpersonnels. Dans une équipe, il est important de faire porter les conflits sur des idées, des questions ou des problèmes plutôt que sur les personnes. Ainsi, un membre doit faire savoir qu'il n'est pas d'accord avec les idées ou les solutions proposées, et non avec la personne qui les a proposées. Également, la personne qui a proposé l'idées ou la solution ne doit pas considérer la critique comme une attaque personnelle, mais elle doit plutôt saisir l'occasion de discuter de la question d'un autre angle et d'un autre point de vue !

3. FAIRE PREUVE D'OUVERTURE D'ESPRIT

Les gens qui sont dans un travail en équipe sont tous remplis de bonne volonté. Mais souvent, les membres se présentent avec des idées bien arrêtées. La discussion dégénère rapidement en débat stérile où chacun défend sa position, sans envie aucune d'en changer. Il est de loin préférable d'arriver à la réunion bien informé, en possession de renseignements pertinents pour la discussion, mais sans avoir décidé à l'avance de la solution ou de la conclusion que l'on est prêt à accepter. L'ouverture d'esprit n'empêche pas l'attitude critique, et il faut doser correctement les deux : bien évaluer une suggestion avant de l'accepter ou de la rejeter ; avoir l'esprit ouvert, mais aussi critiquer intelligemment ses propres suggestions tout autant que celles des autres.

4. SE FAIRE COMPRENDRE

Ce qui mérite d'être dit mérite de l'être clairement. Chacun doit s'assurer que tous ont bien compris les idées ou l'information qu'il a transmises et demander si les gens ont bien compris. Chacun doit aussi s'assurer qu'il a bien compris les interventions des autres, avant de se prononcer sur une question.

5. ÉVITER LA PENSÉE DE GROUPE

La pensée de groupe est une façon de penser à laquelle les membres recourent lorsque leur accord devient tellement important pour le groupe qu'il l'emporte sur l'analyse réaliste et logique que pourraient faire individuellement les membres.

Bien des comportements peuvent mener à la pensée de groupe. Les plus importants se manifestent quand le groupe limite la discussion à un petit nombre de solution possibles, en négligeant les autres ; quand il ne réexamine pas ses décisions même après avoir appris qu'elles présentent certains dangers ; ou, encore, quand il ne prend pas le temps de bien expliquer pourquoi il a rejeté certaines solutions.

De plus, quand s'exerce la pensée de groupe, les membres se montrent extrêmement sélectifs dans les renseignements à prendre en considération. Ils ignorent généralement les faits et les opinions contraires à la position du groupe, mais ils acceptent facilement et sans critique ceux qui y sont favorables.

COMMENT DÉTECTER LA PENSÉE DE GROUPE

La liste de symptômes qui va suivre devrait vous aider à vous prémunir contre la pensée de groupe dans les groupes dont vous faites partie ou à la détecter dans ceux que vous observez :

Quoi	Comment	Atelier :
Liste de symptômes		
Liste de symptômes	<ul style="list-style-type: none">✓ Croire que le groupe et ses membres ne courent aucun danger et sont invulnérables.✓ Échafauder des justifications pour ne pas prendre au sérieux les avertissements et les menaces.✓ Croire à la moralité du groupe.✓ Juger les opposants en recourant à des stéréotypes.✓ Faire pression sur tout membre qui exprime des doutes ou qui met en question les arguments ou les propositions du groupe.✓ S'autocensurer (cesser de dire les vraies affaires !).✓ Présumer que tous les autres membres du groupe sont d'accord, qu'ils l'aient dit ou non.✓ Empêcher que l'information ne parvienne aux autres membres du groupe, en particulier lorsqu'elle peut créer des divergences d'opinions.	
Activité :	Quel genre de groupe avez-vous?	
Activité :	Évaluation de la participation du travail en équipe.	

RELATIONS
INTERPERSONNELLES

L'APPROCHE CLIENT ET LA
PERCEPTION SOCIALE.

La raison d'être...

TRAVAIL
D'ÉQUIPE

LES DÉCLINAISONS LINGUISTIQUES.

