



Cofinancé par
l'Union européenne



TALK RETAIL

2021-1-IT02-KA220-ADU-000026600

TALK RETAIL – Compétences en communication internationale pour le commerce de détail

PR1 – Retail Talk Skills

T1.10 Guide des compétences pour la vente au détail



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

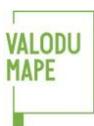
SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
Connaissance du vocabulaire	6
Utilisation des réseaux sociaux	11
Compétences en expression orale	16
Compréhension orale	20
Gestion d'un site web	23
Patience	27
Sensibilité culturelle et éthique	31
La résolution de problèmes	36
Compréhension écrite	40
Techniques de vente	44
Conclusion	48
Bibliographie	50



Introduction

Le projet Talk Retail pour les compétences en communication internationale dans le secteur de la vente au détail est né de la reconnaissance de l'importance croissante d'une communication efficace pour et dans le secteur du commerce de détail aujourd'hui. Le projet est fondé sur la nécessité de s'assurer que les propriétaires de petites entreprises de vente au détail et leurs employés ont acquis les compétences nécessaires pour faciliter la communication internationale dans les pays de l'UE. Le projet est conçu sur mesure pour tous les travailleurs du secteur de la vente au détail qui souhaitent aborder de manière intuitive et attrayante les principaux sujets traités quotidiennement. Talk Retail vise à vous fournir les compétences de base pour assurer une communication efficace dans ce domaine avec des partenaires internationaux, en vous donnant les concepts clés et le vocabulaire en anglais pour permettre la survie et la croissance de votre entreprise. Le but est de donner des outils essentiels pour mieux aborder le secteur de la vente au détail et apprendre, à votre rythme et par auto-évaluation, comment communiquer efficacement avec des partenaires, comment maîtriser les outils technologiques et assurer une présence efficace à la fois en ligne et hors ligne. Toutes les activités ont été conçues pour vous aider à acquérir des compétences non techniques et des compétences techniques et linguistiques indispensables qui vous permettront de maîtriser avec assurance les sujets relatifs au commerce de détail, d'accroître votre confiance au travail et de faciliter votre approche du marché international. Pour ces raisons, le projet vise à : vous sensibiliser aux compétences de communication dans la vente internationale, vous fournir un outil d'auto-évaluation sur les niveaux de compétence à travers un ensemble de cours en ligne (qui peuvent être suivis à votre propre rythme), et enfin, mais non des moindres, vous motiver à continuer à apprendre et à participer également à travers des collaborations avec d'autres propriétaires de magasins. Un autre objectif du projet est de fournir un savoir-faire technique en matière de stratégies de médias sociaux pour l'industrie du commerce de détail afin de construire



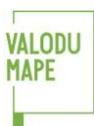
des réseaux internationaux. Talk Retail vous fournira donc ces informations et cette expertise par le biais :

- d'un [rapport international](#) et de ce guide complet sur les compétences de communication non techniques et internationales les plus importantes dans le secteur de la vente au détail, avec des conseils et des activités pour les développer ;
- d'outils d'évaluation pour évaluer vos niveaux de compétences ;
- d'un [cours en ligne](#) qui se concentre sur des aspects différents et très spécifiques dans le secteur du commerce de détail et qui peuvent être suivis en tant que programme complet ou en tant que modules individuels.
- du "EU Retail Network", une plateforme de mise en réseau en ligne où les PME pourront présenter leur entreprise et leurs produits et contacter d'autres PME en Europe, qui contiendra également un guide sur les stratégies de réseaux sociaux.

Ce guide des compétences pour le commerce de détail vous fournira les compétences techniques et non techniques mentionnées ci-dessus pour garantir le succès de votre commerce. Vous y trouverez des définitions, des conseils et des outils sur la manière de gérer et de maîtriser les compétences suivantes :

- Connaissance du vocabulaire
- Utilisation des réseaux sociaux
- Expression orale
- Compréhension orale
- Gestion d'un site web
- Patience
- Sensibilité culturelle et éthique
- Compétences en matière de résolution de problèmes
- Compréhension écrite
- Techniques de présentation

De plus en plus de détaillants réalisent à quel point les connaissances pratiques et la communication en anglais avec leurs partenaires sont primordiales et contribuent à la



satisfaction de leurs clients et à la compréhension de leurs besoins. C'est pourquoi ce guide vous permettra d'approfondir vos connaissances sur ces compétences en vous donnant des détails sur les avantages de leur acquisition et les conséquences éventuelles de leur absence.

Bonne lecture !



Connaissance du vocabulaire

Présentation de la compétence

Définition

La connaissance du vocabulaire joue un rôle crucial dans la communication orale dans le secteur du commerce de détail. Il ne s'agit pas seulement de mots, mais aussi d'éléments lexicaux et d'expressions. Le vocabulaire comprend la connaissance de la morphologie, de la phonologie, de la syntaxe, de la grammaire, de la sémantique et des relations mot-sémantiques d'un mot, ainsi que son utilisation pragmatique. Selon le Professional Service Development for Teachers (PSDT), le vocabulaire désigne l'ensemble des mots d'une langue donnée. Ils notent que quelques milliers de mots seulement représentent 90 % du vocabulaire parlé et qu'un adulte instruit possède généralement un vocabulaire de 10 000 mots à l'oral et à l'écoute. Le nombre total de mots qu'un adulte instruit connaît est de 100 000 pour la lecture et l'écriture.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Le vocabulaire est le fondement du langage. Il est important car il est la base de toute communication, même si vous avez une connaissance limitée de la grammaire. Un vocabulaire insuffisant peut entraîner un certain nombre d'obstacles dans l'apprentissage des langues, notamment des difficultés de compréhension et de réussite globale dans la communication. Pour améliorer votre vocabulaire, il est recommandé de lire et d'écouter autant que possible, et de développer une bonne compréhension des mots, y compris leur signification de base, leur comportement syntaxique, et les associations et relations entre les mots.

Margaret McKeown (2019) suggère qu'en plus d'apprendre le sens d'un élément de vocabulaire, vous devez comprendre ses autres informations connexes, y compris ses significations métaphoriques. McKeown décrit également trois niveaux de connaissances nécessaires pour connaître un mot : sa signification de base, la compréhension de sa polysémie dans un contexte spécifique et une progression graduelle de la



connaissance de base à une compréhension plus approfondie au fil du temps et de l'utilisation.

Les avantages d'un bon vocabulaire

Comme nous l'avons mentionné précédemment, un vocabulaire riche présente de nombreux avantages pour les apprenants en langues. Le vocabulaire est considéré comme le fondement de la langue et est essentiel pour une communication efficace. La majeure partie du sens est transmise par les mots, ce qui rend le vocabulaire essentiel pour comprendre les expressions et les idées des autres et exprimer ses propres pensées.

La question se pose donc de savoir quels mots apprendre. Si vous examinez la plupart des bons livres d'anglais langue étrangère, vous remarquerez que la plupart des livres CERF A1 Beginner et A2 Elementary commencent par un vocabulaire d'environ 500 mots. Ces mots se rapportent à l'identité, aux actions quotidiennes, aux biens personnels et à la maison, aux salutations de base, aux noms, aux nombres, aux actions, aux apparences, aux couleurs, aux parties du corps, aux vêtements, aux routines, aux objets quotidiens, à la nourriture, aux animaux domestiques, au travail et à bien d'autres choses encore.

