

Communication écrite

Sessions distancielles 2024

Qualiopi 
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION



Mis à jour 27 MARS

FACE-LECTEUR

+33 (0)6 07 19 18 42

contact@face-lecteur.com

Face-Lecteur
Communication écrite
Rédaction d'igitale

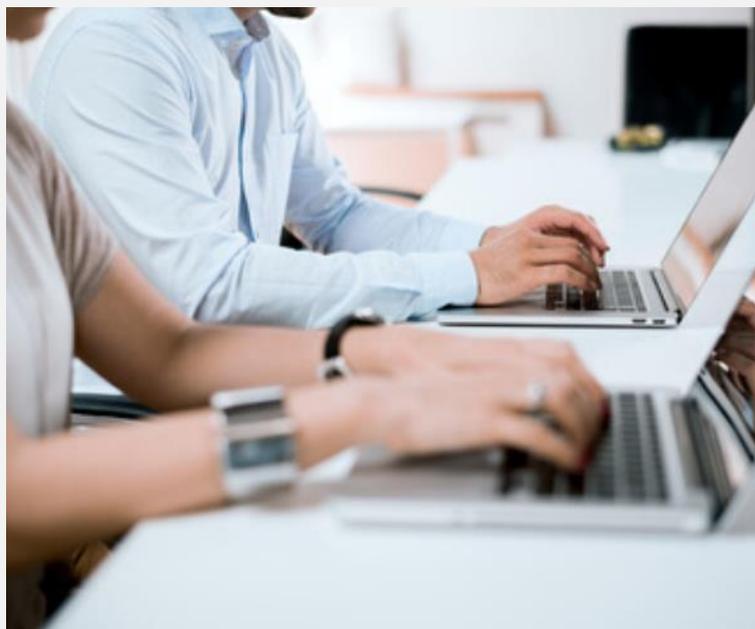


Sessions distancielles : l'alternative souple et efficace au mode présentiel !

Une sélection de six formations adaptées au format distanciel pour répondre à vos besoins de montées en compétences et à vos contraintes de plannings :

1. *Savoir rédiger rapidement des emails efficaces*
2. *Savoir aller à l'essentiel, rédiger avec concision et être synthétique*
3. *Savoir lire rapidement et retirer l'essentiel des écrits professionnels*
4. *Savoir répondre aux emails de réclamations clients*
5. *Savoir communiquer par chat en support clientèle !*
6. *Savoir être concis à l'oral et synthétique à l'écrit*
7. *Savoir répondre aux avis et commentaires clients sur internet*
8. *Ecrits internationaux : savoir rédiger des emails efficaces en anglais*

**« Des spécialistes
de la communication écrite
pour former vos collaborateurs à distance
plus sûrement, plus simplement et plus efficacement »**





SAVOIR REDIGER RAPIDEMENT DES EMAILS EFFICACES

Référence : ECRFRA21Bdist

Fiche programme

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Une majorité de collaborateurs n'ont aucune idée des méthodes et techniques de rédaction d'emails ni des principes règles d'étiquette en échange électronique. Ce manque cause de nombreuses imprécisions et confusions dans les messages échangés, des pertes en ligne régulières d'informations, etc.

Dans les cas les plus extrêmes, cette mauvaise qualité de la rédaction a des impacts très négatifs sur les relations interpersonnelles, la cohésion des équipes, et peut induire des effets dommageables en production.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet de gagner en temps et efficacité, grâce aux techniques de rédaction d'emails. De plus, les techniques apprises permettent d'améliorer grandement la qualité de l'information échangée par l'entreprise.

CONTACTEZ-NOUS !



FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

contact@face-lecteur.com
www.face-lecteur.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Acquérir les techniques clés de rédaction efficaces d'un email ;
- Savoir appliquer les règles clés de l'e-étiquette.

Public concerné

- Tout collaborateur / manager qui souhaite améliorer la qualité de ses emails, et participer à une meilleure qualité des échanges électroniques dans l'entreprise.

Prérequis

- Pas de pré-requis.

Format et durée

- 1 jour (7h) en distanciel Zoom

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Apports de techniques et méthodes via des exposés et démonstrations ;
- Travail collectif d'analyse et amélioration d'emails échantillons fournis par vos collaborateurs, et représentatifs des problèmes à résoudre. Ce travail se fera en écran partagé en distanciel, sur vidéoprojecteur en présentiel.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoire



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « *Ecrivez plus rapidement des emails plus efficaces !* ».

Le support PowerPoint utilisé pendant la formation.

Actualisation : février 2024

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

26 27 février ; 29 30 avril ;
29 30 mai ; 26 27 juin ;
25 26 septembre ; 16 17 octobre ;
14 15 novembre ; 4 5 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-lecteur.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

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

Rédaction : faciliter l'accès en lecture visuelle

- Savoir créer des points d'entrée visuels pour faciliter l'accès ;
- Organiser son écrit pour faciliter les stratégies de lecture : optimiser l'impact visuel ;
- Rédiger un document accessible et clair : segmenter et signaler ;
- Rédaction efficace de l'objet : les effets sur l'indexation ;
- Savoir rédiger un objet pertinent, informatif, explicite, concis et favorisant l'indexation ;

Savoir structurer et construire son email

- Comment utiliser le plan en pyramide inversée pour faire gagner du temps en rédaction et lecture ;
- Structurer l'email en paragraphes complets ;
- Relier les idées avec logique pour mieux argumenter : coordination et interlignes ;
- Savoir utiliser pleinement toutes les ressources de la ponctuation.

Rédiger ses emails : organiser, renforcer et unifier son message écrit

- Comment rédiger : écrire clair, simple, court, concis et concret ;
- Utiliser un vocabulaire et des expressions adaptées à son lectorat ;
- Savoir utiliser pleinement toutes les ressources de la ponctuation et des attributs.
- Utiliser la typographie à bon escient.

E-étiquette : établir une relation de qualité avec son lecteur

- Suivi de l'échange : quand et comment faire évoluer une conversation, un « fil » ;
- Les règles du « savoir écrire » de la messagerie électronique ;
- Utiliser le bon ton relationnel : les formules d'introduction, conclusion et politesse ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Ecrire concis, certes, mais écrire convivial grâce aux reprises empathiques.

