

UNITÉ 2

Faites connaître vos produits et services



Pour être capable de

- › décrire un outil informatique ou un téléphone
- › promouvoir un produit / un service
- › raconter l'historique d'une entreprise, d'un produit, d'un service
- › faire une proposition de service

Vous allez apprendre à

- › décrire des caractéristiques et des fonctionnalités
- › exprimer un besoin
- › décrire un excellent service
- › indiquer des critères d'excellence
- › raconter un historique
- › questionner sur une création d'entreprise
- › détailler un programme de voyage
- › vanter les attraits d'un lieu
- › informer sur des actions à venir
- › proposer des services
- › exprimer un souhait

Vous allez utiliser

- › les pronoms compléments *en* et *y*
- › les superlatifs
- › le passé composé et l'imparfait
- › l'adjectif indéfini *tout*
- › le futur proche et le futur simple
- › les pronoms relatifs *qui*, *que*, *où*
- › les adjectifs qualificatifs à la bonne place

 Mes vidéos
› Faites connaître vos produits et services

A Il est pratique !

1 Réalisez la tâche

Mes audios > 05



Vous travaillez dans un magasin de matériel informatique. Vous êtes chargé(e) de faire la fiche produit d'un ordinateur.



1. Écoutez la conversation entre un de vos collègues et une cliente puis complétez la fiche.

Produit :

Référence produit : PXR 478

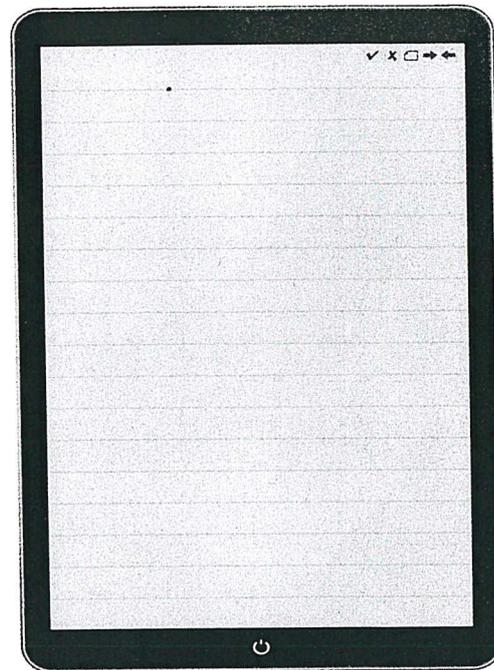
Prix :

Autonomie :

Garantie :

Poids :

Points forts :



2. Notez les besoins de la cliente sur votre tablette.

2 Retenez

Pour décrire les caractéristiques et les fonctionnalités d'un téléphone ou d'un outil informatique :

Il est très pratique.

Il pèse moins d'un kilo.

Il a une batterie avec une autonomie de 3 h 30.

La page d'accueil s'affiche en moins de trente secondes.

Vous avez des applications et des logiciels très utiles.

L'écran est petit / large.

Le disque dur a une faible / grande capacité.

Vous pouvez brancher un disque dur externe.

Il y a plusieurs ports USB.

Pour indiquer une utilité / un besoin :

Il permet de se connecter rapidement à Internet.

Vous voulez vous en servir comme ordinateur principal ?

J'en ai besoin pour mes déplacements.

C'est pour consulter ma messagerie.

J'aimerais l'utiliser pour y stocker des photos.

(⇒ voir Outils linguistiques, 1 p. 34)

L'informatique

un affichage / (s')afficher

une application

une autonomie

une batterie

un branchement / brancher

une capacité

une connexion / (se) connecter

un disque dur

un écran

un logiciel

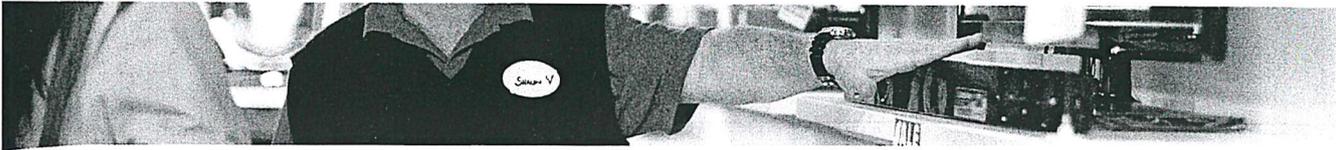
une page d'accueil

un port USB

stocker

surfer

un traitement de texte



3 Passez à l'action



1. Un équipement à changer.

Vous votre ordinateur ne fonctionne plus très bien et vous souhaitez en avoir un autre. Vous rédigez un message au responsable des services généraux de votre entreprise : vous décrivez les problèmes que vous rencontrez, vous exprimez votre souhait de changer d'ordinateur, vous décrivez vos besoins.



2. Nouvelle acquisition.

Vous venez d'acquérir un nouvel appareil (smartphone, tablette, etc.). Un(e) ami(e) vous téléphone parce qu'il / elle veut acheter le même type d'appareil.

VOUS

- Vous demandez des nouvelles.
- Vous décrivez votre appareil et ses fonctionnalités.
- Vous conseillez votre ami(e).