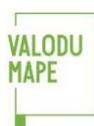
McKeown propose trois niveaux de mots :

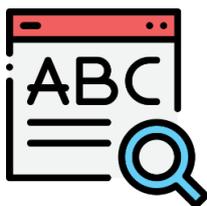
- **Les mots de niveau 1** font partie du langage oral quotidien et proviennent du côté vieil anglais/anglo-saxon de la langue, qui était parlée par les gens ordinaires tels que les paysans et les agriculteurs.
- **Les mots de niveau 2** ne sont pas courants dans le langage oral mais conviennent mieux au discours écrit et sont un mélange de mots latins et anglo-saxons.
- **Les mots de niveau 3** sont des mots de vocabulaire liés à des domaines spécifiques tels que la science, la médecine, le droit et l'université, et sont mieux appris dans ce domaine d'expertise, qui tend à provenir du côté latin du vocabulaire anglais parlé par la classe supérieure normande, les professionnels et les aristocrates.

Le langage lié à l'industrie de la vente au détail relève généralement du premier niveau, mais il est certain qu'en fonction du secteur spécifique, certains mots des niveaux 2 et 3 seront



nécessaires pour travailler dans l'industrie.





Conseils et outils pour améliorer cette compétence

Alors, comment pouvons-nous acquérir du vocabulaire pour améliorer notre conversation orale et nos compétences en matière de communication ? Il est utile de s'immerger dans la langue et d'y participer activement afin de se familiariser avec la langue standard et les dialectes et accents. La meilleure façon d'apprendre est de pratiquer. Il est donc important d'avoir les bons outils pour soutenir votre apprentissage. Il peut s'agir de s'immerger dans la culture de la langue cible, d'utiliser des supports audiovisuels authentiques ou de profiter d'un environnement riche en langues.

Le PSDT propose quelques suggestions pour acquérir du vocabulaire et des activités, telles que :

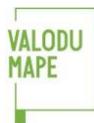
- Créer des banques de mots ou des murs de mots dans votre chambre ou votre salle d'étude. Vous pouvez également le faire sur votre smartphone à l'aide d'applications de mur de mots.
- Créer ses propres jeux de chaîne sur une feuille de papier ou sur une ressource Internet.
- Lire des articles de journal ou de magazine en changeant certains mots.
- Utiliser le modèle inductif des mots-images (Picture Word Inductive Model), qui consiste à sélectionner une image et à étiqueter les éléments que l'on connaît. Des ressources telles que Pinterest proposent de nombreuses photos.
- Explorer les gradients sémantiques pour élargir votre compréhension de mots et de lexiques apparentés, par exemple, amical, aimable, affable, convivial, etc.
- Créer des cartes sémantiques pour représenter graphiquement les relations entre les mots.





Cofinancé par
l'Union européenne

L'acquisition du vocabulaire nécessite des efforts constants et de la motivation. En tant qu'apprenant indépendant, il est utile de commencer par apprendre du vocabulaire lié à vos intérêts personnels. Par exemple, si vous avez une passion pour la cuisine, concentrez-vous sur l'enrichissement de votre vocabulaire en lisant des articles ou des livres sur la nourriture. De même, si vous vous intéressez à l'histoire, lisez des ouvrages sur l'histoire de votre pays dans la langue cible afin d'élargir vos connaissances et votre vocabulaire. Gardez à l'esprit que vous ne serez pas en mesure d'apprendre tous les mots que vous rencontrerez, et qu'il faut de la répétition et une exposition supplémentaire pour saisir pleinement le sens et les multiples usages des mots.



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

Utilisation des réseaux sociaux

Présentation de la compétence

Définition

L'utilisation des réseaux sociaux dans le secteur du commerce de détail peut être très facile si vous avez grandi avec les réseaux sociaux et que vous y êtes habitué, mais plus délicate si vous êtes nouveau dans ce domaine et que vous n'en avez entendu parler que de loin. Il s'agit d'une compétence très importante pour le développement de votre entreprise au niveau international. Il vous permet d'atteindre un plus grand nombre de personnes et vous sert de vitrine en ligne.

Dans cette partie, nous parlerons de la gestion des réseaux sociaux et des compétences que vous pouvez acquérir pour faciliter l'expansion de votre entreprise par le biais des plateformes de réseaux sociaux. Vous comprendrez ce que nous entendons par "utilisation des réseaux sociaux" en tant que compétence, pourquoi elle est utile pour développer votre activité internationale et comment vous pouvez améliorer vos capacités même si vous n'y connaissez rien.

La gestion des réseaux sociaux peut être définie comme l'utilisation du potentiel des réseaux sociaux pour promouvoir l'activité marketing et le développement commercial de votre entreprise. Elle comprend toute une série de petites actions à réaliser, de l'identification de votre groupe cible à l'utilisation correcte des hashtags, en passant par l'utilisation d'outils d'analyse ou l'édition de photos et de vidéos. Ne vous inquiétez pas, vous pouvez facilement apprendre à faire ces choses, et elles ne sont pas aussi compliquées que vous pourriez le penser. Considérez la gestion des réseaux sociaux comme un grand chapitre divisé en plusieurs petites leçons. Si vous n'êtes pas du tout familiarisé avec la gestion des réseaux sociaux, vous apprendrez progressivement à les utiliser.

Dans ce guide, nous expliquerons autant que possible les compétences, leur importance et comment les utiliser au mieux, mais pour en savoir plus sur les réseaux sociaux et vous



former vous-même, vous pouvez accéder à notre cours de micro apprentissage sur les médias sociaux [ici](#).

La gestion des réseaux sociaux regroupe toutes ces compétences :

- Comment identifier votre public cible et ses besoins ;
- Comment choisir la plateforme de réseaux sociaux qui vous convient le mieux ;
- Comment définir votre ligne éditoriale ;
- Comment élaborer un plan de réseaux sociaux ;
- Comment suivre l'évolution (outils d'analyse web, KPI, analyse du comportement des clients...)
- Comment utiliser les réseaux sociaux en toute sécurité ;
- Comment créer votre réseau ;
- Comment créer des partenariats ;
- Comment filmer des vidéos ou faire des photos (cadre, lumière, discours, durée...)
- Comment éditer une vidéo ou une photo ;
- Comment publier sur les réseaux sociaux ;
- Comment utiliser les hashtags.

Cette liste n'est pas totalement exhaustive, car de nombreuses spécialisations existent. Cependant, ces compétences de base vous permettent de créer une stratégie marketing efficace et de commencer tranquillement votre parcours dans la gestion des réseaux sociaux.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Il n'y a pas de mal à ne pas utiliser de plateforme de réseaux sociaux en rapport avec votre entreprise. Vous pouvez considérer cela comme une valeur ajoutée à votre stratégie de marketing. Toutefois, dans la société actuelle, cela peut être considéré comme essentiel pour certains modes de publicité. Les nouvelles générations sont majoritairement présentes sur les réseaux sociaux et la plupart d'entre elles sont influencées par ce qu'elles peuvent consommer par ce biais. Également, dans certains secteurs d'activité, être absent des réseaux sociaux peut vous faire manquer de nombreuses opportunités.



