

AD Excellence

Excellence is not a skill. It is an attitude.



THEME :

**« INTEGRER les ASPECTS INTERCULTURELS
pour une COMMUNICATION ADAPTEE
auprès des ETUDIANTS »
(de la plainte à une information positive)**



Formation animée par
Anne DEBARD

Consultante internationale, Formatrice, Experte
en Inter culturalité, Excellence Service, Etiquette, Protocole, Savoir-Vivre

FICHES - SLIDES - SYNTHÈSE

Montpellier, novembre 2017

Contact : AD Excellence / EAF – Etiquette à la Française, contact@frenchfrancais.com , +33/0603568544

Je retiens l'essentiel...

RAPPEL du PROGRAMME :

Introduction : Présentation, Déroulement, Recueil des attentes participants

- « Inter culturel » – de quoi s'agit-il ?
- Les étapes du « choc culturel » vécu par les étudiants étrangers
- La France vue de l'étranger (représentations)
- Les différentes valeurs culturelles
- Les attentes des étudiants étrangers avant leur séjour
- Anticiper et détecter leurs insatisfactions à l'arrivée et durant le séjour
- Analyse objective des critiques (« sur jouées, dramatisée, injustifiées)
- Calmer, déstresser l'étudiant insatisfait, gérer les plaintes
- Le lien avec la famille d'accueil (pilier essentiel du séjour)
- Savoir dire et ne pas dire « non »
- La communication écrite (quand, comment, pourquoi, au bon moment)
- Etre au plus « juste » dans la communication des informations (informations scolaires, activités, intégration étudiants au sein de l'école)
- Questions / réponses / Echanges d'expériences (tout au long de la formation)
- Evaluation de l'action formative

"La connaissance de l'homme est à la base de tout succès".

Charlie Chaplin



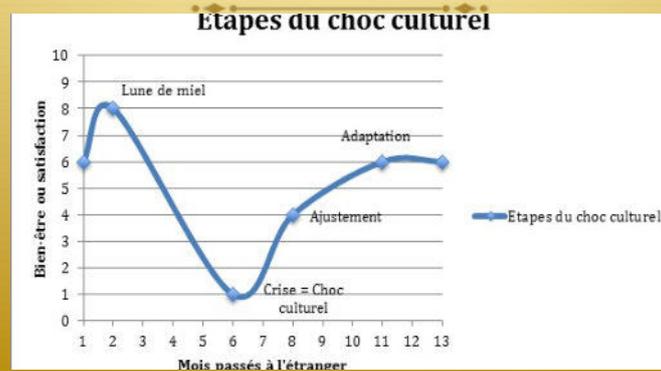
Les étapes du choc culturel

✦ **Changement brutal de situation et d'environnement:**

Bruit, odeurs, foule, pollution, rythmes de vie, images fortes inhabituelles, couleurs, langue, codes,...



ETAPES du CHOC CULTUREL



Pyramide de Maslow

Besoins exprimés par tout client (ex: étudiants étrangers)



Différentes valeurs culturelles



Les attentes de la clientèle étrangère

- ✦ Rappel exigences clientèle étrangère:
 - ✦ **USA:** Espace, sourire, joie, relation « amicale », présence
 - ✦ **Amérique Latine:** présence, accueil et suivi, attention, chaleur humaine
 - ✦ **Moyen Orient:** personnalisation, soumission, acceptation, rapidité, 24/24h – 7/7j
 - ✦ **Japon:** respect, distance, douceur, gentillesse, exactitude, précision
 - ✦ **Chine:** exactitude, dialogue avant venue, laisser vivre, bouillire
 - ✦ **Inde:** respect, alimentation, espace, négociation, calme
 - ✦ **Europe** (ex: France, GB, Allemagne): vu ensemble*

GUIDELINES pour EVITER des PLAINTES et CONFLITS des ETUDIANTS ETRANGERS

- ✦ Cohérence entre Promesse et Offre faite aux étudiants
- ✦ Gérer les attentes des clients en amont
- ✦ Soyez conscients du non verbal (visuel, verbal, vocal)
- ✦ Garder toujours une attitude positive
- ✦ Comprendre ce qui déçoit les clients
- ✦ Supporter, former et encourager le personnel
- ✦ Faire des contrôles surprises (pour prendre la température) auprès de vos étudiants / familles
- ✦ Exploiter les évaluations des étudiants et réajuster pour les prochains