L'AMI(E)

- Il / Elle donne de ses nouvelles et annonce projet d'achat.
- Il / Elle demande des précisions sur votre appareil.
- Il / Elle explique ses besoins.



3. Téléphone à vendre.

Vous souhaitez vendre votre téléphone sur un site de revente en ligne. Vous rédigez votre annonce sur le site.

MON ANNONCE

Catégorie

Sous-catégorie

Vous vendez à titre : Particulier Professionnel

Type d'annonce : Je propose Je recherche

Titre de l'annonce :

Description :

Prix €

B Elles en donnent plus !

1 Réalisez la tâche



Vous travaillez dans une agence de voyages. Pour conseiller vos clients, vous devez réaliser une étude comparative sur les compagnies aériennes. Un article a retenu votre attention.



Lisez l'article, complétez le tableau de comparaison des services offerts puis sélectionnez la meilleure compagnie.

CLASSE AFFAIRES

Ils sont pressés et voyagent toujours en classe affaires. Pour ces passagers qui paient cher, les compagnies aériennes font le maximum pour offrir le service le plus adapté et le plus haut de gamme possible.

LES PLUS RAPIDES À L'EMBARQUEMENT OU À L'ARRIVÉE

Pour gagner du temps, les passagers d'Air France, de British Airways ou de Lufthansa peuvent s'enregistrer sur Internet et imprimer directement leur carte d'embarquement et leurs étiquettes à bagages. Les passagers affaires qui attendent le moins à l'aéroport

sont ceux de Singapore Airlines. 15 minutes leur suffisent pour récupérer leurs bagages.

LES PLUS ACCUEILLANTES À L'AÉROPORT

Pour faire oublier l'attente avant l'embarquement, toutes les compagnies disposent de salons privés. La compagnie Cathay Pacific possède les salons les plus grands. À Hong Kong, elle propose à ses passagers deux espaces de 3 500 mètres carrés. Des compagnies comme Lufthansa et Emirates offrent de vraies salles de réunion avec des équipements (wi-fi, ordinateurs, etc.).

Air France a le meilleur accueil des salons VIP du monde. Les salons de British Airways de Londres et de New York sont les plus relaxants. Ils proposent des massages et des soins personnalisés.

LES CHAMPIONNES DU SERVICE À BORD

Sièges ultraconfortables, repas à la carte, écrans vidéo

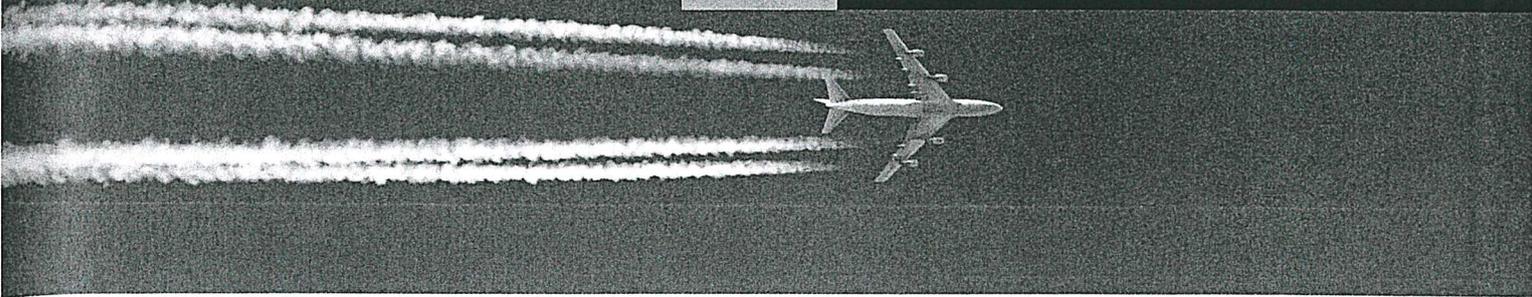


ultramodernes : tout est fait pour le confort du passager. C'est sur les vols de Singapore Airlines qu'on dort le mieux parce que les sièges sont convertibles en lits de 205 cm.

Cathay Pacific et Singapore Airlines ont le personnel en cabine le plus attentionné. Mais c'est British Airways qui respecte le mieux le rythme des passagers. Sur ses vols, on déjeune et on dîne quand on veut. Air France possède la carte des vins la plus raffinée et propose des plats concoctés par les plus grands chefs étoilés. C'est sur les vols de la compagnie Cathay Pacific qu'on peut boire les meilleurs cafés.

Emirates, Lufthansa et Air France ont les meilleurs divertissements en vol (films, jeux vidéo, musique, journaux, etc.).

						
Enregistrement en ligne possible						
Salons spacieux et/ou bien équipés						
Personnel attentionné dans les salons						
Bien-être à l'aéroport						
Personnel attentionné à bord						
Variété des loisirs à bord						
Horaires de repas libres à bord						
Excellents produits à déguster à bord						
Attente très courte à l'aéroport						



2 Retenez

Pour décrire un excellent service :

Les compagnies aériennes **font le maximum pour...**

Elles **offrent** un(e) / de vraies...

Tout est fait pour...