Votre présence sur les réseaux sociaux peut vous donner du crédit auprès de vos potentiels clients. En effet, il existe aujourd'hui de nombreuses fraudes commises par de fausses entreprises, qui prétendent vendre des services ou des biens pour, en fin de compte, voler l'argent des gens. L'existence de réseaux sociaux peut rassurer vos clients potentiels s'ils voient d'autres avis d'acheteurs. Les réseaux sociaux vous permettent de réhumaniser votre image, même si cela peut être paradoxal puisqu'il s'agit d'une communication virtuelle. Réhumaniser signifie ici permettre à vos clients de participer à votre processus commercial en leur demandant leur point de vue, par exemple, ou en leur faisant mieux connaître votre entreprise.

De nombreuses stratégies de marketing « traditionnelles », c'est-à-dire les anciennes méthodes de publicité, sont basées sur le « principe de l'émission ». Vous essayez d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible par le biais de supports non désirés tels que les courriers électroniques indésirables, les appels téléphoniques ou le courrier papier, alors que sur les réseaux sociaux, votre contenu fait partie de l'algorithme de sorte que votre message atteint les personnes qui font partie de votre public cible.

Les avantages d'une bonne maîtrise des réseaux sociaux

Avoir une vitrine publicitaire :

Vous pouvez présenter votre activité ou votre marque au plus grand nombre de personnes de votre public cible, mais aussi vous ouvrir à de nouvelles opportunités de travail, en discutant avec d'autres entrepreneurs.

Retour immédiat de la part des clients :

Cet outil vous permet d'être plus proche de vos clients et de mieux cerner leurs besoins ou leurs préoccupations. Vous pouvez ainsi anticiper les attentes de vos clients et offrir un service client efficace.

Diversifier votre communication :

La présence sur un réseau social multiplie les canaux de communication. Les sites web sont parfaits pour l'utilisation d'un ordinateur, mais les réseaux sociaux sont plus adaptés à



l'utilisation d'un smartphone. Vos clients utilisent leur smartphone tous les jours, même pour faire des achats.

Un nouveau moyen de veille informationnelle :

Vous pouvez accéder à tous les comptes des entreprises dans votre domaine et même les suivre afin d'être sûr d'être informé de leur contenu.



Conseils et outils pour améliorer cette compétence

Pour commencer votre parcours sur les réseaux sociaux, vous pouvez commencer par identifier les réseaux existants (Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn...) et visiter les pages d'autres entreprises du même secteur.

Essayez de vous améliorer en détectant les éventuels erreurs ou points négatifs en analysant ce que vous avez posté et les réactions de vos clients potentiels.

Exemple : Vous décidez de créer votre nouveau compte sur Twitter. Vous créez un pseudonyme, mettez en place du contenu et personnalisez votre profil. Mais un mois plus tard, vous ne constatez aucune amélioration. Vous n'avez toujours que 2 followers et personne n'interagit avec vos postes.

Commencez à analyser les raisons de cette situation : avez-vous choisi la bonne plateforme ? Votre public cible utilise-t-il ce réseau social ? Votre contenu est-il cohérent ? Avez-vous suivi d'autres comptes d'entreprises apparentées ? Votre contenu permet-il aux autres utilisateurs d'interagir avec vous ?

Vous pouvez utiliser des outils d'analyse si ça vous aide.



Si vous êtes novice en la matière, essayez d'abord de créer un compte sur une seule plateforme et laissez-vous le temps d'apprendre ce qui fonctionne le mieux pour vous. Ensuite, lorsque vous aurez acquis plus d'expérience, vous pourrez créer un autre compte et développer votre stratégie de communication et de marketing. En faire trop à la fois peut vite être contre-productif.

Il en va de même pour le contenu. Vous devez avoir une routine et publier régulièrement, à peu près à la même période, mais n'essayez pas non plus de publier tous les jours. Vous pouvez publier lorsque vous estimez que votre contenu a de la valeur. Si vous publiez trop de contenu, vous risquez de perdre vos clients.

Quoi qu'il en soit, ne soyez pas trop dur avec vous-même. Vos postes ne pourront pas atteindre le nombre maximum d'utilisateurs à chaque fois, vous n'aurez pas 1 million de followers tout de suite, et vous pourrez faire quelques erreurs, car nous sommes tous humains.

Pour aller de l'avant et en apprendre davantage sur cette compétence, vous pouvez accéder à notre cours de micro apprentissage sur les réseaux sociaux [ici](#).



Compétences en expression orale

Présentation de la compétence

Définition

Les compétences orales englobent la capacité à utiliser la langue cible de manière efficace et précise pour communiquer dans divers contextes. Cela inclut votre capacité à exprimer vos souhaits, vos pensées et vos idées de manière appropriée en utilisant un langage grammaticalement, syntaxiquement, sémantiquement et phonologiquement correct.

En tant qu'apprenants de langues, il est essentiel que nous soyons conscients de ces aspects d'une langue. Il se peut que nous ne soyons pas conscients des composantes spécifiques de notre langue natale, comme la grammaire, qui n'a peut-être pas été explicitement enseignée à l'école. Nous utilisons souvent notre langue natale de manière inconsciente, sans choisir sciemment la grammaire ou le vocabulaire. Cependant, en tant qu'apprenants d'une deuxième langue, il est important que nous comprenions certains des aspects techniques d'une expression orale efficace.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Une compétence orale insuffisante dans la langue que vous apprenez peut entraîner des problèmes de communication. Il est donc essentiel pour les apprenants d'une langue de comprendre le contexte dans lequel les différents éléments de vocabulaire sont utilisés afin d'améliorer leurs compétences orales. Un manque de compétence en matière de communication risque également de provoquer des conflits ; l'incapacité à s'exprimer d'une manière qui tienne compte des émotions d'autrui peut entraîner des réactions négatives. Parfois, lorsque l'on parle, on ne tient pas compte du ton ou du registre, ce qui fait que l'autre personne se sent offensée ou irrespectueuse. Lorsque l'on dirige une entreprise, la façon dont on s'exprime peut avoir un impact considérable sur sa réussite.



Les avantages d'une bonne expression orale

La maîtrise de la communication orale dans une langue présente de nombreux avantages. Pouvoir communiquer efficacement dans la langue que vous apprenez offre une sécurité et un confort accrus dans la culture où vous vivez et travaillez, car vous serez en mesure d'interagir avec la communauté locale, de nouer des relations et d'exprimer vos besoins.

Dans le contexte de la vente au détail, une bonne expression orale vous permet d'interagir avec les clients, de travailler en réseau et de mener à bien des transactions commerciales telles que des réunions et des livraisons. Elle permet une communication instantanée avec les clients dans un contexte de face-à-face, ce qui peut entraîner une augmentation des ventes et une réduction des coûts. Dans un contexte conversationnel, la communication orale offre l'avantage d'un retour d'information immédiat de la part de votre interlocuteur. La capacité d'écouter et de répondre rapidement est essentielle pour une communication réussie.