CONTACTEZ-NOUS !



FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
contact@face-lecteur.com
www.face-lecteur.com



BESOINS DE L'ENTREPRISE

De nombreux collaborateurs ont du mal à aller à l'essentiel quand ils veulent exprimer et préciser leurs idées ; leur rédaction ne va pas droit au but ; leurs écrits manquent de concision.

Leurs lecteurs s'impatientent souvent car ils ont l'impression de perdre leur temps. Cette incompréhension mutuelle crée une frustration réciproque et nuit à la qualité de l'information transmise.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation développe toutes les techniques de rédaction synthétique. Elle fournit les repères et outils rédactionnels nécessaires à la mise en avant des points clés du message écrit.

Cette formation donne une méthode systématique, complète et simple à mettre en œuvre pour pouvoir aller rapidement à l'essentiel en rédaction.

TEMOIGNAGE D'UNE APPRENANTE :

« Cette méthode va m'aider à clarifier et synthétiser mes écrits, pour mettre en valeur les idées fortes. »

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-lecteur.com

www.face-lecteur.com

ECRITS PROFESSIONNELS : SAVOIR ALLER A L'ESSENTIEL, REDIGER AVEC CONCISION ET ETRE SYNTHETIQUE

Réf : ECRFRA01dist

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Acquérir les techniques de rédaction synthétique ;
- Gagner en impact en mettant en valeur les messages clés ;
- Être concis dans l'expression de ses messages écrits.

Public concerné

- Tout collaborateur qui a besoin de développer son esprit de synthèse à l'écrit et rédiger des écrits plus synthétiques.

Prérequis

- Pas de pré-requis.

Format et durée

- 2 jours (14h) en distanciel Zoom

Formats

- En mode distanciel via l'interface Zoom.

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Travail sur thèmes professionnels, benchmarking sur exemples ;
- 2/3 d'exercices pratiques, mises en application pratiques sur documents d'entreprise des apprenants ;
- Réécriture d'emails synthétiques / synthèse de plusieurs documents ;
- Apports par le formateur et débriefings interactifs en groupe ;
- Echanges de bonnes pratiques entre stagiaires.

Positionnement et évaluation des acquis

- En ouverture : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours : tests de rédaction synthétique intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoire

- PowerPoint utilisé pendant la formation
- Un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY : « Rédigez plus rapidement des emails plus efficaces ! »
- Un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.



Actualisation : février 2024

CONTENU CLE

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

19 20 février ; 24 25 avril ; 21 22 mai ;
19 20 juin ; 18 19 septembre ;
21 22 octobre ; 21 22 novembre ;
11 12 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-lecteur.com
Confirmation sous 24 heures par retour.

Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

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

Concevoir, structurer et construire son message

- Sélectionner les informations selon 4 niveaux d'utilité ;
- Connaître son lectorat pour préparer une communication adaptée ;
- Identifier clairement son objectif ;
- Adapter son écrit au temps disponible (rédacteur et lecteur).
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur et utiliser ses points d'attention.

Utiliser une méthode de synthèse

- Distinguer les besoins en phases analytique et synthétique ;
- Définir thème, angle et action du message ;
- Collecter, hiérarchiser et ordonnancer ses idées ;
- Hiérarchiser ses informations avec pertinence ;
- Faire le tri entre les informations essentielles et périphériques ;
- Choisir le plan le plus adapté pour concentrer l'information.

Organiser, renforcer et unifier son message écrit

- Utiliser les paragraphes et interlignes pour exposer les idées ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.
- Relier les idées avec logique pour mieux argumenter ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments ;

Exprimer son message par un texte sobre, clair et riche en infos

- Comment formuler clairement, être concis ;
- Utiliser un vocabulaire précis, simple, avec des exemples concrets ;
- Savoir alléger ses phrases ;
- Eliminer les redondances tout en répétant les idées fortes.

Structurer son écrit synthétique

- Utiliser les connecteurs logiques ;
- Utiliser efficacement mots de liaison et ponctuation ;
- Appliquer les critères de la lisibilité.

Finaliser son écrit synthétique

- Savoir utiliser pleinement toutes les ressources de la ponctuation et des attributs ;
- Verrouiller la compréhension et la mémorisation du message.
- Ecrire concis, certes, mais écrire convivial grâce aux reprises empathiques.

Rédaction synthétique d'écrits spécifiques

- Emails : percevoir et prendre en compte les spécificités de la communication électronique ;
- Savoir formuler l'objet d'un courriel : utiliser les techniques journalistiques d'information ;
- Début des emails : rédiger synthétique pour donner accès très vite au message clé ;
- Utiliser la construction en pyramide inversée pour répondre aux contraintes de temps et aux besoins de lisibilité du lecteur ;
- Comment bien structurer synthétiquement les écrits spécifiques de référence : compte-rendu, synthèse & rapport (grilles, tableaux, etc.).

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-lecteur.com

www.face-lecteur.com

Actualisation : février 2024.



SAVOIR LIRE RAPIDEMENT ET RETIRER L'ESSENTIEL DES ECRITS PROFESSIONNELS

Référence LECTFRA01 dist

Fiche programme

BENEFICES DE LA FORMATION

- ✓ Les collaborateurs apprennent à optimiser leur temps de lecture - divisé par 3 ! – tout en augmentant leur compréhension des demandes.
- ✓ Elle leur permet d'acquérir des méthodes de lecture efficaces pour augmenter leur capacité d'absorption de l'information client et de dégager du temps pour leurs activités à valeur ajoutée.
- ✓ Ils développent leur capacité à cerner l'essentiel d'un texte - format électronique ou papier - et en extraire l'information essentielle à leur fonction.

CONTACT - INSCRIPTIONS



Face-Lecteur
Communication écrite
Rédaction digitale

FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-lecteur.com

www.face-lecteur.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Diviser son temps de lecture par 3 ;
- Savoir lire rapidement les écrits professionnels en identifiant les messages essentiels et les données importantes ;
- Savoir optimiser son temps de lecture des documents professionnels en identifiant et analysant rapidement les éléments clés.