L'UTILISATION D'UN LANGAGE PLUS RESPONSABLE (Adler et Town, 2005).

Le langage devrait en plus d'éclaircir le contenu des messages, il devrait de même refléter la volonté du locuteur d'assumer ses sentiments et ses émotions. Le fait d'accepter ou de refuser cette responsabilité en dit long au sujet du locuteur et contribue à donner le ton d'une relation.

LES DÉCLINAISONS LINGUISTIQUES	
« JE » : UN PRONOM À UTILISER _____ _____ _____	<p>Le « je » quand on assume !</p> <p>Celui qui utilise des énoncés impersonnels refuse d'assumer son message en contribuant celui-ci à un sujet indéfini. En plus d'être imprécis, il traduit une façon inconsciente d'éviter de prendre position ou de se dévoiler. Mais lorsque le locuteur emploie le « je », il indique qu'il est le sujet du message et, parce qu'il utilise le langage à la première personne, qu'il assume pleinement la responsabilité de ce qu'il dit. Utiliser la première personne est la méthode la plus efficace pour communiquer sans envenimer la situation. Et plus vous le ferez, plus cela vous paraîtra naturel.</p>
LE « TU » : UN PRONOM À ÉVITER _____ _____ _____ _____	<p>Le « tu » pour les intimes</p> <p>Le tu me tue ! L'utilisation du « tu » exprime nécessairement un jugement. Tu as laissé la maison sans dessous sans dessus ! Tu fais tout à ta manière. Tu vas finir tout seul si tu ne ...</p> <p>Le « tu » exprime donc un jugement de valeur de l'interlocuteur. Il provoque souvent une réaction de défensive. Un tel énoncé implique que l'individu qui parle est qualifié pour porter un jugement sur son interlocuteur, une position que la majorité des gens consentent difficilement à accepter, et ce, même si le jugement en question est juste.</p>
LE « NOUS » : UNE SOLUTION DE RECHANGE _____ _____ _____ _____	<p>Le « nous » quand on est au moins 2 !</p> <p>Les messages « je » présentent des avantages non négligeables. Mais, le « je » utilisé à répétition peut donner une impression « d'égoïsme ou de narcissisme de la conversation » par l'emploi soutenu qu'elles font de la première personne du singulier. Un peu de modération ne serait pas une mauvaise affaire.</p> <p>En fait, le « nous » permet d'éviter l'utilisation trop abusive du « je ». Ainsi, le « nous » sous-entend que l'objet de discussion concerne autant l'émetteur que le récepteur du message, et que tous deux en sont responsables.</p> <p><u>Exemples :</u> « Je me sens triste dans cette situation et j'aimerais que nous en discutions »</p>

	<p><i>« Je pense que nous avons un problème. Nous semblons incapables de parler de notre situation financière sans nous disputer »</i></p> <p><i>Nous voyons bien comment le langage à la première personne du pluriel peut favoriser un climat constructif. Ce type de langage est direct et apporte à l'échange entre les deux personnes un certain rapprochement. En utilisant le nous, nous signalons notre proximité aux autres et notre solidarité (Dreyer et coll., 1987). Cependant, le « nous » n'est pas toujours approprié. En effet, il peut paraître présomptueux puisqu'il donne à penser que nous parlons non seulement en notre nom, mais aussi, au nom de l'autre.</i></p> <p><u>Exemple :</u></p> <p><i>Nous avons un problème ! Quoi ? Tu as peut-être un problème, mais ne viens pas me dire que moi, j'ai un problème !</i></p> <p><i>Quels seraient donc les pronoms les plus efficaces à utiliser pour la communication interpersonnelle ? Il semble que ce soit la combinaison d'énoncés à la première personne du singulier et à la première personne du pluriel (Ex. : je pense que nous avons... ; j'aimerais que nous...) qui ait les meilleures chances d'être accueillie favorablement (Proctor et Wilcox, 1993).</i></p>
<p>LE "VOUS"</p> <hr/>	<p>Le « vous » quand on est dans notre rôle de professionnel</p> <p>Le « vous » est très approprié lors d'échanges avec des personnes dont nous pensons qu'il est important de maintenir une certaine distance relationnelle et ce, par respect pour l'âge ou de par la nature du lien que nous entretenons avec l'autre. Notons que nous pouvons plus tard prendre une autre déclinaison linguistique si cela est permis ou pas, si nous voulons maintenir par exemple notre distance avec l'autre. Il faut également souligner que certaines personnes seront déstabilisées lorsque nous employons le vous et d'autres le seront lorsque nous ne l'employons pas ! Mais, il est d'usage lors d'une première rencontre avec un inconnu d'utiliser le vous et de le laisser tomber si notre interlocuteur nous le demande et si nous le pouvons.</p> <p>Exemple: les clients, les supérieurs, les étudiants, les personnes âgées, etc.</p>

