

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE DE FORMATION

COMMUNICATION ET SERVICE A LA CLIENTELE

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

<p>CODE : 03 55 03 U21 D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 001 DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</p>

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 14 août 2002
sur avis conforme de la Commission de concertation

COMMUNICATION ET SERVICE A LA CLIENTELE

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant de développer des compétences de base en communication pour assurer un service de qualité à la clientèle.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

L'étudiant sera capable de:

- ◆ comprendre un texte écrit (+/- 30 lignes) dans un langage usuel par exemple en réalisant une synthèse écrite et/ou en répondant à des questions sur le fond ;
- ◆ émettre, de manière cohérente et structurée, un commentaire personnel à propos d'un texte.

2.2. Titres pouvant en tenir lieu

Certificat de l'enseignement secondaire inférieur ou certificat de l'enseignement secondaire du deuxième degré

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination du cours	Classement du cours	Code U	Nombre de périodes
Communication orale et écrite orientée vers les services	CT	F	32
3.2. Part d'autonomie		P	8
Total des périodes			40

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

face à une situation-problème de communication mettant en œuvre des techniques de base appropriées aux diverses sollicitations de la clientèle pour une entreprise de services,

- ♦ d'identifier la situation de communication et le type de message (entendu ou lu/ à exprimer oralement ou par écrit) à titre d'exemple :
- ♦ pour la communication interpersonnelle :
 - ♦ prendre contact avec une personne (donner ses coordonnées, se présenter, laisser un message) ;
 - ♦ accueillir une personne, lui proposer ses services,...
- ♦ pour la communication informative :
 - ♦ demander/donner des informations et estimer le niveau de précision attendu ;
 - ♦ lire, rédiger une note informative et l'explicitier ;
- ♦ pour la communication professionnelle :
 - ♦ identifier une demande de service ;
 - ♦ proposer un service et l'explicitier d'une manière convaincante ;
 - ♦ utiliser le vocabulaire de la profession sans pour autant être trop technique pour favoriser la compréhension de la clientèle :
 - choisir des mots directement accessibles à l'interlocuteur ;
 - se mettre à la place de l'autre ;
 - être clair et précis ;
 - recourir à des exemples concrets ou des images pour expliciter un service ;
 - ... ;
- ♦ pour la communication et la déontologie :
 - ♦ adapter ses comportements (formulation des phrases, ton, questionnement) pour assurer l'autre de son respect et de sa discrétion ;
 - ♦ utiliser les formules de politesse d'une manière appropriée ;
- ♦ de prendre en charge correctement une communication téléphonique :
 - ♦ se présenter, questionner et répondre d'une manière précise et adaptée ;
 - ♦ prendre des notes lors de la communication et en reporter les informations essentielles (oralement ou par écrit) au responsable ;
- ♦ de produire des messages écrits clairement et correctement rédigés en recourant éventuellement à des ouvrages de référence (dictionnaires, ouvrages techniques).

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

face à des situations de communication avec la clientèle d'une entreprise de services,

- ◆ de produire des messages oraux et/ou écrits appropriés à la situation de communication ;
 - ◆ mettre en œuvre dans le contexte de la production de services à la clientèle les comportements suivants :
 - ◆ saluer, se présenter avec aisance ;
 - ◆ solliciter et favoriser la communication ;
 - ◆ adapter ses attitudes et son langage verbal et non verbal au contexte de l'accueil ;
 - ◆ identifier le contexte de la communication et choisir le ton, la formulation, le vocabulaire les mieux adaptés en faisant preuve :
 - ◆ de clarté et de précision dans l'expression,
 - ◆ de sollicitude et de respect dans la communication.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte la qualité de la communication écrite et/ou orale.

6. CHARGE DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert justifiera d'une expérience actualisée dans l'exercice d'une profession de production de service en fonction de l'option choisie.