Public concerné

- Tous collaborateurs ayant à prendre connaissance de documents professionnels conséquents (rapports, sources, emails, etc.).

Prérequis

- Pas de prérequis.

Format et durée

- 1 jour (7h) en distanciel Zoom

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Formation pratico-pratique avec apports de compréhension et méthodologies concrètes ;
- Nombreux exercices de lecture et restitutions pratico-pratiques qui permettent aux participants de travailler à améliorer leur vitesse de lecture sur leurs propres documents.
- Exposés illustrés de cas pratiques ; questions-réponses et d'échanges avec les participants ;
- Construction d'un plan de mise en œuvre post-formation ;
- Capitalisation, développement et renforcement des acquis ;
- Diagnostic permanent des points forts et des points faibles ;

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + de la formation

- Consultant-formateur expert en traitement de l'information (ex-journaliste) et gestion du temps ;

Aide-mémoire



Les participants reçoivent un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés, + un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « *Rédigez plus rapidement des emails plus efficaces !* ».

PROGRAMME - CONTENU CLE

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

22 23 février ; 11 12 avril ; 14 15 mai ;
24 25 juin ; 23 24 septembre ;
14 15 octobre ; 12 13 novembre ;
2 3 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-lecteur.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité 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.

CONTACTEZ-NOUS !



FACE-LECTEUR

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
contact@face-lecteur.com
www.face-lecteur.com

LECTURE RAPIDE VS LECTURE LENTE

- Présentation des erreurs et confusions classiques de la lecture lente
- Attitudes et comportements : lecteurs passif vs actif
- Comportements visuels et impacts cognitifs selon le type de lecture
- Facteurs favorisant et freins à la lecture rapide
- Caractéristiques et avantages de la lecture rapide et efficace
- Devenir un lecteur rapide en 8 techniques clés

UTILISER LES STRATEGIES DE LECTURE ADAPTEES

- Reconnaître les composantes des écrits commerciaux
- Savoir identifier les plans utilisés et diagnostiquer les faiblesses
- Savoir déchiffrer les signaux de la mise en page (points d'entrée)
- Garder à l'esprit le principe de flexibilité de lecture
- Se concentrer sur les repères lexicaux essentiels
- Savoir mettre en œuvre les 4 stratégies de lecture rapide

DEVELOPPER SA CAPACITE VISUELLE DE LECTURE

- Les 3 étapes cognitives en lecture : voir, reconnaître et comprendre
- Mécanique oculaire : balayages, saccades, fixations et empan
- Mécanismes cognitifs à l'œuvre : inférences et associations d'idées
- Déchiffrer le texte : des outils de reconnaissance lexicale

SE DONNER DES OBJECTIFS DE LECTURE PERTINENTS

- Savoir utiliser la force du système réticulaire visuel
- Définir son livrable pour orienter sa lecture rapide
- S'appuyer sur des critères stables : les 4 niveaux d'information
- Utiliser des contraintes de temps pour tenir ses délais

METTRE EN ŒUVRE SON PROJET DE LECTURE RAPIDE

- Décider de l'exhaustivité de la lecture : sélective ou complète
- Savoir questionner le texte, prendre des notes
- Faire le bilan de sa lecture, consolider le compte-rendu / la synthèse
- Décider régulièrement de la suite à donner en cours de lecture

ENTREtenir ET DEVELOPPER SA CAPACITE DE LECTURE RAPIDE

- Repères pour mettre en œuvre durablement la méthode
- Apprécier les deux types de lecture (professionnelle et de détente)
- Travailler l'inférence pertinente par la lecture de textes spécifiques
- Développer avec plaisir sa rapidité et son efficacité globale
- Savoir se féliciter de ses progrès et reconnaître ses acquis
- Comment transmettre son savoir de lecteur rapide et efficace



SAVOIR REPONDRE AUX EMAILS DE RECLAMATIONS CLIENTS

Référence ECRFRA14dist

Fiche programme

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les écrits de réclamations clients sont des indicateurs directs du potentiel de fidélisation envers l'entreprise. Si elle sait y répondre correctement, elle peut garder un lien fort avec ses clients existants et les fidéliser. Elle peut aussi exploiter ces informations pour améliorer ses produits et services. Cependant, encore trop peu de collaborateurs ont les capacités rédactionnelles pour bien y répondre ; la relation client est alors en danger.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation fournit une méthode complète, simple à mettre en œuvre, de réponse aux réclamations clients par emails et courriers. Elle fournit toutes les techniques de rédaction nécessaires à la prise en compte des demandes, à leur résolution, et au renforcement de la relation client.

Les participants retirent aussi de la formation une actualisation de leur vision de la relation client, une capacité à partager en équipe les bonnes pratiques rédactionnelles et une consolidation de leurs écrits.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-client.com

www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir répondre spécifiquement aux réclamations écrites ;
- Acquérir les techniques de rédaction en relation client ;
- Savoir valoriser l'entreprise, ses produits et services auprès des clients.

Public concerné

- Tout collaborateur amené à répondre aux réclamations clients, par courrier ou email.

Prérequis

- Pas de pré-requis.

Format et durée

- 2 jours (14h) en distanciel Zoom

Formats

- Formation disponible en inscription d'individuels d'entreprises.
- En mode distanciel (Zoom).

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 82,93% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

Aide-mémoire

- PowerPoint utilisé pendant la formation.



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ».

Les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2024.

EXEMPLE D'APPLICATION 1

En tant qu'experts techniques, Hélène et Julien doivent depuis six mois répondre aux réclamations clients de l'entreprise. Depuis la crise sanitaire celles-ci augmentent et deviennent de plus en plus émotionnelles.

Devant la surcharge de travail et l'impact émotionnel ils ont demandé à être formés aux techniques de réponses écrites aux réclamations clients. Etant donné leurs aménagements distincts d'horaires de travail, ils ont été inscrits à deux sessions distinctes en distanciel. Une souplesse de formation qu'ils apprécient.

EXEMPLE D'APPLICATION 2

Arnaud, Hoang et Rachida ont la responsabilité des réponses écrites aux emails de renseignements et réclamations clients. Jusqu'à maintenant ils ont fait de leur mieux, mais la charge de travail augmente avec le lancement de la nouvelle gamme de services. Ils ont remarqué que bien répondre aux emails de réclamation leur permettaient d'éviter des avis négatifs sur internet.