PERCEPTION DU PREMIER CONTACT AU TÉLÉPHONE.

NOTRE CERVEAU CONSTRUIT DES IMAGES

À partir de ce qu'il nous donne,
Notre cerveau se fait une image de notre interlocuteur...
Afin de compenser l'absence du non-verbal.



**La qualité de notre communication contribuera à la qualité
De l'image que le collaborateur se fera de nous !**



COMMENT SAVOIR FAIRE BONNE IMPRESSION COMME PROFESSIONNEL EN SITUATION DE CONVERSATION TÉLÉPHONIQUE

Prendre son téléphone et appeler un professionnel est souvent le premier pas le plus important et peut-être parfois être une source d'anxiété et d'inconnu pour les clients. S'ils ont réussi cette étape, c'est au professionnel de réussir l'entretien téléphonique pour leur montrer qu'ils ont eu raison d'appeler.

A) LE NOMBRE DE SONNERIES

Le professionnel respecte les standards en décrochant le combiné entre la deuxième et la troisième sonnerie. Avant même d'entendre une voix, les clients commencent mentalement à mesurer la qualité du service par le nombre de sonneries. Si la réponse est instantanée, elle provoque une réaction de surprise. Si elle tarde trop, elle entraîne une réaction d'angoisse, d'impatience voire d'abandon. Si le client est sur attente, il faut revenir lui parler dans la minute qui suit l'attente et le refaire, tant qu'il n'a pas été répondu. Notons que la présence de la musique lorsque le client est en attente est une bonne intention, mais s'il elle est trop forte, ce petit détail peut contrarier le client. Pour le savoir, faites un essai en demandant à la réceptionniste de vous mettre en attente!

B) LE MESSAGE D'ACCUEIL et RÈGLES DE LANGAGE (Ruga)

Le professionnel présente une attitude mentale positive. Il a le sourire aux lèvres avant même de décrocher et de parler au téléphone. C'est le meilleur moyen pour projeter d'emblée une image positive de l'entreprise, car avant même de décrocher, les préjugés s'installent de part et d'autre.

Le professionnel utilise les bonnes règles de langage comme le vouvoiement. Il se présente au client en lui souhaitant la bienvenue et en s'identifiant sur les plans professionnels.

Exemple : « Service MTI construction et Informatique, Éric à l'appareil, technicien XYZ bonjour! »

Le professionnel évite également les interjections verbales de type « hum » ou « euh » et utilise plutôt des petites phrases comme « je vois, je comprends, voyons ensemble... » Il écoute le client en le laissant s'exprimer sur le motif de son appel et en évitant de lui couper la parole ou en finissant ses phrases.

C) VOIX ET CONVERSATION TÉLÉPHONIQUE (Ruga)

Le professionnel au téléphone a un bon paralangage.

- ✓ Il convient de parler suffisamment fort, distinctement et pas trop vite.
- ✓ Il faut opter pour un timbre de voix tonique et chaleureux.
- ✓ Le ton de la voix est une carte de visite, il doit rester agréable et prévenant d'un bout à l'autre de la conversation.
- ✓ Le client ne doit percevoir ni tristesse ni impatience, ni manque de concentration, ni fatigue ou mauvaise humeur.
- ✓ Une voix basse ou hésitante pourrait faire croire à une certaine insécurité, voire à un manque de compétence.

