



BESOINS DES COLLABORATEURS ET DE L'ENTREPRISE

La crise sanitaire mondiale a nécessité le développement exponentiel des réunions virtuelles à l'international (Teams, Zoom, GoToMeetings, etc.).

Or, 99% des collaborateurs placés en face des écrans n'a jamais été préparé à utiliser les codes communicants spécifiques aux réunions virtuelles en anglais.

Ce manque de savoir-faire communicant entraîne une détérioration rapide des relations avec les correspondants virtuels :

- Image personnelle projetée de basse qualité ;
- Valeurs exprimées par les comportements et commentaires parfois décalées ;
- Capacité et fluidité linguistique lors des échanges et présentations de slides souvent approximatives ;
- Méthodes de mise en visibilité et argumentation de ses messages et opinions sont absentes, etc.

Les capacités bureautiques sont certes nécessaires (manipulation d'interface, connaissance des commandes), mais ne suffisent pas à communiquer efficacement dans un contexte très cadré, face à des interlocuteurs aux cultures différentes, et en anglais. Faire participer ses personnels à des vidéo-conférences internationales sans les former aux techniques de communicants requises, c'est les envoyer sur le Tour de France en tricycle – pour qu'ils gagnent...



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

INTERNATIONAL : REUSSIR SES VIDEO-CONFERENCES CLIENTS EN ANGLAIS

Référence CLIINT04
janvier 2026

Programme de formation

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir projeter une image professionnelle et assertive en vidéo-conférence client à l'international ;
- Savoir mener les étapes d'une vidéo-conférence client en anglais ;
- Savoir participer efficacement aux réunions virtuelles en anglais ;
- Savoir s'adapter aux codes interculturels des clients internationaux ;
- Savoir présenter ses messages, défendre ses points de vue, débattre et argumenter diplomatiquement en vidéo-conférence ;
- Savoir identifier et gérer les confrontations d'opinions (débats) et gérer les montées en tensions émotionnelles adjointes.

Nota : cette formation est axée sur la communication ; les aspects bureautiques (commandes, paramétrages, etc.) ne sont pas traités.

Public concerné

- Tout personnel de l'entreprise amené à communiquer à distance avec des clients internationaux en anglais via les écrans (Zoom, Teams, GoToMeetings, etc.), à quelque niveau que ce soit.

Prérequis

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

Durée

- 2 journées (14h).

Les + pédagogiques de la formation :

- Coanimation : consultant expert en communication client internationale (inter culturaliste) et consultante experte en relation client hôtelière luxe 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 jeux de rôle ; utilisation de cas fournis par les participants et prise en compte de leur contexte ;
- Travail sur la boîte à outil complète avec jeux de rôle sur les repères interculturels et les outils linguistiques anglais ;
- Démonstrations interactives sur écrans par les deux co-animateurs ;
- Apprentissage par mises en situation répétées d'entretiens en anglais sur les écrans (interface Zoom) ; exercices pratiques avec feedbacks bienveillants ;
- Contact direct avec les consultants experts en direct ; en amont, pendant et en aval de la formation ;
- 6 mois de hotline personnelle pour chaque participant(e).
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- A l'issue, les participants reçoivent un aide-mémoire électronique rappelant les méthodologies et points clés.

Contenu complet

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux participants les repères, méthodes et techniques leur permettant de :

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

SE REPERER EN COMMUNICATION INTERCULTURELLE CLIENT

- Reconnaître les 3 groupes culturels mondiaux et leurs valeurs clés ;
- Pour chacun, 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 avec le client étranger (clichés, stéréotypes et préjugés) ;
- Gérer les deux modes de communication : explicite et implicite.

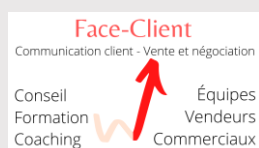
PRESENTER EN VIDEO CONFERENCE DES REPERES DE COMPETENCES SUR SES OUTILS ET SOFTSKILLS