Devant l'enjeu stratégique de la réputation du service client de l'entreprise, ils ont demandé à suivre dans un premier temps une formation en distanciel pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux réclamations clients.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Prendre conscience des enjeux et contraintes des réclamations clients

- Une opportunité de booster le chiffre d'affaires.

A/ La base : une rédaction efficace des emails et courriers

Fondamentaux de la communication par email et courrier

- Choisir le bon format : email ou courrier (contraintes, différences);
- Définir thème, angle et action du message ;
- Critères de rédaction : cible, objectif, message et média ;
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur.

Concevoir, structurer et construire son message

- Règles d'accessibilité, lisibilité et compréhension des courriers et emails ;
- Points d'entrée de lecture : électronique et papier ;
- L'objet du mail : un champ crucial ;
- Choisir et hiérarchiser les informations selon 4 niveaux d'utilité.

Renforcer la structure de son écrit

- Utiliser paragraphes et interlignes à bon escient ;
- Choisir le principe du point important vers l'avant ;
- Utiliser les connecteurs logiques pour donner de la force à l'écrit ;
- Mettre la richesse de la ponctuation au service de la clarté ;
- Propositions : appliquer les critères de lisibilité ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Relancer pour faire avancer et vivre le dialogue ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.

Finaliser son écrit

- Verrouiller compréhension et mémorisation du message.

B/ Règles cardinales des réponses écrites aux réclamations clients

Influence du contexte sur l'écrit de réclamation (demande et réponse)

- L'influence des réseaux sociaux sur la communication par email ;
- Enjeux de l'interaction électronique en support par email.

Prise en compte de l'insatisfaction du client

- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Abaisser le niveau de stress émotionnel du client ;
- Accepter la légitimité de l'expression de réclamation ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Utiliser des formules introductives pertinentes ;
- Valoriser et rassurer le lecteur tout au long de l'écrit.

Expliquer, informer et éduquer pour fidéliser le client

- Développer « l'esprit de résolution » ;
- Confirmer, nuancer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés ;
- Rassurer, construire et positiver ;
- Projeter une image professionnelle : les effets de rédaction ;
- Valoriser la double qualité de relation et production de l'entreprise.

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

8 9 février ; 15 16 avril ; 16 17 mai ;
10 11 juin ; 9 10 septembre ;
23 24 octobre ; 4 5 novembre ;
9 10 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions 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



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Repères de courtoisie envers le client par email

- Les 6 C (courtois, concis, clair, convivial, convaincant, compétent) ;
- Vraiment personnaliser la réponse pour valoriser et fidéliser le client.

Issues de la réclamation

- Refuser avec courtoisie une demande : utiliser les formulations adaptées ;
- Motiver les décisions : faire valoir ses arguments en douceur ;
- Savoir désamorcer en reconnaissant une possible erreur ;
- Bien présenter les excuses de l'entreprise ;
- Savoir valoriser les compensations offertes.

Renforcer la relation fidèle avec l'entreprise

- Conclure sur le futur et ses opportunités.



SAVOIR COMMUNIQUER EN SUPPORT CLIENTELE VIA CHAT

Référence ECRFRA44dist

Programme de formation distancielle

Les canaux de chat en support clientèle sont devenus un moyen de communication de plus en plus utilisés par tous types d'entreprises.

S'ils sont rapides, directs, accessibles facilement, ils ne sont cependant appréciés par la clientèle qu'à condition qu'ils répondent à leurs demandes en termes de forme et contenu (instantanéité, compréhension et résolution rapide des demandes). D'autant plus que ces canaux sont utilisés majoritairement en cas de demande d'assistante urgente.

Des règles de communication écrite s'appliquent lorsqu'un collaborateur dialogue avec les clients via chat pour plusieurs raisons : l'entretien écrit est asynchrone, c'est-à-dire que plusieurs demandes peuvent se chevaucher ; la capacité de rédaction de nombreux clients est devenue chaque jour plus faible. Ces règles sont précises, elles ne s'inventent pas, elles s'apprennent.

CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Connaître les règles de rédaction et de communication par chat adaptées au support et à l'assistance client
- Pouvoir appliquer les techniques de chat efficace avec la clientèle
- Appliquer une méthodologie de rédaction chat clients efficace
- Savoir valoriser l'entreprise, ses équipes, ses produits et ses services

Public concerné

- Tout collaborateur qui doit assister les clients en support chat.

Prérequis

- Pas de pré-requis.

Durée

- 1 journée (7h).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distancielle et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques magistraux, démonstrations et découvertes ;
- Echanges de problèmes et contraintes entre stagiaires ;
- Etudes de cas concrets des participants et réécriture de chats par binômes / groupe ;
- Mises en application sur les chats de l'entreprise anonymisés ;
- Réécriture des échanges chats fournis par les apprenants ;
- Débriefings interactifs en groupe ;

Positionnement et évaluation des acquis

- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- 8 participants maximum (présentiel et distancielle) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

A l'issue, les participants reçoivent :



Un « jogger » A5 plastifié couleur recto-verso en rappel des 2 x 10 techniques clés ;

Le PowerPoint de la formation.

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

19 février ; 26 avril ; 13 mai ;
14 juin ; 3 juillet ; 20 septembre ;
18 octobre ; 20 novembre ;
6 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 345 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions 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



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

CONTENU

CONNAITRE LES PRINCIPES CLES DE LA REDACTION CHAT EN SUPPORT CLIENT

- Chat, téléphone, email & sms: caractéristiques, points communs et différences ;
- L'influence des réseaux sociaux sur la communication par chat ;
- L'influence des terminaux mobiles sur l'échange par chat ;
- Enjeux de l'interaction électronique en support par chat ;
- Contraintes et réponses techniques du media chat en support client ;
- Comment le client perçoit la conversation par chat avec l'entreprise : freins et accroches ;
- Les contraintes rédactionnelles du rédacteur et du client.