RÈGLES DE COURTOISIE AU TÉLÉPHONE

Utilisez avec discernement les formules usuelles de politesse

- S'il vous plaît, merci
- Il m'a été agréable de
- Je vous en prie, excusez-moi
- Puis je faire autre chose pour vous
- Bonne journée

Ne tutoyez pas l'interlocuteur

- On utilise le tutoiement seulement lorsque l'on connaît bien la personne
- Autrement, le vouvoiement est de mise en le faisant précéder de monsieur ou madame

Personnalisez la conversation

- Prononcez le nom de votre interlocuteur à quelques reprises au cours de la conversation (début, milieu et fin)

Évitez les bruits insolites

- Bruit de papier
- Clavier d'ordinateur
- Bruits de respiration
- Conversations près des postes de travail
- La manipulation du cahier législatif
- Nous sommes dans un centre d'appel. Le citoyen n'est pas plus loin que le combiné.

Utilisez à l'occasion des expressions qui produisent leur effet

- Je prends l'initiative de..., je m'engage à...
- Gagnez du temps, vous avez droit
- C'est tout à votre avantage
- Ce que je souhaite faire pour vous

Ne raccrochez jamais avant votre interlocuteur

- Attendez qu'il ait raccroché

D) LA PRISE DE RENDEZ-VOUS TÉLÉPHONIQUE (Ruga)

Le professionnel au téléphone, après avoir écouté le client le rassure et demeure positive et lui propose un rendez-vous.

Lors de la prise de rendez-vous il s'emploie avec le client à déterminer quel jour de la semaine lui convient le mieux. Il cherche à savoir s'il préfère le matin ou l'après-midi. Il propose au client deux options seulement, plutôt que de le laisser complètement libre. Par la suite, il laisse le client faire son choix puis lui confirme son rendez-vous d'une voix claire.

Lors d'une situation particulière, il s'efforce de toujours garder son calme, même si le client est énervé et désagréable. Il n'argumente pas avec le client, cela ne ferait que rajouter de « l'huile sur le feu ». Enfin, il est parfois préférable de convenir dans les plus brefs délais d'une rencontre avec le client au bureau ou chez le client afin de discuter de ce qui ne va pas !

E) LES QUESTIONS AU TÉLÉPHONE (Ruga)

Le professionnel au téléphone utilise les bonnes formulations lors de la conversation téléphonique. Il pose les bonnes questions.

F) LE CHOIX DES BONNES FORMULES LORS DE LA CONVERSATION TÉLÉPHONIQUE (Ruga)

Éviter de dire :	Préférer dire :
C'est impossible.	Nous allons étudier une autre possibilité.
Rappelez-nous dans une semaine.	Je vais vous rappeler dans une heure.
Tout est déjà pris.	Excusez-moi, tout est réservé pour cette date. Avez-vous une autre préférence ?
Je vous donne un rendez-vous le...	Nous vous réservons une rencontre le...
Je ne sais pas, je ne peux pas vous dire.	Je vais me renseigner et vous rappellerai pour vous aider.
Combien de fois faut-il vous dire...	Permettez-moi de mieux vous expliquer.
C'est votre problème	Essayons de voir cela ensemble.
Il n'y a plus rien de libre.	Nous avons la possibilité de vous recevoir à partir du...
« Clientez » un peu.	Donnez-moi votre numéro, je vous rappelle de suite.
N'oubliez pas d'apporter.	Nous souhaiterions que vous apportiez...
« Problème », « inquiétude »	« Amélioration », « solution », « sécurité »

GÉRER LES SITUATIONS DÉLICATES

- ✓ Il arrive parfois que le consommateur soit en colère, désemparé, insatisfait, voir même injurieux. Toutes ces situations ont comme point en commun qu'elles sont envahies par des émotions difficilement gérables.
- ✓ Tant que la personne demeure dans ses émotions, il y a bien peu de chances d'avoir une communication efficace.
- ✓ Il s'agit alors d'éloigner notre interlocuteur de ses émotions en le ramenant dans le factuel.