Il(s) / Elle(s) est / sont **la / le(s) champion(ne)s de...**

Pour indiquer des critères d'excellence :

Offrir aux clients **le service le plus adapté** et **le plus haut de gamme** possible.

Être **les plus rapides / les plus accueillant(e)s**.

Posséder / Avoir les **salons les plus grands, les plus relaxants / le meilleur accueil**.

Proposer des plats concoctés par **les plus grands chefs étoilés / la carte des vins la plus raffinée / les meilleurs cafés**.

Faire **attendre le moins longtemps**.

(→ voir Outils linguistiques, 2 p. 34 et 8 p. 35)

Les voyages en avion

un atterrissage / atterrir

un bagage

une classe

un décollage / décoller

un embarquement / une carte d'embarquement / embarquer / débarquer

un enregistrement / (s')enregistrer

une étiquette (à bagage) / mettre des étiquettes à bagage

un(e) passager(ère)

le personnel (en cabine / à bord)

un siège

un service à bord

un vol international / intérieur

un voyage / voyager en classe affaires / économique

3 Passez à l'action



1. Vous êtes les meilleurs !

Vous êtes chargé(e) de promouvoir un service et / ou un produit de votre société.

Vous faites une présentation devant de futurs clients. Vous présentez les caractéristiques de votre produit / service. Vous vantez ses qualités.



2. Un hôtel à recommander.

Un de vos fournisseurs doit venir en déplacement dans votre ville. Il ne sait pas dans quel hôtel loger. Vous lui écrivez un mail pour lui proposer un hôtel et vous lui expliquez pourquoi c'est le meilleur.

C Livraison à domicile

1 Réalisez la tâche

Mes audios > 06



Vous souhaitez monter votre propre entreprise et vous faites des fiches sur votre tablette pour récolter de bonnes idées. Vous entendez une interview à la radio qui retient votre attention.



Écoutez et prenez des notes puis complétez la fiche suivante que vous avez préparée.

...lll ✓ ✕ □ → ←

L'entrepreneur / L'entrepreneuse

Nom :

Formation initiale :

Profession initiale :

Type de formation suivie pour le nouveau métier :

Étude de marché

Collecte / Source d'informations :

Offre de la concurrence :

Clientèle visée :

Étude de produit

Type de produit proposé :

Tests effectués :

Nombre de produits fabriqués par jour :

Type de service offert :

L'enseigne

Nom :

Date d'ouverture :

Effectif de l'entreprise (nombre d'employés) :

Réseau de distribution :

Perspectives de développement :

2 Retenez

Pour raconter l'historique / la création d'une entreprise / d'un produit :

Je bossais très dur...

Tous les soirs et tous les week-ends, **je gérais** des dossiers.

J'ai décidé de me mettre à mon compte.

J'ai commencé par chercher des infos sur Internet.

On a testé différents produits.

Je me suis lancé(e) / **J'ai ouvert** mon commerce en 2012.

J'ai créé un site Internet. / **J'ai monté** mon projet.

(→ voir Outils linguistiques, 3 p. 34)

Le marketing /
La mercatique

une cible
une clientèle
une étude de marché
une gamme
un lancement
(se) lancer / lancer
une offre
un process
un produit

La vente

une boutique / un magasin
une clientèle / des clients
une commande / commander
un commerce
une enseigne
une livraison / livrer à domicile
un produit
un point de vente
une vente / vendre

Pour questionner sur une création d'entreprise :

Comment vous avez eu l'idée ?

Vous avez fait une étude de marché avant de vous lancer ?

Comment vous avez créé vos produits ?

Vous avez fait des tests ?

Comment vous avez trouvé le nom de votre boutique ?

Vous avez une clientèle spécifique ?

Quelles sont vos perspectives pour l'avenir ?

Des termes familiers

une boîte = une entreprise / société
bosser = travailler
un boulot = un travail
un copain / une copine = un(e) ami(e)
hyper = très
une info = une information
un(e) pro = un(e) professionnel(le)
un taf = un travail
un truc = une chose

3 Passez à l'action



1. Ça m'intéresse !

Vous êtes invité(e) à une soirée professionnelle et vous rencontrez un(e) créateur / créatrice d'entreprise. Son parcours vous intéresse.

VOUS

Vous le / la questionnez sur son parcours.

Vous le / la questionnez sur les étapes de la création de son entreprise.

LE CRÉATEUR / LA CRÉATRICE D'ENTREPRISE

Il / Elle vous parle de son parcours.

Il / Elle vous raconte l'historique de son entreprise / produit / service.



2. Quel projet !

Vous souhaitez créer une entreprise avec deux autres personnes. Vous échangez vos idées et vous rédigez une fiche pour votre recherche de financement.



3. Produit innovant !

Vous avez imaginé un objet / produit innovant. Vous le présentez au Salon de l'innovation. Vous racontez son historique.

D Nous nous occupons de tout !

1 Réalisez la tâche

Mes audios > 07



Vous travaillez dans une agence de voyages. Vous devez valider une proposition de circuit à envoyer à un client.



Écoutez le message laissé par le client sur votre répondeur et lisez le mail ci-dessous préparé par votre stagiaire. Vérifiez que la réponse correspond bien à la demande et que des prestations complémentaires sont proposées. Apportez les corrections et les modifications nécessaires.