COMMENT ARTICULER LE CHAT PAR LES TECHNIQUES DE REDACTION STRUCTURELLE

- Prendre en compte l'asynchronicité des échanges ;
Rédacteur : concilier le rythme multi-tâches vs uni-tâche du client ;
- Exprimer complètement son idée sur 3 phrases ;
- Principe du point important en avant ;
- Segmenter et signaler tout au long du chat ;
- Unifier le chat grâce aux connecteurs logiques.

SAVOIR ECRIRE EN MODE RESOLUTION DE PROBLEME

- Rassurer en permanence l'interlocuteur ;
- Verrouiller régulièrement user les points acquis ;
- Utiliser les mots et expressions du client pour parvenir à des accords intermédiaires ;
- Etre constructif en permanence via un vocabulaire précis ;
- Faciliter la prise d'informations techniques aux non spécialistes ;
- Traduire le jargon interne de l'entreprise en vocabulaire compréhensible ;
- Relancer régulièrement pour faire avancer et vivre le dialogue ;
- Incitation à l'action : être explicite sur qui est attendu du lecteur ;
- Conclure en verrouillant.

SAVOIR CREER ET RENFORCER LA RELATION CLIENT EN CHAT

- Savoir mettre en valeur la double qualité de la relation de confiance (coopération) et de la production (solutions) ;
- Expliquer et informer pour éduquer et fidéliser le client en assistance ;
- Utiliser les effets de méthode et démonstration pour mettre en confiance le lecteur ;
- Soigner la relation avec le lecteur : montrer de l'empathie ;
- Repères de courtoisie envers le client ;
- Adopter les ton et niveau de proximité pertinents ;
- Savoir refuser avec courtoisie une demande additionnelle ;
- Conclure le chat par la question de satisfaction sur les réponses.





BESOINS DE L'ENTREPRISE

De nombreux collaborateurs ont du mal à aller à l'essentiel quand ils veulent exprimer et préciser leurs idées, à l'écrit comme à l'oral. Ils ne savent pas aller droit au but, leurs écrits et leurs discours manquent de concision.

Leurs interlocuteurs s'impatientent souvent car ils ont l'impression de perdre leur temps. Cette incompréhension crée une frustration réciproque et nuit à la qualité de l'information transmise.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation développe toutes les techniques d'expression orale synthétique. Elle fournit les repères et outils de prise de parole nécessaires à la mise en avant des points clés du message oral.

Cette formation donne une méthode complète, concrète, systématique et simple à mettre en œuvre pour pouvoir aller rapidement à l'essentiel à l'oral.

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
contact@face-public.fr
www.face-public.fr

SAVOIR ALLER A L'ESSENTIEL A L'ECRIT COMME A L'ORAL, S'EXPRIMER ET REDIGER AVEC CONCISION, ETRE SYNTHETIQUE

Réf : EXPFRA1dist

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir aller à l'essentiel, être synthétique à l'écrit et à l'oral ;
- Être concis dans l'expression de ses messages écrits et oraux ;
- Gagner en impact en mettant en valeur ses messages clés.

Public concerné

- Tout collaborateur qui a besoin de développer son esprit de synthèse à l'écrit pour rédiger des écrits plus percutants, ainsi qu'à l'oral.

Prérequis

- Pas de pré-requis

Durée

- 2 jours (147h).

Formats

- En mode distanciel via l'interface Zoom.

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, expositives et d'expérimentation ;
- Travail sur thèmes professionnels, benchmarking sur exemples ;
- 2/3 d'exercices pratiques, mises en application pratiques sur cas d'entreprise des apprenants ;
- Apports par le formateur et débriefings interactifs en groupe ;
- Echanges de bonnes pratiques entre stagiaires.

Positionnement et évaluation des acquis

- En ouverture : test de positionnement ;
- En cours : tests d'expression orale intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- 6 participants maximum pour une meilleure qualité d'échanges ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoire



- PowerPoint utilisé pendant la formation ;
- Deux exemplaires des ouvrages de Patrick JAY « *Présentez pour convaincre !* » et « *Ecrivez plus rapidement des emails plus efficaces* » ;
- Un « jogger » A5 plastifié couleur des 10 techniques clés.

Actualisation : janvier 2024

Jean-Marc a du mal à rédiger et à s'exprimer de manière concise et synthétique. Il a tendance à développer des détails inutiles et perd régulièrement ses interlocuteurs en cours de route. Ses supérieurs hiérarchiques et son équipe sont souvent irrités par ses longues explications, qui prennent toujours beaucoup de temps, et ne mènent pas toujours à des conclusions concrètes.

Jean-Marc est conscient de son problème et veut vraiment améliorer sa communication. Il décide donc de suivre cette formation de deux jours pour apprendre les techniques de communication concise et synthétique.

Au cours de cette formation, il apprend à identifier les informations clés, à structurer son discours de manière logique et à utiliser des exemples concrets pour illustrer ses propos.

A l'issue, Jean-Marc constate sans tarder les bénéfices de cette formation dans son travail. Il est désormais capable de communiquer plus efficacement avec ses supérieurs hiérarchiques et son équipe, en allant à l'essentiel et en ne perdant plus de temps dans des détails inutiles. Sa communication plus claire et plus concise permet aussi à son équipe de mieux comprendre les objectifs et les attentes de leur manager.

Grâce à cette formation, Jean-Marc a gagné en confiance en lui et en crédibilité auprès de ses collègues. Il est soulagé de ne plus être perçu comme un manager inefficace dans sa communication, et a le sentiment d'être enfin en mesure de diriger son équipe plus efficacement.

Concevoir, structurer et construire son message

- Sélectionner les informations selon 4 niveaux d'utilité ;
- Connaître son lectorat pour préparer une communication adaptée ;
- Identifier clairement son objectif ;
- Adapter son écrit au temps disponible (rédacteur et lecteur).
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter le lecteur et utiliser ses points d'attention.

Utiliser une méthode de synthèse

- Distinguer les besoins en phases analytique et synthétique ;
- Définir thème, angle et action du message ;
- Collecter, hiérarchiser et ordonnancer ses idées ;
- Hiérarchiser ses informations avec pertinence ;
- Faire le tri entre les informations essentielles et périphériques ;
- Choisir le plan le plus adapté pour concentrer l'information.