Voici une technique simple pour gérer efficacement ces situations délicates.

1. Gardez votre calme (inspiration silencieuse)
2. Baissez le ton de votre voix
3. Parlez d'une voix douce
4. Diminuez le débit de votre voix
5. Soyez : soit **empathique** si, par exemple le citoyen s'en prend à la situation qu'il vit, soit **ferme mais poli** si le citoyen s'en prend à vous
6. Tentez de ramener l'interlocuteur à de meilleures dispositions
7. Remerciez
8. Revenez aux faits en résumant la situation
9. Orientez la communication vers des solutions

Empathique

- « *Je comprends que vous soyez en colère M. (...) mais ne croyez-vous pas qu'en gardant notre calme, nous arriverons plus facilement à une solution?* »
- « *Je vous remercie!* »
- « *Maintenant, ce que je comprends de votre insatisfaction, c'est... Est-ce bien ça?* »
- « *Je souhaite avoir la solution qui vous convienne et voici ce que je peux faire pour vous...* »

Ferme mais poli

- « *Je me fais un devoir d'être poli avec vous et je souhaite que vous fassiez de même. Une bonne communication va sûrement nous aider à trouver une solution. Qu'en pensez-vous?* »
- « *Je suis content que nous nous entendions sur ce point.* »
- « *Concernant votre demande, vous me disiez donc que... Est-ce bien ça?* »
- « *Je souhaite avoir la solution qui vous convienne et voici ce que je peux faire pour vous.* »

Activités

Un client appel pour prendre un rendez-vous ;

Un client qui appel pour changer ou annuler son rendez-vous ;

Un client qui appel pour une urgence.

EXERCICE FORMATIF

Q : Nouvellement engagé dans une firme d'ingénieur, votre patron vous demande si vous avez appris « les règles d'usage lors de la conversation téléphonique » avec un client. Bien qu'il s'agisse du travail de la réceptionniste de répondre au téléphone, il peut arriver qu'elle vous demande de la remplacer quelques instants ou qu'un client vous demande de le rappeler. Ainsi, Votre patron vous demande de donner à l'équipe une formation de 15 minutes sur les règles « d'usage lors de la conversation téléphonique » avec un client.

Veillez nommer 5 règles d'usage lors de la conversation téléphonique avec un client et ce, peu importe le contexte de l'appel téléphonique et expliquez pourquoi ?

- 1) _____

- 2) _____

- 3) _____

- 4) _____

- 5) _____



COMMENT SAVOIR SE PRÉSENTER LORS DE NOTRE PREMIER CONTACT AVEC LES PARTENAIRES

Le professionnel va à la rencontre de son client, lui souhaite la bienvenue et en profite pour se présenter et s'identifier sur les plans professionnels. Il en profite pour bavarder un peu avec lui. Il mentionne au client qu'il sera la personne assignée pour le service professionnel demandé.

8.4.3 FAIRE BONNE IMPRESSION AUPRÈS DU CLIENT

Le professionnel a une approche avec le client qui est relationnelle, respectueuse et encourageante. Il adapte son niveau de langage et de communication selon l'âge du client.

Le professionnel fait une première bonne impression dans son contact avec le client au niveau de la communication corporelle :

- ✓ Il a un sourire communicatif.
- ✓ Il évite les « Bonjours » du bout des lèvres, le regard baissé et le visage fermé.
- ✓ Il a un regard doux et naturel.
- ✓ Il a un regard dirigé vers la personne. Il évite d'avoir un regard fixe et vide ou un regard fuyant ou insistant (Bourassa).
- ✓ Il a un visage expressif, animé et une expression du visage qui reflète l'émotion du moment.
- ✓ Il évite d'avoir les muscles du visage tendus ou un visage sans expression et imperturbable, ou une expression faciale sans rapport avec l'émotion du moment (Bourassa).
- ✓ Il a une posture corporelle professionnelle, droite et détendue, et non une position fixe, rigide ou relâchée (Bourassa).
- ✓ Il a une tenue vestimentaire irréprochable.
- ✓ Il fait des hochements occasionnels de la tête en signe de compréhension et d'encouragement.
- ✓ Il évite les gestes qui ne cadrent pas avec le contexte.