De :

À :

Objet :

Cher Monsieur,

Comme suite à votre demande concernant votre voyage annuel en Thaïlande pour deux personnes en demi-pension du 13 au 25 février, nous vous remercions de votre confiance et vous faisons une proposition de programme.

Vous séjournerez à Bangkok du 14 au 17 février. Notre guide local vous accueillera à l'aéroport et vous accompagnera à votre hôtel. La première journée sera libre et vous pourrez profiter de la ville à votre rythme. Nous organiserons pour vous les visites que vous souhaitez faire et pourrons vous aider à trouver de bons restaurants pour vos déjeuners. Vous logerez dans des hôtels de charme.

Le 17 février, vous vous envolerez pour le nord de la Thaïlande, à Chiang Mai, où vous resterez trois nuits. Du 20 au 24 février, vous continuerez votre circuit en mini-bus climatisé. Vous visiterez un site incontournable qui vaut le détour, les grottes de Tam Lod où tous les guides sont du village, un bon exemple de tourisme communautaire.

Ensuite, vous irez jusqu'à Mae Hong Son, petite ville située dans un cadre pittoresque, où vous embarquerez à bord d'un bateau qui navigue à travers la jungle thaïlandaise. Vous découvrirez un paysage grandiose et luxuriant. Les habitants des villages vous recevront avec beaucoup de gentillesse. C'est vraiment une magnifique expérience à ne pas manquer.

Le 25 février, vous prendrez votre vol pour Paris via Bangkok où vous resterez une nuit.

Nous assurerons pour vous une assistance à l'aéroport pour l'enregistrement des bagages. Vous éviterez ainsi les longues files d'attente aux contrôles. Nous nous occupons de tout.

Nous pouvons aussi nous charger de l'organisation d'un dîner d'anniversaire dans un endroit inoubliable. Nous vous proposons un service d'assistance 24 h/24 h en cas de besoin.

Dès aujourd'hui, nous allons contacter notre réceptif¹ local pour nous assurer de la disponibilité des hôtels et nous vous enverrons une cotation² quand nous aurons une réponse ferme. Nous allons aussi nous renseigner pour les cours de cuisine et nous vous tiendrons au courant.

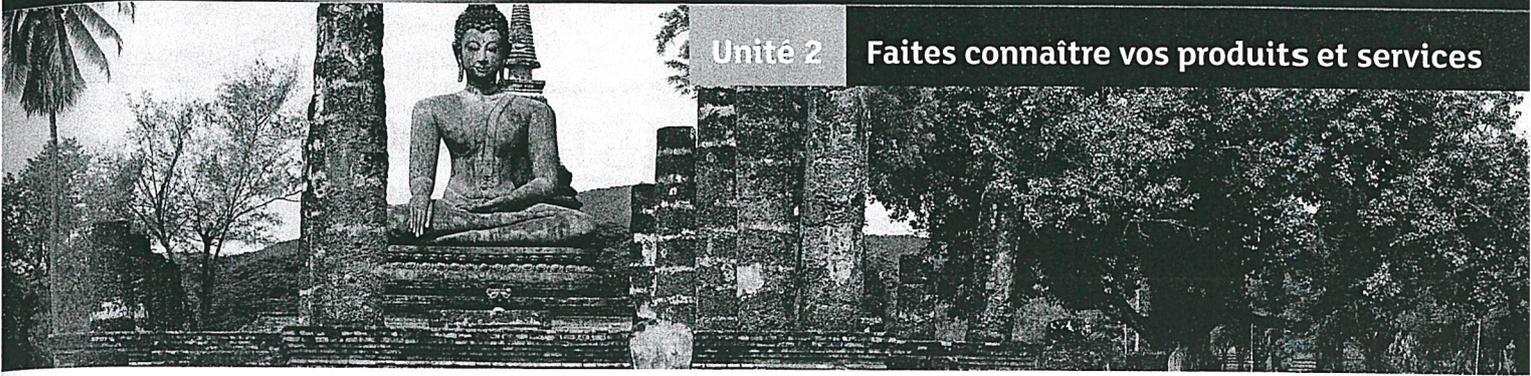
Nous aimerions vous envoyer notre offre dans les meilleurs délais. Pourriez-vous nous donner votre avis sur les détails de ce circuit et nous préciser les prestations supplémentaires que vous désirez ?

Vous pouvez compter sur nous pour faire de votre voyage sur-mesure l'un de vos meilleurs souvenirs. Dans l'attente de votre réponse, nous vous prions de recevoir, cher Monsieur, nos meilleures salutations.

L'équipe Transtour

Agence Transtour
25 avenue du Touring Club
68 rue de l'Université
69007 Lyon
Tél. : 04 98 78 54 12

1. L'agence qui s'occupe de l'organisation du voyage dans le pays de destination
2. Une estimation de prix



2 Retenez

Pour détailler un programme de voyage :
Vous séjournerez à Bangkok du 14 au 17 février.
Notre guide local vous accueillera à l'aéroport et **vous accompagnera** à votre hôtel.
La première journée sera libre et **vous pourrez profiter** de la ville.
Vous logerez dans des hôtels de charme.
Vous vous envolerez pour... / **Vous prendrez votre vol pour...**
Vous resterez trois nuits à Chiang Mai.
Vous continuerez votre circuit en mini-bus climatisé...
Vous irez jusqu'à... / **Vous embarquerez à bord d'un...**
Vous visiterez un site. / **Vous découvrirez** un paysage grandiose.