Lien avec la famille d'accueil

- ✦ Communication et lien avec famille d'accueil
- ✦ Anticiper pour mieux réajuster
- ✦ Expliquer fonctionnements et attentes réciproques
- ✦ Recevoir positivement les demandes de changement
- ✦ Accompagner dans tout processus de changement
- ✦ Impliquer les familles / Remercier

Eviter les faux pas culturels

- ✦ Attention aux superstitions
- ✦ Attention au gestuel et non verbal
- ✦ Attention à la proximité
- ✦ Attention à la différence des « sexes »
- ✦ Attention à la voix, regard, toucher

Attitude & Behaviour Cycle



Le cerveau du client



EMOTIONS, SIGNAUX et BESOINS des CLIENTS

EMOTION	SIGNAL	BESOIN
PEUR	DANGER	PROTECTION
COLERE	OBSTACLE	REPARATION
TRISTESSE	PERTE	RECONFORT
JOIE	ACCOMPLISSEMENT	MAINTIEN, PARTAGE

Adoptez votre phrasé

Emotion	1 ^{ère} réponse	Intention	Phrasé
Peur	« J'entends votre inquiétude »	Rassurer, expliquer, calmer	Rassurant (rythme vif ou lent)
Colère	« Je comprends votre mécontentement »	Accueillir, aider; dépasser ensemble	Rythme et hauteur de voix soutenus au départ puis ensuite calme
Tristesse	« J'entends votre désarroi »	Accueillir et ouvrir sur de nouvelles possibilités	Ton doux, rassurant, rythme lent qui va vers le plus rapide et léger
Joie	« Je partage votre joie »	Partager, se réjouir	Rythme léger, joyeux et mesuré

Processus psychologique du mécontentement

Je vois, je sens, je goûte, je touche, j'entends (émotions)

Réaction physique ou psychologique immédiate (battements cœur, transpiration, énervement, incohérence verbal gestuel, manifestation)

Libération d'avoir dit..... versus..... attente de réaction en face

Réaction de l'interlocuteur:

Si réaction positive et empathique:
bonne suite de l'échange, compréhension, ajustement, solution

Si réaction négative de l'interlocuteur:
clash, dispute, non réparation possible, suites pour l'employeur et l'entreprise

TOUJOURS REFLECHIR, RESPIRER et RESTER CALME

Mesurer les conséquences des plaintes en amont pour minimiser les suites

Insatisfactions exprimées par étudiants étrangers

- ✦ Manque d'encadrement et de communication
- ✦ Hébergement trop loin, pas conforme aux attentes
- ✦ Manque et difficulté communication avec famille d'accueil
- ✦ Pas intégré dans le bon niveau linguistique
- ✦ Trop de différences culturelles et linguistiques avec co-étudiants
- ✦ Manque de réactivité dans résolution problèmes
- ✦ Notion propreté
- ✦ Rapport qualité / prix

STRATEGIES pour GERER les CONFLITS EFFICACEMENT

- ✦ Restez calme et n'explotez jamais
- ✦ Trouver l'origine du conflit (Ce n'est que de là que viennent les problèmes)
- ✦ Traiter et résoudre les problèmes dans un lieu neutre
- ✦ Vous n'avez pas toutes les réponses. (Cherchez des médiateurs)
- ✦ Ecoutez de façon impartiale et utilisez la technique du « LATTE »

LATTE (technique)

- ✦ L= Listen / Ecouter
- ✦ A = Acknowledge / Reconnaître
- ✦ T = Thank / Remercier
- ✦ T = Treat / Traiter
- ✦ E = Encourager / Encourage* / Explain / Expliquer
(Excuse / Excuser)

* (encourager le client à revenir)

GUIDELINES pour EVITER des PLAINTES et CONFLITS des ETUDIANTS ETRANGERS

- ✦ Cohérence entre Promesse et Offre faite aux étudiants
- ✦ Gérer les attentes des clients en amont
- ✦ Soyez conscients du non verbal (visuel, verbal, vocal)
- ✦ Garder toujours une attitude positive
- ✦ Comprendre ce qui déçoit les clients
- ✦ Supporter, former et encourager le personnel
- ✦ Faire des contrôles surprises (pour prendre la température) auprès de vos étudiants / familles
- ✦ Exploiter les évaluations des étudiants et réajuster pour les prochains