LA POIGNÉE DE MAIN (Ruga)

Le professionnel respecte le client dans son choix de donner ou pas la poignée de main. Aujourd'hui, la poignée de main n'est plus systématique et ce, pour différentes raisons : des changements dans les mœurs, l'hygiène, un client pouvant présenter une infirmité, un client pouvant avoir simplement les mains occupées. Dans le cas où le client ne tend pas la main, Le professionnel lui adresse un petit signe de la tête, comme une petite révérence, afin de lui souhaiter la bienvenue de façon non verbale, avant de passer au but de la rencontre.

Dans l'éventualité où le professionnel donne la poignée de main, il faut savoir que lors de ce premier contact, tous les sens sont en éveil avec une exceptionnelle acuité. La première poignée de main, lien physique plus ou moins furtif, est un rituel de politesse important qui initialise le contact. Alors que les mains se rencontrent, les sourcils se haussent et un sourire apparaît sur les deux visages. Une poignée de main est une signature. Une poignée de main ferme inspire confiance et inaugure positivement la relation. Elle permet de percevoir des signes de personnalité. C'est pourquoi il est important de soigner la poignée de main, tendre la main vers le client, effectuer une poignée de main assez ferme mais pas trop, en le regardant dans les yeux avec bienveillance.

D'après Geoffrey Beattie, Professeur à l'Université de Manchester, une poignée de main irréprochable serait « la main à mi-chemin entre vous et l'autre personne, une paume douce et sèche, une pression ferme, (mais pas trop), trois mouvements d'une vigueur moyenne et d'une durée inférieure à deux ou trois secondes, le tout accompagné d'un regard et d'un sourire. »

LES TYPES DE POIGNÉE DE MAIN ET TRAITS PSYCHOLOGIQUES

Types de poignée de main	Traits psychologiques
Main molle, inconsistante	Manque de caractère, timide, indécis
Main très longue	Compatissant, chaleureux
Main très ferme	Franc, direct, l'individu a du caractère
Main écrasante	Autoritaire
Main moite	Anxieux, nerveux
Main brève	Vif d'esprit, manque de considération
Main qui se colle à vous	Marque de respect, l'individu a de l'affection
Main qui évite le regard	Sournois, timide