(→ voir Outils linguistiques, 5 p. 35)

Pour vanter les attraits d'un lieu :
 Un site **incontournable** qui vaut le détour.
 Un cadre **pittoresque**.
 Un paysage **grandiose** et **luxuriant**.
 Un endroit **inoubliable**.
 Une **magnifique** expérience à ne pas manquer.

(→ voir Outils linguistiques, 8 p. 35)

Pour informer sur des actions à venir :
Nous allons contacter notre réceptif local et **nous vous enverrons** une cotation.
Nous allons aussi nous renseigner et **nous vous tiendrons** au courant.

(→ voir Outils linguistiques, 6 p. 35)

Pour proposer des services :
Nous organiserons pour vous... / **Nous pouvons nous charger** de l'organisation de...
Nous pourrions vous aider à...
Nous assurerons pour vous / **Nous vous proposons** un service d'assistance 24 h/24 h en cas de besoin.
Nous nous occupons de tout.
Vous pouvez compter sur nous pour...

3 Passez à l'action



1. Une visite incontournable.

Un(e) collègue francophone vient en voyage professionnel dans votre pays. Il / Elle souhaite en profiter pour visiter une ville / région. Vous lui écrivez un mail pour lui vanter les attraits d'une ville / région et vous lui proposez un programme.



2. À votre service !

Vous travaillez dans une entreprise de services (tourisme, hôtellerie, conciergerie, services à la personne, événementiel, dépannage, etc.). Vous répondez à la demande d'un(e) client au téléphone.

VOUS

- Vous posez des questions pour faire préciser la demande.
- Vous décrivez les services proposés par votre entreprise.

LE / LA CLIENT(E)

- Il / Elle exprime ses souhaits.
- Il / Elle apporte des précisions.
- Il / Elle réagit aux propositions faites.

OUTILS LINGUISTIQUES

1 Les pronoms compléments *EN* et *Y*

Pour éviter de répéter le nom d'un objet.

<p>Je voudrais un ordinateur. → J'aimerais l'utiliser pour stocker mes photos.</p>	<p>– L'ordinateur a une housse de protection ? → Non, il n'en a pas. Vous en voulez une ?</p> <p>– Vous voulez vous servir de l'ordinateur comme ordinateur principal ? → Non, j'en ai besoin pour mes déplacements.</p>	<p>J'aimerais stocker des photos sur l'ordinateur. → J'aimerais utiliser l'ordinateur pour y stocker mes photos.</p> <p>Vous pouvez brancher un disque dur externe à l'ordinateur. → Vous pouvez y brancher un disque dur externe.</p>
<p>Pour ne pas répéter : le nom d'un objet précédé d'un article défini ou d'un adjectif possessif on utilise <i>le, la, l', les</i>.</p>	<p>Pour ne pas répéter : • un nom d'objet précédé d'un article indéfini (<i>un / une / des / de</i>) ▲ Les articles <i>un</i> et <i>une</i> doivent être répétés après le verbe. • un nom d'objet précédé d'un verbe + <i>de</i> (<i>se servir de, avoir besoin de...</i>) on utilise <i>en</i>.</p>	<p>Pour ne pas répéter : • un nom d'objet précédé d'une préposition de lieu (<i>sur, dans, etc.</i>) • un nom d'objet précédé d'un verbe + <i>à</i> (<i>brancher à, penser à, s'intéresser à...</i>) on utilise <i>y</i>.</p>

2 Les superlatifs

Pour comparer et indiquer la supériorité ou l'infériorité.

<p>Elle propose le service le plus adapté, la carte des vins la plus raffinée. Elle possède les plus grands salons. Les passagers qui attendent le moins sont ceux de cette compagnie.</p>	<p>C'est sur Cathay Pacifique qu'on peut boire les meilleurs cafés. Air France a le meilleur accueil des salons VIP du monde. C'est sur les vols de Singapore Airlines qu'on dort le mieux.</p>
<p>Le / la / les PLUS / MOINS + adjectif Verbe + le PLUS / MOINS pour indiquer la supériorité ou l'infériorité.</p>	<p>Le / la / les MEILLEUR(E)(S) (+ nom) Verbe + le MIEUX ▲ Le plus bien → <i>Le mieux</i> Le(s) plus bon(s), la / les plus bonne(s) → <i>le / la / les meilleur(e)(s)</i> Pour parler d'un aspect très négatif, on utilise le / la / les pire(s).</p>

3 L'articulation passé composé et imparfait dans un récit

Pour indiquer des événements ou des circonstances.

