



## 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 CLINTO2

## 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

- Pratiquer la rédaction simple en anglais courant professionnel ;
- Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte ;
- 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 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

# Contenu complet

## MODALITES D'ACCES

### Formats

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

### Dates, lieux, tarifs

Dates, lieux et tarifs sur devis personnalisé, nous consulter.

6 participants max. par session permettant un travail poussé et des feedbacks individualisés).

### Financement

Formation éligible au FNE-formation renforcé.

### Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à

[patrickjay@face-monde.com](mailto: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](mailto:patrickjay@face-monde.com)  
[www.face-monde.com](http://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](mailto:patrickjay@face-monde.com)  
[www.face-monde.com](http://www.face-monde.com)

Actualisation : janvier 2024