Organiser, renforcer et unifier son message écrit

- Utiliser les paragraphes et interlignes pour exposer les idées ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes.
- Relier les idées avec logique pour mieux argumenter ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments ;

Exprimer son message par un texte sobre, clair et riche en infos

- Comment formuler clairement, être concis ;
- Utiliser un vocabulaire précis, simple, avec des exemples concrets ;
- Savoir alléger ses phrases ;
- Eliminer les redondances tout en répétant les idées fortes.

Structurer son écrit synthétique

- Utiliser les connecteurs logiques ;
- Utiliser efficacement mots de liaison et ponctuation ;
- Appliquer les critères de la lisibilité.

Finaliser son écrit synthétique

- Savoir utiliser pleinement toutes les ressources de la ponctuation et des attributs ;
- Verrouiller la compréhension et la mémorisation du message.
- Ecrire concis, certes, mais écrire convivial grâce aux reprises empathiques.

Rédaction synthétique d'écrits spécifiques

- Emails : percevoir et prendre en compte les spécificités de la communication électronique ;
- Savoir formuler l'objet d'un courriel : utiliser les techniques journalistiques d'information ;
- Début des emails : rédiger synthétique pour donner accès très vite au message clé ;
- Utiliser la construction en pyramide inversée pour répondre aux contraintes de temps et aux besoins de lisibilité du lecteur ;
- Comment bien structurer synthétiquement les écrits spécifiques de référence : compte-rendu, synthèse & rapport (grilles, tableaux, etc.).

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
contact@face-public.fr
www.face-public.fr

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

26 27 février ; 8 9 avril ; 6 7 mai ;
3 4 juin ; 1 2 juillet ; 5 6 septembre ;
10 11 octobre ; 18 19 novembre ;
16 17 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

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

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
contact@face-public.fr
www.face-public.fr

2^{EME} JOUR : ORAL SYNTHETIQUE (CAPITALISE SUR LE JOUR 1)

Concevoir, structurer et construire son message

- Sélectionner les informations selon 4 niveaux d'utilité ;
- Connaître son public pour préparer une communication adaptée ;
- Identifier clairement son objectif ;
- Adapter son discours au temps disponible (locuteur / interlocuteurs).
- Utiliser les lois de proximité de l'information pour orienter son interlocuteur et utiliser ses points d'attention.

Utiliser une méthode d'organisation synthétique

- Distinguer les besoins en phases analytique et synthétique ;
- Définir thème, angle et action du message ;
- Collecter, hiérarchiser et ordonnancer ses idées ;
- Hiérarchiser ses informations avec pertinence ;
- Faire le tri entre les informations essentielles et périphériques ;
- Choisir le plan le plus adapté pour concentrer l'information.

Organiser, renforcer et unifier son message oral

- Utiliser la méthode des 3 phrases pour exposer ses idées ;
- Simplifier son discours : faire des phrases simples et courtes.
- Relier les idées avec logique pour mieux argumenter ;
- Ne pas polluer le discours : distinguer faits, opinions et sentiments ;

Exprimer son message en étant sobre, clair, précis et riche en infos

- Comment formuler clairement, être concis ;
- Utiliser un vocabulaire précis, simple, avec des exemples concrets ;
- Savoir alléger ses phrases grâce à une syntaxe simple ;
- Eliminer les redondances tout en répétant les idées fortes.

Structurer son oral synthétique

- Utiliser les connecteurs logiques ;
- Utiliser efficacement mots de liaison et ponctuation ;
- Appliquer les critères de la clarté.

Aller au-delà du discours synthétique

- Savoir utiliser pleinement toutes les ressources des pauses et intonations ;
- Verrouiller la compréhension et la mémorisation du message par les feedbacks ;
- S'exprimer concisément mais rester convivial grâce aux reprises empathiques.

Expression synthétique en situations spécifiques

- Réunions, entretiens, écrans, téléphone, prise de parole : percevoir et prendre en compte les spécificités de la communication orale.





SAVOIR BIEN REpondre AUX COMMENTAIRES ET AVIS CLIENTS SUR INTERNET

Référence ECRFRA15dist

Fiche de la formation

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les commentaires et avis des clients sur internet sont une source incomparable d'informations sur la perception des produits et services. Mais ils sont en même temps un levier à double tranchant sur la qualité de cette perception par le public.

S'il est impossible de contrôler cette conversation internet, on peut cependant y participer pour faire entendre la voix de l'entreprise. Encore faut-il en connaître les codes rédactionnels spécifiques...

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte les techniques de réponses aux commentaires et avis des clients internautes. Elle fournit les outils rédactionnels nécessaires à l'accompagnement de la conversation web et au renforcement de la relation client.

Elle apporte une méthode complète, simple à mettre en œuvre, pour rédiger des réponses efficaces aux commentaires et avis clients.

CONTACT



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Prescriptions

Objectifs opérationnels

- Acquérir les repères, méthodes et techniques de rédaction de réponses aux avis clients sur internet ;
- Savoir expliquer et argumenter les choix de l'entreprise ;
- Savoir générer de l'empathie vers les clients internautes à l'écrit au profit de l'image de l'entreprise ;
- Protéger l'entreprise des crises médiatiques sur les réseaux sociaux.

Public concerné

- Tout collaborateur qui rédige pour le lectorat internet de l'entreprise ;
- Tout collaborateur qui promeut l'image de l'entreprise sur le web.

Prérequis

Pas de pré-requis.

Format et durée

- 2 jours (14h) en distanciel Zoom

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique en lien avec la création de contenus internet ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 98,70% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

Aide-mémoire



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ».

PowerPoint utilisé pendant la formation.

Actualisation : janvier 2024.

EXEMPLE D'APPLICATION 1

Claire est assistante marketing. Elle a la charge de répondre aux avis clients de la chaîne de magasins de franchisés. Elle a jusque-là répondu à l'intuition, du mieux possible. Mais les réponses aux avis ont pris un poids commercial et juridique tel qu'elle estime devoir professionnaliser ses réponses.

Elle a demandé à participer à une session en distanciel pour acquérir une méthode et travailler intensivement ses réponses aux avis clients.