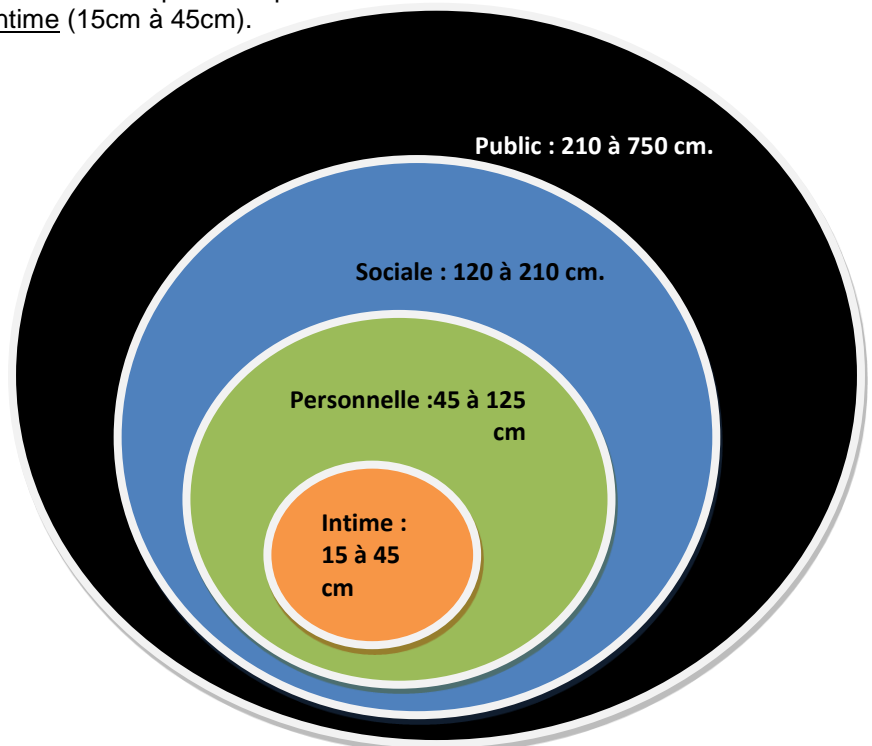
L'ABORD DU CLIENT

Dans l'abord du client, le professionnel favorise l'écoute attentive, en évitant les distractions et la perte de contact des yeux avec le client et ce, afin d'avoir tous les éléments pertinents en mémoire pour échanger avec le client.

Dans son échange, il évite de tourner le dos au client lorsqu'il lui adresse la parole. Le professionnel évite de faire une confirmation non verbale au client lorsqu'il n'est plus dans le champ visuel du client. Il préconise l'emploi du vouvoiement auprès du client. Le professionnel évite de parler en même temps que le client ou un collègue, afin de ne pas créer de confusion ou lui manquer de respect. Le professionnel a un ton de voix affirmatif et confiant lorsqu'il s'adresse au client. Le professionnel a un timbre de voix assez bien calibré (ni trop bas, ni trop élevé). Le professionnel donne un retour ou feedback approprié et à propos au client, en procédant à une reformulation ou en faisant une confirmation de ce qu'il a compris ou entendue. Le professionnel s'exprime de façon claire, net et précise. Il communique de manière à favoriser les échanges interactifs, ainsi que la transmission et la réception des messages utiles au bon déroulement du service professionnel.

Lors du premier contact avec le client (au lieu et place du rendez-vous), le professionnel respecte les règles de l'abord d'un client, afin de franchir doucement et naturellement chaque distance des zones physiques :

- 1) Le professionnel effectue un premier mouvement d'accueil envers le client : distance sociale (120 cm à 210 cm).
- 2) Le professionnel bavarde un peu avec le client et aborde l'objet de la rencontre : distance personnelle (45cm à 125cm).
- 3) Le professionnel qui rencontre un client pour une première fois évite de franchir la zone de l'intimité du client : distance intime (15cm à 45cm).



ACIVITÉS

Aborder un client.
Technique d'entrevue.

EXERCICE FORMATIF

Q : Maintenant que vous suivez un cours sur les relations interpersonnelles et le Travail en équipe, vous êtes en mesure de mieux faire une première bonne impression. Votre patron, vous en fait d'ailleurs la remarque et il vous demande comment vous faites !

Veillez nommer 5 aspects faisant partie de la communication corporelle qui contribuent à former de bonnes impressions et donner un exemple appliqué à votre profession ?

- 1) _____

- 2) _____

- 3) _____

- 4) _____

- 5) _____

Q : Lorsque le professionnel va à la rencontre de son client dans le cadre d'un premier rendez-vous, quels sont les 2 règles d'usage qu'il doit effectuer auprès du client ?