La maîtrise d'une langue, y compris les expressions idiomatiques locales, l'argot et la prononciation, peut également contribuer à renforcer la confiance et la crédibilité dans votre environnement de travail et au sein de votre communauté. Enfin, la communication orale vous permet d'exprimer efficacement vos pensées, sentiments et opinions à vos collègues et clients, et vous aide même à vous orienter dans les interactions difficiles et les conflits avec eux.



Conseils et outils pour améliorer ces compétences

L'amélioration de l'expression orale peut se faire par le biais de plusieurs techniques pratiques, notamment:

- S'enregistrer en train de parler la langue que vous apprenez sur un smartphone et écoutez l'enregistrement pour repérer les erreurs. En cas de doute, consultez un dictionnaire en ligne pour comparer votre prononciation.
- Fréquenter des étudiants en dehors de votre groupe linguistique pour vous forcer à utiliser la langue.
- Se lier d'amitié avec des locuteurs natifs de la langue afin d'améliorer votre niveau de compétence.
- Se familiariser avec la phonologie de la langue, y compris l'usage standard et les dialectes locaux.
- Écouter autant que possible des locuteurs natifs et regarder des émissions, des mini-séries et des films dans la langue afin d'améliorer vos compétences en matière d'écoute et d'expression orale.

Bien que de nombreux apprenants aient déjà rencontré certaines de ces techniques en classe, en tant qu'apprenants indépendants, toutes ces techniques ne sont pas forcément disponibles ou pratiques. Cependant, cela vaut la peine d'envisager d'incorporer certaines d'entre elles dans votre routine d'apprentissage.

Pour que votre apprentissage reste intéressant, assurez-vous d'intégrer une variété d'activités qui changent le rythme. L'une des principales clés de l'acquisition de compétences orales est l'exposition à la langue cible, de sorte que le fait de vous placer dans n'importe quelle situation où la langue cible est utilisée vous aidera à apprendre. Allez dans un centre sportif, écoutez les gens autour de vous et imitez leur discours et leur prononciation. Allez au magasin et écoutez l'employé interagir avec un client, et prêtez attention à son ton.



Les supports audio et audiovisuels tels que Netflix, Spotify et YouTube constituent un outil extrêmement utile pour les apprenants afin d'améliorer leurs compétences en matière d'expression orale. Par exemple, vous pouvez regarder une série dans la langue cible et mettre des sous-titres dans cette langue, ce qui vous permet de commencer à faire des associations entre l'orthographe des mots et leur prononciation. YouTube propose même une fonction permettant de ralentir la vidéo, ce qui vous permet d'écouter attentivement chaque mot. Se plonger dans une série ou écouter de la musique dans votre langue cible est également un excellent moyen d'apprendre l'argot et les accents spécifiques du dialecte utilisé, ce qui vous donne un aperçu de leur culture. La musique a l'avantage supplémentaire de vous rester dans la tête si vous l'appréciez vraiment, ce qui signifie que vous mémorisez des phrases entières dans la langue cible.

En résumé, si vous voulez acquérir une compétence orale dans votre langue cible, n'oubliez pas d'écouter, d'imiter, de pratiquer et de répéter. Il n'y a pas de moyen facile d'améliorer vos compétences en expression orale et cela demande beaucoup d'efforts, mais plus vous vous exposez à la langue cible et essayez d'imiter la façon dont les gens parlent et interagissent, plus il vous sera facile de commencer à vous exprimer naturellement et à communiquer avec succès dans un contexte professionnel.



Compréhension orale

Présentation de la compétence

Définition

La compréhension orale est un « processus au cours duquel l'information est reçue puis transformée en différents types de représentations jusqu'à ce que le sens soit élaboré à l'aide des connaissances générales existantes » (Bishop, 1997 ; Acosta-Rodriguez et al., 2022). Selon Banter Speech & Language, la compréhension du langage oral est parfois appelée « compréhension du langage », « langage réceptif » ou « compréhension orale ».

Imaginez que vous entendiez un client se plaindre d'un meuble cassé. Il dit : « This cupboard is the worst piece of furniture I've ever bought! » (*Cette armoire est le pire meuble que j'aie jamais acheté !*) Lorsque vous entendez un langage parlé, vous suivez le processus de transformation de ce langage en différents types de représentations dans votre cerveau. Par exemple, vous entendrez probablement les plaintes du client, puis vous transformerez ce qu'il a dit en vos propres représentations :

- des représentations de sons de la parole (phonèmes). Par exemple : /pi: : /pi:s/ (piece) ;
- des représentations de mots (lexèmes). Par exemple : le mot « cupboard » ;
- des représentations de la grammaire de la phrase (syntaxe). Par exemple : une phrase sujet-verbe-complément, avec « this cupboard » comme sujet ;
- la connaissance du sens des mots et des relations entre les mots (sémantique) ;
- la connaissance pragmatique, prenant en compte votre connaissance du monde.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Les problèmes de compréhension linguistique peuvent nuire à la qualité de la communication entre les clients et les détaillants. Dans de nombreux cas, le manque de compréhension du message oral dans la langue cible peut conduire à des interprétations erronées du message final. Dans ce cas les individus ne saisissent que des « parties » de



l'information qu'ils entendent, mais pas l'image complète de la situation, ce qui peut parfois conduire à des malentendus plus compliqués.

Les avantages d'une bonne compréhension orale

De bonnes compétences en compréhension orale aident les gens à survivre et à s'épanouir tout au long de leur vie. Plus précisément, les détaillants peuvent bénéficier de bonnes capacités de compréhension, car ils seront en mesure de :

- Interagir avec les clients afin de satisfaire leurs besoins ;
- Comprendre leurs droits et responsabilités juridiques et suivre des instructions raisonnables ;
- Gérer les conflits et les malentendus ;
- Comprendre leurs droits et responsabilités en tant que consommateurs ;
- Afficher et utiliser les réseaux sociaux pour atteindre leur public ;
- Interagir avec les autorités gouvernementales, y compris le système judiciaire ;
- Ne pas se faire exploiter ou escroquer.



Conseils et outils pour améliorer ces compétences

Une personne travaillant dans le secteur du commerce de détail peut être confrontée à de nombreuses difficultés lorsqu'elle doit communiquer dans une deuxième langue (et parfois même dans sa langue natale). Le locuteur, la situation et l'auditeur peuvent tous être à l'origine de ces difficultés. Parmi les facteurs qui y contribuent, citons le baragouinage de l'orateur, les bruits de fond, le manque d'indices visuels (comme au téléphone), le vocabulaire limité de l'auditeur, le manque de connaissance du sujet et l'incapacité à distinguer les sons individuels (British Council, 2015).



Cependant, Jamie Johnson du British Council propose une série de compétences et de stratégies que les détaillants peuvent utiliser pour améliorer leurs compétences d'écoute :

- **Prévoir le contenu**

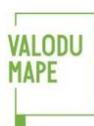
En fonction du secteur d'activité ou du type de services proposés par les entreprises, il est souvent possible de prédire le type de mots et le style de langage qu'utilisera l'interlocuteur. Grâce à votre connaissance du monde, vous pouvez anticiper le type d'informations que vous allez entendre. En outre, lorsque vous anticipez le sujet d'une discussion ou d'une conversation, toute la terminologie pertinente qui a été stockée dans notre cerveau est activée pour nous aider à mieux comprendre ce que vous écoutez.