<p>Tous les week-ends, je gérais des dossiers. À la fin de la semaine, on avait tout.</p>	<p>On a travaillé tous les deux dans ma cuisine pendant une semaine. Cette remarque m'a fait réfléchir et j'ai décidé de me mettre à mon compte.</p>	<p>Je dînais chez des amis et j'ai eu un appel urgent pendant qu'on mangeait. J'ai vu que personne ne faisait de livraison de tartes à domicile.</p>
<p>Pour indiquer une action habituelle, une description d'une situation à un moment du passé, on utilise l'imparfait.</p>	<p>Pour indiquer un événement passé, une succession d'actions passées, on utilise le passé composé.</p>	<p>Pour indiquer : • une action / situation en cours, on utilise l'imparfait; • un événement, on utilise le passé composé.</p>

4 L'adjectif indéfini **TOUT**

Pour désigner la totalité d'un ensemble.

	Masculin	Féminin
Singulier	Tout le monde	Toute la clientèle
Pluriel	Tous les soirs	Toutes les recettes

Tout, toute, tous et toutes s'accordent avec le nom qui suit.

▲ **Tout** et **toute** avec une expression de temps indiquent une durée : **toute la journée**.

Tous et **toutes** avec une expression de temps signifient « chaque » : **tous les jours = chaque jour**.

5 Le futur simple

Pour parler d'événements futurs, pour détailler un programme.

Notre guide local vous accompagnera . Vous séjournerez à Bangkok. Nous organiserons pour vous les visites.	Vous prendrez votre vol pour Paris.
Infinitif + terminaisons : ai / as / a / ons / ez / ont	▲ Si l'infinitif se termine par -e, on enlève le -e : prendre → vous prendrez .

(→ Voir Tableaux de conjugaison p. 208 à 211)

6 L'articulation futur proche, futur simple

Pour enchaîner des actions futures.

Nous allons contacter notre réceptif local et nous **vous enverrons** une cotation quand nous **aurons** une réponse ferme.

Nous allons nous renseigner pour les cours de cuisine et nous **viendrons** au courant.

Quand des actions futures s'enchaînent, la première peut se conjuguer au futur proche puis les suivantes se conjuguent au **futur simple**.

7 Les pronoms relatifs **QUI, QUE, OÙ**

Pour combiner deux phrases et éviter les répétitions.

Vous visiterez <u>un site</u> qui vaut le détour. = Vous visiterez un site. Ce site vaut le détour.	Nous organiserons <u>les visites</u> que vous souhaitez faire. = Nous organiserons les visites. Vous souhaitez faire ces visites .	Vous vous envolerez pour <u>Chiang Mai</u> où vous resterez trois nuits. = Vous vous envolerez pour Chiang Mai. Vous resterez à Chiang Mai .
<i>Qui</i> remplace un sujet.	<i>Que</i> remplace un complément d'objet direct.	<i>Où</i> remplace un complément de lieu.

▲ Le pronom relatif se place après le nom qu'il remplace.

8 La place des adjectifs qualificatifs

Pour décrire.

un site incontournable un paysage grandiose un endroit inoubliable	la première journée de bons restaurants les longues files d'attente
Les adjectifs se placent en général après le nom.	Certains adjectifs se placent avant le nom : bon, gros, grand, vieux, jeune, beau, joli, excellent et les adjectifs ordinaux (premier, deuxième , etc.).
▲ L'adjectif s'accorde avec le nom : un bon exemple ; de bons restaurants .	
▲ Certains adjectifs peuvent se mettre avant ou après le nom : une magnifique expérience ou une expérience magnifique .	

ENTRAÎNEZ-VOUS

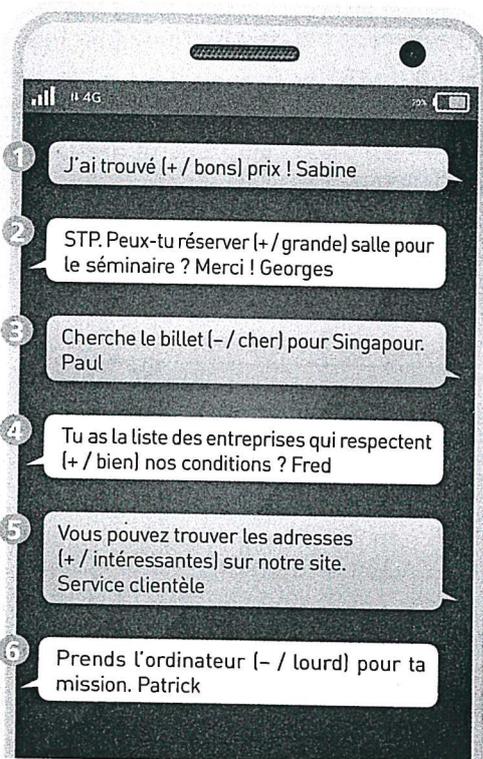
1. Dernier cri

Complétez la présentation avec *en, y* ou *le*.

Le téléphone portable FK GT 345 est notre dernier modèle. Vous pouvez ... ranger facilement dans une poche. Vous pourrez vous ... servir pour prendre des photos. Si vous ... avez besoin pour travailler, il vous sera très utile. Il existe en plusieurs coloris. Vous pourrez ... choisir un à votre goût. Pensez-... pour vos cadeaux de fin d'année !