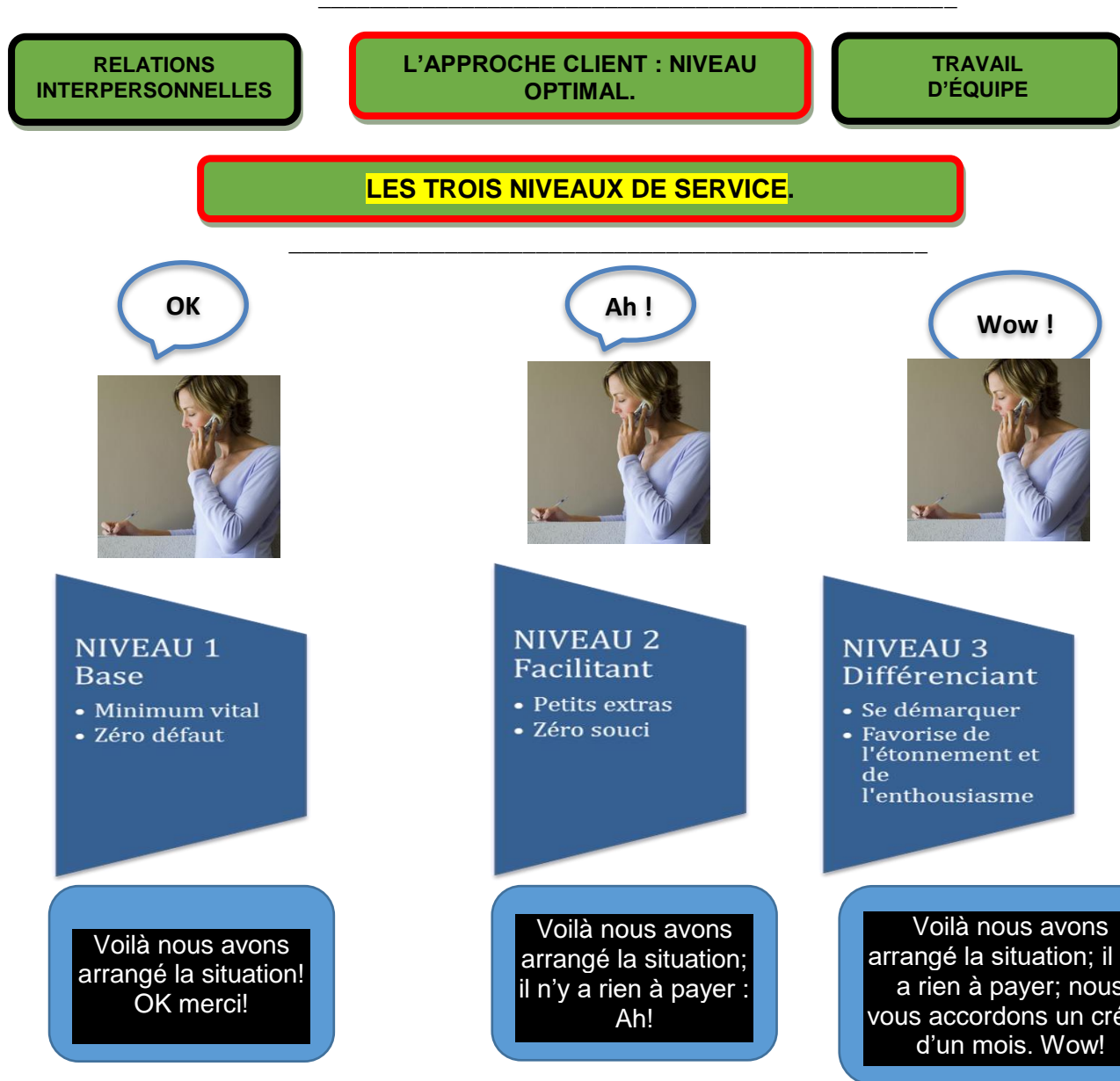
- 1) _____

- 2) _____

Q : Toujours heureux de vous avoir dans son équipe comme professionnel, votre patron vous demande de donner à l'équipe une formation de 15 minutes sur les règles de « l'abord d'un client ».

Vous expliquez ainsi à l'équipe que l'abord d'un client se fait en 3 étapes. Quelles sont les 3 étapes de l'abord d'un client ?

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____



COMMENT CRÉER DES LIENS DE LONGUE DURÉE AVEC LES PARTENAIRES (RENY; P.49 : VOLUME)

Quoi	Comment
COMMENT CRÉER DES LIENS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toujours bien accueillir les professionnels et les partenaires de passage dans l'entreprise et les nouvelles venues ✓ Prendre le temps de s'intéresser à ses collègues ✓ Souligner les forces individuelles et encourager les gens avec qui l'on travaille ✓ Organiser des événements mobilisateurs