Technique de communication interculturelle

Toujours traduire l'information en information
mesurable, quantifiable et vérifiable

=

Seule technique pour éviter des malentendus
interculturels avec les clients et le personnel

Plaintes en fonction des cultures USA

- ✦ Manque d'espace d'habitation
- ✦ Attentes AC (Air conditionné)
- ✦ Manque de conformité aux standards USA
- ✦ TROP d'attente dans service
- ✦ Manque d'implication et de réactivité
- ✦ Manque de personnalisation de service

Plaintes en fonction des cultures Moyen Orient

- ✦ Manque d'espace d'habitation
- ✦ Manque d'espace rangement vêtements
- ✦ Manque de lits en chambre
- ✦ Manque de douchette
- ✦ Absence de programme et scolarité jours fériés
- ✦ Demande de plus de présence
- ✦ Manque d'abondance repas

Plaintes en fonction des cultures Chine

- ✦ TROP d'attente
- ✦ Incompréhension dans tâches personnel administratif
- ✦ Manque de suivi de programme
- ✦ Manque de respect horaire
- ✦ Manque de liste restaurants chinois
- ✦ Ecart entre promesse et terrain

Plaintes en fonction des cultures Japon

- ✦ Trop de proximité
- ✦ Trop de bruit
- ✦ Manque de suivi de programme
- ✦ Trop d'agressivité
- ✦ Manque compréhension intimité
- ✦ Incohérence entre offre et déroulement
- ✦ Incompréhension proximité

Plaintes en fonction des cultures Russie

- ✦ Trop d'attente
- ✦ Manque d'excellence
- ✦ Manque de personnel russophone
- ✦ Trop de proximité
- ✦ Manque de compréhension culturelle
- ✦ Ecart promesse agent et terrain (ex: présence Russes; qualité/prix)

Manifestations en situations de mécontentement

Manifestations:

Moyen Orient: réaction vive immédiate, verbale, gestuelle, agressive, irrespectueuse

Japon: sourire, immobile, inclinaisons, légère apparence de rigidité, réaction à postériori

Chine: échange en groupe, rapport group leader au responsable, expression rigide à agité

Suite

USA: manifestation in situ, attente de correction, critique positive et négative, suite rapport si chaîne

Brésil: Manifestation directe in situ, demande de compensation, expression de satisfaction après résolution

Réparation autres à posteriori

- ✦ Messages personnalisés post départ
- ✦ Remerciements
- ✦ Cartes de vœux fêtes
- ✦ Discount
- ✦ Sur classement
- ✦ Surprises (anniversaire, fêtes...)
- ✦ Gratuités (restaurant, apéritif,...)

L'écoute en 12 étapes

- ✦ Arrêter de parler
- ✦ Regarder son interlocuteur droit dans les yeux
- ✦ Chercher des signaux non verbaux pour comprendre
- ✦ Utiliser un langage corporel adapté, miroir de ses sentiments
- ✦ Lui montrer que vous prêtez attention à ses propos
- ✦ Utiliser le silence pour lui permettre de compléter ses propos
- ✦ Répéter les points essentiels, utilisant ses mots
- ✦ Si besoin, poser des questions pour clarifier ses propos
- ✦ Utiliser vos mots, faites la synthèse de la conversation
- ✦ Demander lui de valider s'il partage votre compréhension
- ✦ Laissez le parler librement, même de lui, ne parlez pas de vous
- ✦ Rassurez le que vous comprenez son point de vue, ce qui ne veut pas dire que vous êtes d'accord.



Empathie, tolérance et respect

« La règle d'or de la conduite est la

tolérance mutuelle,

car nous ne penserons jamais tous de la même façon, nous ne verrons qu'une partie de la vérité et sous des angles différents. »

Gandhi, extrait de Tous les hommes sont frères.

La meilleure satisfaction de la part de vos clients se traduit par la fidélisation du client même ou par le « bouche à oreille » qui en fera venir d'autres.

La réussite réside dans la connaissance des cultures, l'anticipation des différents besoins et l'adaptation permanente aux exigences. Vous êtes tous un maillon responsable de la satisfaction de vos clients étudiants étrangers.

Bonne continuation

*THANK YOU FOR YOUR
PARTICIPATION*



Avec mes sincères remerciements au GROUPEMENT FLE

Anne Debard