2. Textos urgents

Complétez les textos avec des superlatifs.



3. Coup de pub !

Complétez les slogans publicitaires avec les pronoms relatifs *qui, que* ou *où*.

1. CACTUS, la voiture ... vous manquait !
2. PETIT CRU, le fromage ... vous dévorerez !
3. NIRVANA, la crème ... votre peau veut !
4. PARADIS, l'hôtel ... vous aimerez loger !
5. EFLUVES, le parfum ... vous adopterez !
6. ABARICA, un café ... vous étonnera !

4. Changement de cap

Conjuguez les verbes entre parenthèses au passé composé ou à l'imparfait.

Je voudrais être le premier réseau spécialiste de produits pour la tête : bonnets, chapeaux, casquette, etc. L'idée (venir) de mon expérience. Je (travailler) quinze ans dans l'univers de la mode et du prêt-à-porter. Dans les magasins, les clients (pouvoir) trouver une casquette, un chapeau ou un bonnet mais il (manquer) un spécialiste de ce type de produit. Un jour, je (quitter) le magasin où je (travailler) et je (se lancer). Je (mettre) un an pour monter mon projet. Aujourd'hui, je suis en négociation pour acheter un premier point de vente.

5. Une note de plus

Conjuguez les verbes entre parenthèses au futur simple.

COMMUNICATION AU PERSONNEL

La Direction (mettre) en place une nouvelle organisation du service Achats.

Un comité (accompagner) les différents changements.

Tous les responsables (recevoir) une formation complémentaire.

Le site Internet de notre société (être) bientôt disponible. Les salariés (avoir) accès à ce site et (pouvoir) trouver toutes les informations sur les postes à pourvoir.

La réunion des membres du comité d'entreprise (se tenir) le 7 avril prochain.

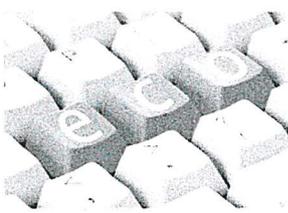
TESTEZ-VOUS

 Mon portfolio


1. Une idée originale

Lisez l'article suivant et complétez la fiche d'identité de l'entrepreneur.

À 27 ans, Flavien Amey



a créé le site **Toucheclavier.com** qui commercialise des touches de clavier à l'unité pour

ordinateurs PC portables. Son secteur, c'est le e-commerce. La société existe depuis septembre 2012. Après des études scientifiques et une école de commerce, il a passé un an à l'étranger. Il a eu l'idée de « Toucheclavier » parce que ce concept existait déjà aux États-Unis. Au lieu de changer son clavier complet ou son ordinateur, on change seulement la touche qui ne fonctionne plus. C'est plus simple, plus économique et plus écologique car cette activité correspond à une démarche de valorisation des produits électroniques. Le créateur a su trouver un marché et son projet a rapporté de l'argent dès la première année. Il souhaite se développer à l'international et accroître son chiffre d'affaires. Son objectif, c'est d'être un spécialiste de la maintenance en vendant des claviers et il aimerait pouvoir fournir toutes les touches possibles à l'unité. ■

Fiche d'identité

Nom de l'entrepreneur	Âge de l'entrepreneur
Nom du site de l'entrepreneur	Type de produit vendu
Secteur d'activité de l'entreprise	Date de création de l'entreprise
Formation de l'entrepreneur	
Caractéristiques du concept / Points positifs	
Perspectives d'avenir et objectifs	



2. Produits et services Mes audios ▶ 08

Écoutez ces cinq personnes. Identifiez l'intention de chacune d'elles.

- Personne 1
- Personne 2
- Personne 3
- Personne 4
- Personne 5

- A. Indiquer l'utilité d'un produit
- B. Décrire un excellent service
- C. Proposer des services
- D. Parler d'une création d'entreprise
- E. Demander poliment
- F. Indiquer un programme de voyage
- G. Indiquer des besoins
- H. Vanter les attraits d'une région

Repères professionnels

Bien rédiger ses courriels professionnels

Lisez la fiche pratique et le courriel puis faites correspondre chaque conseil à la partie correspondante du courriel.

Pour rédiger un courriel professionnel

a. Soyez précis

L'« objet » est très important. Il doit être clair et précis. Indiquez si c'est urgent.

b. Signez le courriel

Indiquez le nom du signataire, le nom de la société, l'adresse postale, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail.

c. Faites attention aux envois en nombre

Si vous envoyez un e-mail à plusieurs personnes, placez les adresses dans le champ « Copie conforme invisible » (CCI). Ainsi l'adresse des autres destinataires sera invisible pour chaque personne qui reçoit le message.

d. Soignez la rédaction

Évitez les abréviations et le style SMS réservés aux amis. Rédigez des phrases courtes et bien construites.

1. Choisissez la bonne interpellation.

2. Indiquez le motif du courriel.

3. Donnez les informations, demandez des renseignements...

4. Concluez.

5. Prenez congé avec une formule de politesse simple.

e. Sélectionnez les bons destinataires

1. Le courriel doit être adressé à la ou aux personne(s) concernée(s) (À).

2. Placez en « Copie conforme » (CC) les personnes qui doivent seulement être informées.

f. Vous répondez

Cela se fait automatiquement (« Re : » apparaît dans l'objet). Attention aux « réponse » ou « transfert », « reply » ou « forward » trop nombreux : on ne sait plus qui a écrit, pour dire quoi.

g. Vous « transférez » un courriel

Avez-vous la permission de l'auteur ?