Exemple : Regardez ou écoutez un programme télévisé enregistré ou un clip sur YouTube. Faites une pause après chaque phrase. Essayez de prédire ce qui va se passer ou ce que l'orateur pourrait dire ensuite.

- **Écouter l'essentiel**

Lorsque vous participez à une conversation, vous pouvez obtenir une vue d'ensemble en prêtant attention à la séquence des informations que vous recevez. En ce sens, vous pouvez rechercher des mots de contenu qui vous aideront à former une image dans votre cerveau, même si vous ne comprenez pas mot à mot.

Exemple : Trouvez une courte vidéo sous-titrée sur un sujet qui vous intéresse. Utilisez le titre pour vous aider à prédire le contenu, puis écoutez les mots du contenu. Revenez en arrière et écoutez à nouveau avec les sous-titres. Qu'avez-vous compris la première fois ? Revenez à la vidéo une semaine plus tard et réessayez.

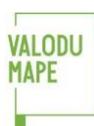


Gestion d'un site web

Présentation de la compétence

Définitions

- **Site web** : « ensemble de pages web accessibles au public, reliées entre elles et partageant un même nom de domaine. Les sites web peuvent être créés et gérés par un individu, un groupe, une entreprise ou une organisation à des fins diverses. » (Margaret Rouse, 2020)
- **Gestion d'un site web** : « ensemble des processus utilisés pour garantir que votre site web est professionnel, à jour et qu'il fonctionne comme prévu. Elle englobe la maintenance générale, la sécurité et le développement à long terme du site web, ainsi que l'organisation de la diffusion du contenu et de la stratégie marketing. » (Ibexa, 2023)
- **Performance web** : « consiste à rendre les sites web rapides, y compris à faire en sorte que les processus lents semblent rapides. » (contributeurs MDN, 2023)
- **Cybersécurité** : « l'art de protéger les réseaux, les appareils et les données contre les accès non autorisés ou les utilisations criminelles, et la pratique consistant à assurer la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des informations. » (CISA, 2021)
- **UX (expérience utilisateur)** : « désigne l'expérience d'un utilisateur lors de l'utilisation d'un site web ou d'une application (cela comprend la sécurité, la performance, l'accessibilité, la conception et d'autres aspects). » (Thinkful, 2023)
- **UI (User Interface)** : « Les éléments interactifs d'un site web ou d'une application, tels que l'écran, l'écran tactile, les sons et le clavier, constituent l'UI. L'utilisateur se sert de ces éléments pour interagir avec le site web. » (Thinkful, 2023)
- **Accessibilité du web** : « Lorsque les sites web et les outils web sont correctement conçus et codés, les personnes handicapées peuvent les utiliser. » (Shawn Lawton Henry, 2022)



Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Les sites web mal gérés peuvent avoir un impact négatif sur les affaires et les processus quotidiens des deux parties - le propriétaire de l'entreprise et le client. De nos jours, alors que les gens utilisent Internet quotidiennement pour leurs affaires et leurs besoins personnels, il est important de créer un site web qui garantisse un environnement convivial afin d'attirer davantage de clients et de les inciter à visiter à nouveau votre site web. Pour qu'une entreprise réussisse, l'expérience de l'utilisateur est l'élément clé. C'est pourquoi cette partie vous présentera les principales erreurs qui font que les clients évitent votre site web :

- Performances (vitesse de chargement ou de non-chargement des pages, performances aux heures de pointe) ;
- Questions de sécurité (absence d'exigences de sécurité telles que des systèmes de vérification (par exemple, CAPTCHA), sécurité des mots de passe (divers caractères, changement de mot de passe)) ;
- Accessibilité (les personnes souffrant de handicaps tels que les déficiences visuelles ou auditives peuvent utiliser votre site web, il est donc utile de penser à l'utilisation d'instructions audio et à l'adaptabilité de l'image/du texte) ;
- La conception est étroitement liée à l'expérience de l'utilisateur, car c'est la première chose que votre client remarquera : éléments superposés (image sur le texte), interactivité (facilité à trouver l'information), vidéos en lecture automatique sans option "pause" ou "arrêt" ;
- La compatibilité avec différents navigateurs web, systèmes d'exploitation et appareils peut être cruciale si l'on sait que de nouvelles mises à jour sont souvent publiées pour répondre aux besoins croissants des clients.

Les avantages d'une bonne gestion d'un site web

Une gestion appropriée du site web vous aidera à :

- Atteindre plus de clients ;





Cofinancé par
l'Union européenne

- Garantir la sécurité de votre site web (accessibilité des données internes uniquement au niveau local) et des informations personnelles de vos clients ;
- Organiser le contenu de votre site web qui sera utilisable à long terme, même si l'équipe d'assistance change. Il facilitera également l'accès des clients à vos services. La règle d'or : rester simple !

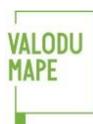
Veillez à ce que votre site web contienne des messages d'erreur clairs et utilisables au cas où le client rencontrerait des problèmes techniques. Il doit savoir ce qu'il doit faire lorsqu'un message d'erreur s'affiche.

Mettez en place des statistiques sur votre site web. Cela vous permettra d'obtenir des informations sur les visiteurs du site web (groupes d'âge/genre/localisation), ainsi que sur les heures de pointe de la fréquentation de votre site web. Vous pourrez ainsi adapter les informations et les publicités sur votre site web.



Conseils et outils pour améliorer ces compétences

- Embauchez un spécialiste pour créer votre site web et en assurer la qualité par la suite vous permettra d'être plus compétent et d'économiser du temps, des ressources et du budget ;
- Envisagez de tester votre site web pour éviter les surprises désagréables et inattendues ;
- Soyez clair sur ce que vous voulez voir sur le site web et sur l'impression que vous voulez donner de votre entreprise ;
- Soignez la conception et l'interactivité de votre page web pour la rendre plus attrayante pour les clients.





Cofinancé par
l'Union européenne

Mauvais exemple d'accessibilité : les couleurs sont mal choisies.

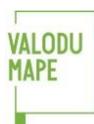


Source photo : capture d'écran du site web Hubspot (A.Fitzgerald, 2022)

Bon exemple de site web : simple, interface intuitive, facile d'usage, accessible et bonne qualité des photos.



Source photo : capture d'écran site web Southern tide media (n.a., 2013)



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

Patience

Présentation de la compétence

Définition

La patience est la capacité d'attendre ou de continuer à faire quelque chose malgré les difficultés, sans se plaindre ni s'énerver. La patience signifie également la capacité à rester concentré sur une activité pendant une longue période. Comme le dit un vieux proverbe : « la patience est le plus beau vêtement que l'on puisse porter ».

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Nous vivons dans un monde où tout va très vite. La culture des longues heures de travail est présentée avec une grande force de persuasion. Nous sommes prêts à sacrifier notre sommeil, notre nourriture et notre temps familial de qualité pour mener une vie apparemment réussie. « Nous glorifions le style de vie, qui consiste à respirer quelque chose, à dormir avec quelque chose, à se réveiller et à travailler dessus toute la journée, puis à aller dormir », explique Anat Lechner, professeur agrégé de gestion à l'université de New York (BBC Worklife, 2021). Nous voulons que les choses se fassent rapidement et sommes de plus en plus impatientes.