EXEMPLE D'APPLICATION 2

Catherine et Michel sont les deux managers d'une équipe de six collaborateurs dédiés à la veille client sur internet et aux réponses aux avis sur les forums. Ils ont pu jusqu'ici se satisfaire de techniques empiriques, mais ils sentent bien que leur équipe stresse car elle manque de repères précis. Ils réalisent que répondre aux avis et commentaires des clients de l'entreprise sur les forums internet nécessite des repères et une méthode.

Catherine et Michel décident de faire former leurs six collaborateurs en session intra pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux avis internet.



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

CONTACT



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Le cadre juridique de l'expression : points de vigilances

Mieux comprendre le cadre juridique : point sur les éléments de droit

- Avis et droit de réponse sur internet : deux articles et décret à connaître (ex. condamnation basée sur les avis clients).
- Habilitation à exercer le droit de réponse sur internet ;
- Exclusion du droit de réponse : nature du service interactif ;
- Limites générales à la liberté d'expression ;
- Critique et diffamation, diffamation et dénigrement, insultes et injures, diffamation et atteinte à la vie privée : bon à savoir ;
- Appel au boycott par les internautes : les limites ;
- Entreprise : le compromis entre juridique et communication.

Le cadre d'influence numérique des forums et sites d'avis

Prendre conscience de la réalité numérique

- Rôle des algorithmes ;
- Principes d'intelligence artificielle.

Le cadre d'influence des échanges sur les forums et sites d'avis

Comprendre et utiliser les codes de la conversation internet

- Réponses de l'entreprise aux commentaires et avis clients sur internet
 - o Une opportunité d'influence cruciale ;
 - o Un lieu de défense et promotion de l'image de l'entreprise.
- Influence des réseaux sociaux sur le dialogue avec les clients
 - o Un jeu à trois : client, communauté et entreprise.
- Codes en conversation internet : utiliser les lois de proximité pour se synchroniser avec l'internaute.

Objectifs et méthode de réponses : la stratégie de réponse

Quand l'internaute client donne son avis

- Objectifs implicites et explicites des critiques du client internaute ;
- Prise de pouvoir des internautes : influence / nuisance ;
- Lectorat internaute : portraits / avatars d'intervenants web.

Ce que la communauté en tire comme conclusions

- Objectifs implicites et explicites de la communauté ;
- Intérêt, curiosité, voyeurisme ;
- Le lectorat du client internaute : portraits de lecteurs web ;
- Un lectorat en mode réactif constant ;
- Les préjugés contre le monde corporate.

Point de vue de l'entreprise

- Objectifs implicites et explicites de l'entreprise ;
- Limites du pouvoir d'influence de l'entreprise ;
- Profiler le lectorat web de l'entreprise ;
- Portraits d'intervenants web ;
- Emotions vs raison : bien doser les ingrédients.

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

14 15 février ; 17 18 avril ; 27 28 mai ;
12 13 juin ; 11 12 septembre ;
30 31 octobre ; 25 26 novembre ;
19 18 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-client.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions 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



Face-Client

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Techniques rédactionnelles : comment rédiger la réponse

Prendre en compte les commentaires et avis du client

- Accepter la légitimité de l'expression de l'internaute ;
- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Soigner la relation avec la communauté : montrer de l'empathie ;
- Valoriser et rassurer la communauté tout au long de l'écrit.

Amplifier la satisfaction et les recommandations positives

- Partager la satisfaction et les ressentis positifs (empathie positive) ;
- Utiliser systématiquement les expressions positives et recommandations comme tremplin d'informations vers les tiers ;
- Profiter de l'ambiance positive pour confirmer les valeurs ;
- Elargir les propositions de services et produits de l'entreprise ;
- Annoncer des nouveautés et des projets.

Traiter les effets de l'insatisfaction selon les principes de la CNV

- Reconnaître la « blessure », exprimer regrets, proposer une réparation, dire quels moyens on met en œuvre pour éviter une répétition ;
- Rassurer sur le futur et exprimer la volonté de poursuivre la relation.

Présenter le point de vue de l'entreprise

- Confirmer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Savoir désamorcer et éventuellement, présenter des excuses ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer le message : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.



BESOINS DES COLLABORATEURS ET DE L'ENTREPRISE

Rédiger en anglais entraîne souvent chez les professionnels français une forte pression psychologique – devoir « bien faire » !

Et ce stress de performance diminue énormément leurs capacités rédactionnelles en anglais. Ils ressentent alors une grande difficulté à exprimer leurs idées et messages avec justesse, précision, subtilité, exactitude, de manière structurée, à exprimer une vraie qualité relationnelle, etc.

Ces obstacles rédactionnels provoquent à la fois du stress chez le collaborateur et de la frustration chez leur clientèle qui a du mal à percevoir l'information pertinente.

Au final, cet inconfort rédactionnel et psychologique altère la relation client et le suivi en relation commerciale.

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation compacte développe à la fois les techniques de rédaction d'emails clients en anglais et les codes interculturels à respecter en écrit digital.

Elle fournit les repères et outils rédactionnels nécessaires à l'exactitude, la précision, la concision du message, ainsi qu'à la construction de la relation avec le client lecteur.

Elle apporte une méthode complète et simple à mettre en œuvre pour pouvoir gagner en efficacité, temps et stress en rédaction des emails clients en anglais.

INTERNATIONAL : SAVOIR REDIGER DES EMAILS CLIENTS EFFICACES EN ANGLAIS

Référence CLINT02

Programme de formation

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Connaître et pouvoir appliquer les techniques de rédaction spécifique aux emails clients en anglais professionnel ;
- Savoir présenter ses idées et structurer son message selon un plan international ;
- Savoir rédiger pour prendre contact, remercier, prévenir, informer, expliquer, conseiller, désamorcer, apaiser, etc. en anglais ;
- Savoir créer et préserver la relation client à l'écrit au niveau juste en respectant les codes interculturels ;
- Savoir anticiper à l'écrit les causes et montées de frictions en premier niveau, résoudre des malentendus, des désaccords et tensions.

Public concerné

- Tout collaborateur qui doit rédiger des emails en anglais à destination des clients internationaux.

Prérequis

- Pas de pré-requis.