- Mettre en œuvre les critères techniques communicants et audiovisuels requis d'un professionnel :
 - o En amont, les prérequis de préparation
 - Communicante (stylisme, acuité intellectuelle et disponibilité émotionnelle, communication et connaissance de l'agenda, intelligence sur les participants et leurs codes culturels clés, timings, communication de carte de visite, mise en place diaporamas, contact modérateur si possible, etc.)
 - Techniques (réalisme sur le lieu et les moyens (endroit public ou préservé, son, image, smartphone ou laptop, logiciel, etc.) préparation du « studio » à minima selon le temps disponible (fond écran, éclairage, hauteur caméra, choix et fonctionnement micro, etc.) ;
 - o Pendant
 - Savoir utiliser les 8 commandes indispensables à la participation efficace à une vidéo-conférence internationale (basculements écrans, mute, slides, etc.) ;
 - Savoir commenter ses slides en anglais sans endormir un public distanciel (formulations en anglais pour dynamiser la présentation, techniques de relance d'attention et intérêt) ;
 - Echanger sur le chat : pourquoi, avec quels codes et quelles techniques.
 - o Après
 - Repères d'actions de follow-up pour renforcer la courtoisie relationnelle et consolider son efficacité professionnelle.

PRESENTER EN VIDEO CONFERENCE DES REPERES INTERCULTURELS DE COOPERATION ET COMPETENCE

- En amont : comment préparer une stratégie de vidéoconférence « à priori » pour pouvoir s'adapter sans improviser ;
- Considérer les enjeux : être disponible pour l'imprévu, savoir accueillir des participants inattendus, préparer ses créneaux de temps avec réalisme, considérer que toute vidéo-conférence est potentiellement enregistrée, etc.
- Comment le client évalue la qualité de la relation naissante sur les quatre critères clés : volonté de coopération et niveaux de compétence, niveau de pouvoir dans l'organisation prestataire et bienveillance vis-à-vis du client en tant qu'individu ;
- Savoir compenser la faiblesse et le manque de qualité des signaux non-verbaux par l'accentuation de signaux verbaux explicites et non-verbaux symboliques visibles à l'écran ;
- Savoir envoyer vers le client des signaux verbaux et non verbaux de rassurance sur ces quatre critères (éléments de langage en anglais, attitudes physiques, signaux faciaux, gestuelle, distanciations, etc.) ;
- Les leviers culturels respectifs de satisfaction et d'insatisfaction (irritants) et comment les actionner /désamorcer.

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
5 rue de la Terrasse
F-75017 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

MODALITES DES SESSIONS

Intra-entreprises

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

Nombre de participants

8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

Inscriptions

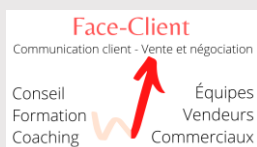
Inscriptions entreprises et individuels par email à contact@face-client.com

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

Accessibilité personnes en situation de handicap

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

CONTACT - INSCRIPTIONS



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
5 rue de la Terrasse
F-75017 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

QUOI DIRE ET COMMENT LE DIRE EN ANGLAIS

- Bien gérer son expression orale : qualité d'anglais, articulation, rythme, contrôle de l'accent d'origine ;
- Éléments verbaux d'écoute active, d'empathie, de relance, de reformulation, d'interruptions, etc.
- Durant toute la formation l'acquisition des éléments de langage anglais nécessaires est une des trois priorités. Sont étudiées les formulations permettant de :
- Faire preuve de courtoisie et savoir-vivre : dire bonjour, mentionner les titres corrects, utiliser les noms et prénoms avec prudence, utiliser les précautions oratoires sans modération, mentionner l'équipe entière, rester vigilant sur les liens cachés, savoir s'interrompre et laisser la parole, remercier même si on est en désaccord, etc.
- Prendre contact, briser la glace, accueillir, se présenter et présenter des intervenants, l'entreprise, créer la relation, pitcher, etc. ;
- Signaler la progression de son discours, de ses intentions, etc.
- Faire des propositions et les développer, etc. ;
- Gérer ses échanges et défenses de propositions, d'idées, de messages, préciser, rectifier, insister, démontrer, etc.
- Savoir interrompre, s'opposer avec diplomatie, temporiser, etc. ;
- Gérer les malentendus et désaccords : s'intéresser, mettre à l'aise, donner de l'importance, faire répéter, être d'accord, comprendre, partager, questionner en douceur, reformuler, résumer, etc.
- Savoir reformuler, synthétiser, conclure et prendre congé.

GERER LES SITUATIONS DE TENSIONS

- Gérer les tensions interculturelles et situations émotionnellement tendues en vidéo-conférence : Signaux faciaux et attitudes corporelles à adopter, éléments de langage permettant de diffuser temporairement les tensions.
- Mécanismes et causes interculturelles des situations de tensions : 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.
- Acquisition des éléments de langage anglais nécessaires à la résolution des tensions : accepter l'erreur, présenter des excuses, présenter les solutions et moyens apportés, rassurer sur la volonté de coopération, etc.