Des échelons de carrière sans fin, de nombreuses opportunités de croissance et de réussite météoriques, une peur énorme de l'échec ou de la faillite, une mondialisation qui est censée faire de nous des gagnants, et une pression constante renforcée par les réseaux sociaux, tous ces facteurs ont un impact majeur sur la vie des hommes. Les travailleurs les plus loyaux considèrent l'épuisement comme un marqueur clair de la réussite, et ils sont très susceptibles de souffrir d'épuisement professionnel.

De nos jours, nous avons fortement tendance à oublier que « les arbres lents à pousser portent les meilleurs fruits ». C'est pourquoi la patience ne doit pas être confondue avec



l'ignorance et l'incapacité à voir que l'intensification du travail et le stress chronique pèsent lourdement sur la santé.

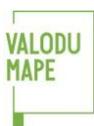
Les principaux aspects négatifs de l'impatience sont les suivants :

- **Le malaise et l'insatisfaction croissante** : si vous vous concentrez davantage sur vos échecs, vos erreurs ou votre lenteur, vous risquez de perdre facilement la vue d'ensemble.
- **L'incapacité à voir le succès** : l'impatience vous pousse à vous précipiter d'une tâche à l'autre. Il est bon de viser haut, mais oublier d'apprécier pleinement le travail accompli peut facilement causer de la frustration et des larmes de déception.
- **Le manque de motivation** : l'impatience vous donne l'impression d'être dépassé. Parfois, il n'y a pas de bonne voie à suivre. Il suffit de rester calme et de persévérer. Vous verrez alors où les choses vous mèneront. Si vous ne pouvez pas attendre, vous risquez de perdre votre motivation. Vous vous découragez beaucoup trop tôt.
- **Des relations détruites** : l'impatience peut facilement détruire les relations. Les exigences élevées, l'irritation et l'attitude négative sont toxiques pour les personnes qui nous entourent. Le manque de patience nous rend solitaire.

Les avantages de la patience

La patience peut facilement transformer votre potentiel. Grâce à une approche réfléchie et à la persévérance, vous parviendrez à atteindre le sommet. Les personnes patientes sont réputées pour leur persévérance. Examinons les principaux aspects positifs de la patience :

- **Bien-être mental et physique** : la patience vous aidera à attendre calmement face à la frustration et à l'adversité. Les émotions négatives peuvent être aussi toxiques que le fait de fumer. La patience vous protégera de la fronde et des flèches du stress.
- **Votre travail est à la fois louable et durable** : les personnes patientes sont plus susceptibles de se concentrer sur des stratégies à long terme. Elles ne veulent pas réduire leur efficacité professionnelle, se sentir déshumanisées ou épuisées sur le plan émotionnel. Elles savent comment répartir leur temps et leur énergie.



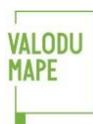


- **La patience fait ressortir ce qu'il y a de meilleur en nous** : Michael Jordan a raté plus de 9 000 tirs. S'il n'avait pas été patient, il n'aurait pas mené les Chicago Bulls à six championnats de la NBA et n'aurait pas remporté cinq fois le prix du joueur le plus utile.



Conseils et outils pour être plus patient

- **Faites preuve d'imagination** : une étude réalisée en 2017 a établi un lien entre l'imagination et la patience et nos structures cérébrales. Les scientifiques à l'origine de l'expérience pensent que c'est parce que lorsque nous essayons d'être patients, nous visualisons ou imaginons les meilleurs résultats qui se produiront si nous attendons (Pamela Tom, 2017).
- **Pratiquez l'optimisme intentionnel** : des études ont montré que si vous êtes capable de vous sentir bien à propos de ce qui se passera si vous attendez quelque chose, vous serez beaucoup plus enclin à l'attendre (Pablo Usán Supervía & Carlos Salavera Bordás, 2020 et Shawn Achor & Michelle Gielan, 2020).
- **Développez de l'empathie envers les personnes difficiles** : dans le monde des affaires, il est essentiel de se rappeler que le succès n'arrive pas du jour au lendemain. Nous devons entretenir nos relations avec nos collègues et nos clients. La patience a le pouvoir de transformer les relations.

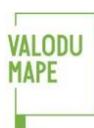




Cofinancé par
l'Union européenne

Exemple : Imaginez que vous avez affaire à un client difficile qui refuse de respecter les règles. Vous pouvez voir les signes évidents d'interruption, de reproches et d'exagération. Dans cette situation, vous pouvez toujours dire : « Je ne devrais passer que 10 ou 20 minutes avec cette personne, elle devra se supporter toute sa vie ». Cette attitude peut vous aider considérablement.

Il y a plus d'un siècle, Mark Twain faisait le bilan de sa vie et écrivait ceci : « Il n'y a pas de temps, tant la vie est brève, pour les chamailleries, les excuses, les aigreurs d'estomac, les demandes de comptes. Il n'y a que le temps d'aimer, et un instant, pour ainsi dire, pour le faire ».



Sensibilité culturelle et éthique

Présentation de la compétence

Définition

Les détaillants qui souhaitent ouvrir leur commerce à l'international peuvent être confrontés à une série d'obstacles tels que les problèmes linguistiques, le manque de financement, les conseils juridiques, etc. Toutefois, les différences culturelles peuvent constituer un obstacle supplémentaire dans ce processus d'expansion vers de nouveaux marchés.

La sensibilité culturelle est la prise de conscience des facteurs culturels spécifiques qui peuvent influencer la recherche. Pour les marques, cela signifie que les équipes de marketing doivent être conscientes des nuances culturelles locales et développer des messages appropriés qui interpellent leur public cible.

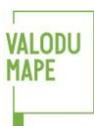
« Les marques qui souhaitent réellement s'engager auprès des consommateurs sur les marchés étrangers doivent offrir un lien plus pertinent sur le plan culturel avec leur public. » C'est ce qui ressort d'une étude commandée par le CMO Council, qui s'est penchée sur la manière dont les marques mondiales prospères (dont PepsiCo, Visa et Johnson & Johnson) utilisent la sensibilité culturelle pour se démarquer, ajouter de la valeur à leur marque et rester pertinentes aux yeux de leurs clients internationaux.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Ne pas être en mesure de comprendre les besoins culturels d'une clientèle spécifique sur un nouveau marché peut avoir un impact négatif sur la façon dont votre produit ou service est reçu. Vous pouvez perdre beaucoup de clients si vous n'êtes pas conscient de la manière dont votre service s'adapte aux spécificités culturelles. Par exemple, l'individualisme et la masculinité peuvent avoir des effets négatifs sur la sensibilité éthique.

Les problèmes éthiques dans le secteur de la vente au détail comprennent (UK Essay, 2018) :

- Les publicités trompeuses, les promotions mensongères et les fausses déclarations sur les produits ;



- L'appât et l'échange, la fraude fiscale, le traitement des clients, le respect des garanties ;
- La diversité des employés, la discrimination, la loyauté et le traitement des employés, l'emploi de personnes handicapées ;
- Les conditions de travail, pots-de-vin pour l'obtention de contrats, problèmes de sous-traitance, y compris le travail des enfants, et les pratiques commerciales des entreprises d'approvisionnement.