Format et durée

- 2 jours (14h) en distanciel Zoom

Les + pédagogiques de la formation :

- Coanimation : consultant expert en communication client internationale (inter culturaliste) et consultante experte en relation client internationale ;
- Animation en anglais et en français selon les besoins des participants pour leur permettre plus de souplesse dans l'expression fine de leurs besoins, freins et blocages interculturels éventuels ;
- Questionnaire détaillé des attentes avant la formation pour intégration des préoccupations dans les écrits ; utilisation de correspondances clients anonymisées fournies par les participants ;
- Travail sur la boîte à outil complète des repères interculturels et des outils linguistiques anglais à l'écrit ;
- Apports alternés des deux co-animateurs ;
- Apprentissage par exercices de rédaction répétés et intensifs ;
- Feedbacks bienveillants et constructifs ;
- 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

Actualisation : février 2024

Contenu complet

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise et inter-entreprises, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

SESSIONS DISTANCIELLES 2024

12 13 février ; 22 23 avril ;
23 24 mai ; 17 18 juin ;
16 17 septembre ; 28 29 octobre ;
28 29 novembre ; 9 10 décembre

Budget

345 € HT / apprenant / jour
= 690 € HT / session.

Interface Zoom.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-monde.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

Accessibilité personnes en situation de handicap

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

CONTACT



FACE-MONDE

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris
TELEPHONE : +33 (0)607191842
patrickjay@face-monde.com
www.face-monde.com

LES REPERES CLES EN COMMUNICATION INTERNATIONALE ECRITE

- Reconnaître les 3 grands groupes culturels mondiaux et leurs valeurs clés ;
- Pour chaque groupe interculturel principal, connaître en qualité et quantité :
 - o Ses besoins relationnels
 - o 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 écrite avec le client étranger (clichés, stéréotypes et préjugés) ;
- Les leviers respectifs de satisfaction et d'insatisfaction interculturels (irritants) à l'écrit et comment les actionner / désamorcer ;
- Gérer les deux modes de communication : explicite et implicite.

PRESENTER AU CLIENT DES REPERES INTERCULTURELS DE COOPERATION ET COMPETENCE (CONFIANCE) A L'ECRIT

- Exprimer au client la qualité de la relation sur les quatre critères clés : volonté de coopération et niveaux de compétence, niveau de pouvoir dans votre organisation et bienveillance vis-à-vis du client en tant qu'individu ;
- Savoir envoyer vers le client des signaux écrits de rassurance sur ces quatre critères (éléments de langage en anglais, style, niveaux de langage, rituels culturels, précautions scripturales, etc.) ;
- Les leviers culturels respectifs de satisfaction et d'insatisfaction (irritants) à l'écrit et comment les actionner / désamorcer ;
- Gestion de l'impact à l'écrit des clichés, stéréotypes et préjugés de la culture française en relation client international.

MIEUX UTILISER LA LANGUE ANGLAISE : PRINCIPES DIRECTEURS

- Anglais britannique, américain et international : impacts en communication écrite et choix pertinents ;
- Bien gérer son expression écrite en anglais à l'international : choix du type d'anglais, qualité linguistique, précision du vocabulaire, variété du champ lexical, flexibilité dans les formules de communication, etc.

STRUCTURER SON EMAIL EN ANGLAIS

- Rédiger l'objet de l'email : thème, angle et action du message ;
- Faire ressortir les 4 niveaux d'utilité ; hiérarchiser avec pertinence ;
- Faire le tri entre les informations essentielles et périphériques ;
- Choisir le plan le plus adapté pour concentrer l'information ;
- Utiliser efficacement les connecteurs logiques ;
- Profiter de la ponctuation pour enrichir son argumentation ;
- Verrouiller la compréhension et la mémorisation du message.

REDIGER AVEC FLUIDITE SUR LES SUJETS COURANTS

- Phrases types et collocations anglaises récurrentes ;
- Eléments de langage en anglais pour : prendre contact, briser la glace, accueillir, informer, créer la relation, expliquer, proposer, rectifier, insister, démontrer, prendre congé, rappeler, orienter, analyser, approche commerciale, suivi technique, up et cross-sell, prise de commande, découverte de besoins, confirmations, résolution de problème, diffusion de tension, réponse à une plainte / réclamation, etc.
- Eléments 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.

EMAILS A L'INTERNATIONAL : REDIGER SOBREMENT ET CLAIREMENT

- Principes de rédaction pour être clair, précis et concis en anglais ;
- Appliquer les critères de la lisibilité ;
- Ambiguïtés et contresens : principaux pièges à éviter ;
- Guide d'usage raisonné des abréviations en anglais à l'international ;
- Concision : privilégier la richesse d'info à l'accumulation de mots ;
- Simplifier son écrit : faire des phrases simples et courtes ;
- Utiliser un vocabulaire précis, simple, avec des exemples concrets ;
- Ne pas polluer l'écrit : distinguer faits, opinions et sentiments.

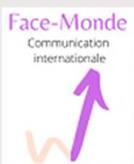
CREER UNE RELATION DE QUALITE DANS L'ECHANGE D'EMAIL

- Formules de contact et de politesse à utiliser en anglais ;
- Utilisation des prénoms ou pas, des titres, écriture inclusive, précaution sur les genres, etc.
- Comment reconnaître une erreur, présenter des excuses, proposer une compensation, inviter, convoquer, demander, préciser, etc.

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 :
 - o Culturels : éviter la perte de face, protéger sa responsabilité vis-à-vis de son organisation
 - o Genres : les croyances et préjugés vis-à-vis des sexes
 - o Confessionnels : les piliers structurels (famille, vie, société)
 - o 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.

CONTACT



FACE-MONDE

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris
TELEPHONE : +33 (0)607191842
patrickjay@face-monde.com
www.face-monde.com

Actualisation : février 2024

**Pour inscrire vos collaborateurs aux sessions
distanciées 2024, contactez-nous vite :**

FACE-LECTEUR

+33 (0)6 07 19 18 42 - contact@face-lecteur.com

***« Des spécialistes
de la communication écrite
pour former vos collaborateurs à distance
plus sûrement, plus simplement et plus efficacement »***