À : itrudan@gmail.com ①

De : isevrac@crusex.com

CC : ② CCI : ③

Objet : Re: Votre demande de devis ④ ⑤  PDF Votre devis  Conditions générales de vente

Répondre Répondre à tous Transférer ⑥

Cher Monsieur, ⑦

Nous vous remercions de votre intérêt pour nos croisières.
Nous avons le plaisir de vous proposer un devis pour la croisière de Ushuaïa à Valparaiso du 3 au 16 mars à bord de notre navire : LE SENTOR. ⑧

Nous vous demandons de bien vouloir lire avec attention nos conditions de vente ci-jointes. ⑨

Si vous souhaitez confirmer votre participation à ce voyage, nous vous invitons à prendre contact avec notre service de réservation.
Toute l'équipe de Crusex reste à votre entière disposition. ⑩

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions de recevoir, cher Monsieur, nos meilleures salutations. ⑪

Votre conseillère voyage
Isabelle Sevrac

Crusex Croisières
118 avenue du Prado
13008 Marseille
Tél. : 04 78 65 21 45
isevrac@crusex.com
www.crusex.com ⑫

Repères (inter)culturels

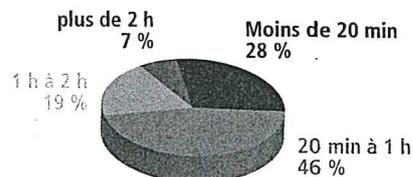
1. La messagerie électronique et vous

- Utilisez-vous beaucoup votre messagerie électronique ? Pour quels besoins ?
- Que pensez-vous de l'usage des e-mails ? Avez-vous eu des mésaventures dans la réception et l'envoi de certains e-mails ? Avez-vous des conseils à donner dans l'utilisation des e-mails ? Échangez vos idées avec votre groupe.
- Utilisez-vous Internet au travail pour lire ou rédiger des e-mails personnels ? Est-ce que c'est accepté dans votre entreprise ? Combien de temps passez-vous par jour à traiter vos e-mails ? Combien en recevez-vous chaque jour ? Quand consultez-vous vos e-mails ?

Comparez vos réponses avec le sondage réalisé auprès de 1 000 salariés disposant d'une adresse e-mail professionnelle.

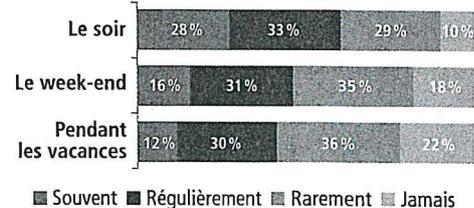
Combien de temps passez-vous par jour à traiter vos e-mails ?

Base : tous (1 000)



Quand consultez-vous vos e-mails... ?

Base : ceux qui consultent leur mails à l'extérieur du travail (609) soit 61% de l'échantillon



Source BVA / décembre 2012

2. De la culture de votre destinataire

Vous lisez l'article suivant sur Internet. Vous réagissez et laissez un commentaire.

Retours d'expérience :: Guides pratiques :: Big data, open data :: Espace DSI :: Carrières et emplois :: Télécharger PRO :: Avis d'experts

Bien rédiger un e-mail professionnel : conseils à suivre

Les courriels sont devenus l'outil numéro 1 de communication dans le monde professionnel. Les smartphones permettent d'envoyer et de recevoir des mails partout où nous nous trouvons dans le monde. Mais il y a des erreurs à éviter. Un interlocuteur dont la culture est différente de la vôtre a peut-être une autre manière de s'exprimer et d'écrire. Prenez soin d'adapter votre message en fonction de la culture de votre destinataire ou de votre degré de familiarité avec lui. Les différences culturelles peuvent très facilement entraîner des problèmes de compréhension, surtout à l'écrit. Selon une conseillère en communication, les personnes qui appartiennent à des cultures à « contexte fort » (japonaise, arabe ou chinoise) tiennent à vous connaître en détail avant de faire des affaires avec vous. Les cadres qui proviennent de ces pays ont tendance à écrire de manière plus personnelle dans leurs mails. Les personnes appartenant à des cultures à « contexte faible » (allemande, américaine ou scandinave) préfèrent aller à l'essentiel le plus rapidement possible. C'est aussi le cas en France : allez à l'essentiel et ne perdez pas de temps en préambules inutiles.

Laisser un commentaire

Nom

Adresse mail

Commentaire

* Ces termes viennent de l'anthropologue Edward Hall qui définit deux types de cultures pour éviter les conflits interculturels dans les négociations.

- Est-ce qu'il y a des règles à suivre dans la rédaction des mails spécifiques à votre pays ou à votre entreprise ? Quel est le délai de réponse ? Avez-vous des conseils à donner pour la rédaction des mails, en fonction du destinataire, de la hiérarchie, par exemple ?