Par exemple, dans le cas d'une publicité trompeuse dans laquelle une entreprise fait directement ou indirectement de fausses déclarations sur ses produits ou services dans un sens positif qui s'avèrent ne pas être tels que décrits ou annoncés, les clients risquent de ne plus revenir vers cette entreprise. Dans le pire des cas, les clients peuvent choisir de dénoncer l'entreprise légalement ou de s'adresser aux médias.

De la même manière, un mauvais traitement des clients peut gravement nuire à la réputation de votre entreprise en raison du bouche-à-oreille. Cette déception et la méfiance des clients et des employés peuvent entraîner une perte de clients, de revenus et de viabilité à long terme.

D'autre part, l'exode du personnel, les taux de rotation élevés et la perte de moral des employés peuvent donner une impression négative de l'entreprise en raison de l'atmosphère désagréable créée par les employés qui peuvent être confrontés à l'épuisement professionnel.

Les avantages d'une sensibilité culturelle et éthique

Fournir un service client de qualité à travers de nombreuses cultures nécessite une solide compréhension de ce que les différentes cultures considèrent comme un comportement approprié. En ce sens, une formation à la sensibilité culturelle et éthique vous aidera à comprendre les obstacles qui affectent les relations avec les clients et à améliorer la communication avec ces derniers. Par conséquent, votre entreprise s'adaptera aux



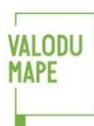
consommateurs modernes du XXI^e siècle qui vivent de manière plus diversifiée et nuancée, laissant de côté les rôles traditionnels du passé.

L'application de la sensibilité culturelle à votre stratégie de marketing au sens large vous permettra de commercialiser efficacement vos produits dans de nouveaux territoires, de tirer parti de votre marque face à des concurrents étrangers et d'encourager la fidélité à la marque auprès des clients locaux.

Conseils pour améliorer ces compétences

- **Méfiez-vous des stéréotypes de genre**

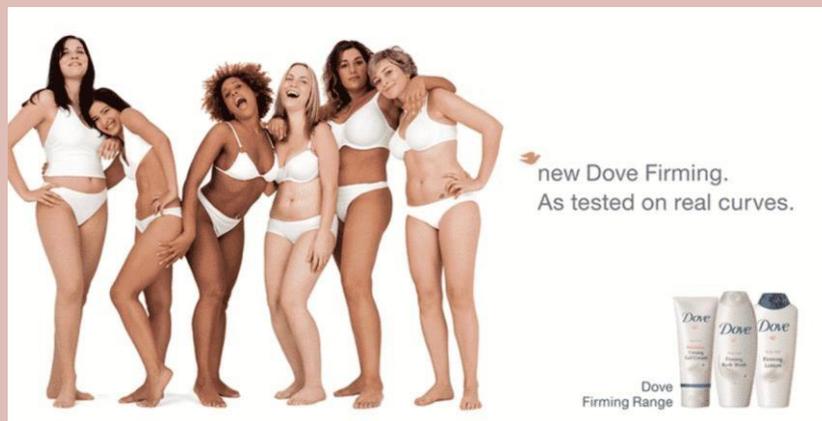
Si vous voulez que votre entreprise s'éloigne des stéréotypes de genre, vous devez réfléchir à la manière dont vos marques, produits ou services présentent les hommes, les femmes et les enfants. Sur les marchés occidentaux et dans le domaine du commerce électronique, on préfère une approche marketing plus neutre, comme c'est le cas en Suède, en Australie et aux Pays-Bas.





Exemple : En 2004, Dove a lancé sa « Campagne pour une vraie beauté » afin de célébrer le body positivisme. La campagne initiale s'est appuyée sur une image représentant un groupe de femmes de différentes morphologies et de différents teints de peau en sous-vêtements (aucune d'entre elles n'étant un mannequin professionnel).

De même, une nouvelle campagne d'athlétisme d'ASOS intitulée « More Reasons to Move » (Plus de raisons de bouger) mettait en scène des femmes prenant les devants dans des sports habituellement associés aux hommes, notamment le football et la boxe.



Source : [Effie](#)

- **Faites attention aux mots, aux images et aux imprimés graphiques**

Lorsque vous choisissez des mots ou des images pour votre image de marque, vous devez vous assurer qu'ils n'offensent pas les clients internationaux. Certains mots d'argot peuvent être difficiles à interpréter dans d'autres langues. De même, les images controversées, les symboles religieux ou l'iconographie peuvent véhiculer des significations que vous n'avez peut-être pas voulues.

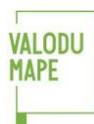


Cofinancé par
l'Union européenne

Exemple : Le détaillant américain Gap a récemment dû présenter ses excuses après avoir commercialisé un tee-shirt représentant une carte erronée de la Chine. Les excuses ont été annoncées après qu'un commentaire a fait surface sur les réseaux sociaux, affirmant que des territoires revendiqués par la Chine, notamment le sud du Tibet, l'île de Taïwan et la mer de Chine méridionale, avaient été omis sur la carte.



Source : [The Guardian](#)



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

La résolution de problèmes

Présentation de la compétence

Définition

La résolution de problèmes est une compétence importante à avoir lorsqu'il s'agit de gérer des situations inattendues ou des défis difficiles au travail. Réfléchir de manière approfondie à un problème, identifier les potentielles options de résolution et choisir la meilleure sont des aspects essentiels à tous les niveaux dans de nombreuses carrières. La bonne question est de savoir si nous naissons avec ces compétences ou si elles peuvent être développées plus tard dans la vie.

Il ne fait aucun doute que les compétences non techniques (soft skills) sont davantage basées sur la personnalité. Toutefois, de nombreuses études de recherche donnent des indications sur la manière de changer nos habitudes. Il existe des preuves solides que les compétences non techniques les plus précieuses, telles que l'écoute active, la prise de décision et l'esprit d'équipe, peuvent devenir une partie intrinsèque de la nature même de l'adulte grâce à des programmes de formation efficaces et à une pratique constante (Radhika Kapur, 2020).

Les principales compétences en matière de résolution de problèmes sont : l'écoute active, la créativité, la communication, l'analyse, la gestion du temps, la prise de décision et l'esprit d'équipe.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

Le manque de compétences en matière de résolution de problèmes peut facilement saper le moral, la loyauté et la productivité des employés. La recherche montre que de nombreuses entreprises ne parviennent pas à atteindre leur plein potentiel parce qu'elles ne savent pas comment effectuer une analyse approfondie des résultats ou de la situation économique

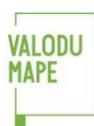


actuelle, qu'elles ne comprennent pas les principes de base du processus de prise de décision et qu'elles n'encouragent pas la créativité.

La cause la plus fréquente de l'incapacité à résoudre efficacement les problèmes est le **manque de capacité à l'identifier**. Si vous ne voyez pas clairement ce qui se passe autour de vous, vous ne pouvez pas trouver la solution. Si vous êtes trop concentré sur les petits détails, vous ne voyez pas la situation dans son ensemble (Maximo V., Jr. & Dela Cruz, 2022).

