



Nom du cours :

## ***Étiquette, relations d'affaires et communications***

### » Introduction :

Les entrepreneurs d'aujourd'hui font des affaires partout dans le monde et sont confrontés à des cultures, us et coutumes variés.

Malgré la mondialisation et les télécommunications qui facilitent la transmission d'information, ce sont toujours des personnes qui sont au cœur des entreprises entre lesquelles se font des ententes commerciales.

### » Public visé :

C'est dans cette optique que Compu-Finder a élaboré une formation destinée aux hauts dirigeants d'entreprises, présidents, directeurs généraux, relations publiques, marketing, ventes et communications.

### » Objectifs de la formation:

Ce cours indique les règles à suivre afin de respecter l'étiquette, soit la façon de faire reconnue en toute occasion d'affaires ou sociale, de la façon de se tenir à table jusqu'aux formes officielles de correspondance.

Au terme de cette formation, axée sur la pratique et les mises en situation, le participant pourra par la suite conduire ses affaires avec l'assurance de savoir que son image, son comportement et ses communications reflètent en tout temps « le savoir-faire propre à toute entreprise de prestige.»

### » Plan sommaire de la formation:

I. La base de l'étiquette : le civisme, le respect des individus, et avant tout, le respect de soi-même.

II. Des humains qui jugent d'autres humains : l'impact du comportement des représentants sur l'image, la réputation, le rendement de l'entreprise.

III. Les règles propres à l'étiquette et aux relations publiques, confrontées aux autres principes de management : le marketing, la finance, l'administration.

IV. Vous croyez que cela n'a pas d'importance? Détrompez-vous! (résultats d'études).

#### **1. L'étiquette dans les communications écrites :**

A. Dans le monde du travail : lettres, mémos, expressions adéquates et proscrites.

B. Dans les occasions protocolaires :

- Contenu et opportunité des correspondances
- Quand déléguer et quand le faire soi-même ?

C. Dans les occasions sociales ou de bienfaisance; opportunités et contenu de communiqués, de mémos.

## **2. La façon de faire dans les communications orales :**

A. Savoir parler, c'est d'abord savoir écouter.

B. Au téléphone :

- Le monde du travail : règles et français adéquat dans les communications avec la clientèle et les renvois d'appels
- Bonheurs et misères de la boîte vocale.

## **3. La façon de faire dans son comportement :**

A. En public :

- L'étiquette à table; des accessoires jusqu'aux bonnes manières.
- L'art de recevoir; des petites réceptions à la maison jusqu'aux grands bals.
- L'art d'être un bon convive; ce qu'il faut faire et ne pas faire.
- Un discours! un discours! : Règles de base et conseils pratiques.

B. Devant les médias :

- L'importance du porte-parole; exemples de réussites et d'échecs.
- Le communiqué de presse; opportunité, contenu et marketing.
- La conférence de presse; de l'organisation jusqu'au suivi.

## **4. Autres lieux, autres mœurs :**

Caractéristiques propres à certains pays et certains systèmes politiques;

**Examen final** : Un grand dîner qui clôt la deuxième journée de formation permettant d'échanger et de mettre en pratique toutes les notions apprises.

**N.B.** : Au début de la formation, on annonce que la formation se conclura avec un grand dîner protocolaire. Les participants devront former des équipes et chaque équipe aura une responsabilité relative à un aspect de l'étiquette relié au dîner (exemple : invitations, discours, plans de table, etc.)

**Pour inscription, veuillez contacter Mme Maryse Morin  
au 450-226-2238 ou 1-800-861-6618**