Les principaux aspects négatifs du manque de compétences en matière de résolution de problèmes sont les suivants :

- **L'incapacité à trouver les causes du problème ou à mener des recherches** : si vous n'êtes pas en mesure d'analyser un problème ou d'en mesurer l'ampleur, vous pourriez être tenté de vous lancer rapidement dans la recherche de solutions. La solution trouvée peut facilement être inefficace, et vous risquez de perdre un temps et des efforts précieux.
- **Ne pas savoir comment élaborer un plan d'action ou une stratégie d'exécution** : plus le problème est complexe, plus il faut prendre de mesures pour le résoudre. Votre incapacité à déterminer le temps dont vous disposez et les délais à respecter peut facilement être source d'échec et de frustration.
- **Le manque d'approche créative** : la créativité englobe un large éventail de compétences. L'erreur la plus courante est de penser que la créativité consiste à devenir un artiste, un poète ou un musicien. En fait, c'est plutôt un état d'alerte aux détails.
- **Incapacité à communiquer** : on a tendance à oublier la différence entre l'écoute active et l'écoute passive. Nous envoyons des messages selon nos propres filtres, nous interprétons mal les mots et oublions que la communication est une voie à double sens. Cela peut conduire à la confusion, à l'animosité et à l'incompréhension (Katherine Hampsten, 2019).



Les avantages de la maîtrise de résolution de problème

Plus nous développons notre compétence en matière de résolution de problèmes, plus nous sommes à même de trouver des solutions efficaces et pratiques. Il est toujours bon de décomposer un problème, de creuser un peu plus pour en trouver la cause réelle, de réfléchir aux solutions possibles et d'esquisser le plan d'action le plus efficace (Oxford Royale, 2020).

L'environnement professionnel dans lequel nous travaillons évolue très rapidement. Les solutions et les approches qui étaient efficaces il y a quelques années ne le sont donc plus forcément aujourd'hui. De nombreux programmes de développement sont devenus obsolètes parce qu'ils étaient basés sur les modèles de réussite d'un monde qui était, et non d'un monde qui est ou qui vient (Roselinde Torres, 2019).

Les principaux aspects positifs de la compétence en matière de résolution de problèmes sont les suivants :

- **Augmentation de la productivité** : savoir comment aborder un problème stimulera votre productivité et votre croissance. Vous verrez clairement comment allouer et utiliser les ressources de manière pertinente.
- **La capacité à identifier les causes profondes du problème** : cette compétence vous aidera à ne pas répéter les mêmes erreurs. Vous pourrez ainsi vous attaquer au problème et ne pas vous contenter de masquer les symptômes.
- **Une meilleure communication** : nous aimons les personnes qui savent écouter. Il ne fait aucun doute que nous sentons qu'elles sont impliquées et engagées dans ce que dit l'autre personne. Elles posent des questions, recueillent des informations, réfléchissent.



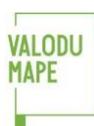
Conseils et outils pour améliorer cette compétence

- **Développez l'empathie** : elle vous aidera à comprendre le point de vue des autres. Grâce à une approche empathique, vous comprendrez vos collègues et vos clients.
- **Pratiquez la persévérance**: plus vous résoudrez de problèmes, mieux vous saurez trouver les bonnes solutions. Avec l'expérience, vous deviendrez de plus en plus efficace.
- **Demandez de l'aide** : si vous êtes dans une impasse, trouvez quelqu'un ayant un niveau d'expertise plus élevé. Vous trouverez peut-être une solution à laquelle vous n'aviez jamais pensé.

Exemple : Imaginez que vous ayez à traiter avec un client qui a mal compris le représentant commercial. Le client irrité insiste pour payer beaucoup moins cher et veut que vous baissiez le prix. Que feriez-vous ?

La première chose à faire est de vous excuser pour la confusion et d'en parler à l'équipe de facturation ou à votre responsable. Vous faites ainsi preuve d'empathie et demandez l'aide de vos collègues.

L'étape suivante pourrait consister à proposer une offre de réduction à long terme. Le client sera satisfait de la tarification et vous le reverrez dans votre magasin dans un avenir proche.



Compréhension écrite

Présentation de la compétence

Définition

La compréhension écrite signifie comprendre et interpréter ce que vous lisez. Il s'agit d'une capacité à décoder un texte écrit et différentes structures linguistiques et d'être capable de se les représenter et/ou de les utiliser.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

De nos jours, il est très important d'améliorer sa compétence en compréhension écrite, non seulement dans le sens de l'alphabétisation, mais aussi de la pensée critique, car nous sommes à l'ère numérique où la plupart des communications quotidiennes se déroulent dans un environnement en ligne. Vous devez donc vous exprimer clairement, en particulier lorsque vous publiez quelque chose sur les réseaux sociaux, où vous pouvez être confronté à une limite de caractères. Ce qui signifie que l'idée doit être bien conçue pour éviter les malentendus et la désinformation. Il faut également tenir compte des particularités culturelles, par exemple l'anglais utilisé au Royaume-Uni et l'anglais utilisé aux États-Unis ou, par exemple, en Australie - attention, vous pourriez trouver de faux amis - des mots et des expressions qui se ressemblent mais qui ont une autre signification et qui pourraient vous mettre dans une situation difficile si vous ne tenez pas compte des différences culturelles. De même, dans un environnement professionnel, les abréviations spécifiques à un domaine peuvent constituer un défi, ce qui est également un élément linguistique important à garder à l'esprit.

Pour conclure cette partie, voici les principaux problèmes auxquels vous pourriez être confronté :

- Les abréviations ;
- Les malentendus et situations ambiguës ;



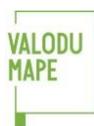


- Les idées exprimées de manière imprécise ;
- La désinformation ;
- La méconnaissance des différences culturelles ;
- Les « faux amis » dans la langue cible ;
- L'absence de contexte ;
- Les confusions lors de résolution de problèmes.

Les avantages d'une bonne compréhension écrite

Si l'on pense à l'apprentissage des langues, il y a plusieurs avantages à prêter attention à la compréhension écrite, par exemple (Dorothy Brandon, 2021) :

- **La prévisibilité** : vous pouvez prédire le contenu en fonction de la couverture, du premier paragraphe ou du titre, ce qui vous permet, ainsi qu'à l'enseignant, de comprendre certains concepts clés et le vocabulaire que vous connaissez déjà, ainsi que les aspects qui pourraient être améliorés.
- **Les connaissances préalables** : au cours du processus de lecture, vous renforcez les connaissances déjà existantes et apprenez de nouvelles constructions linguistiques et fonctions dans la langue cible. Vous remarquez également certaines particularités d'écriture et vous pensez à la prononciation. Il s'agit d'une acquisition dite inconsciente. La lecture vous apporte beaucoup de connaissances et vous permet d'explorer la langue cible à votre propre rythme, sur la base de votre expérience et de vos connaissances, et de vous plonger dans les détails qui, autrement, vous échapperaient parfois.
- **La visualisation** : lorsque vous lisez un texte, vous ne lisez pas seulement des mots et des lettres, mais votre cerveau assemble ces mots en fonction du contexte et crée une image visuelle qui vous permet de mieux comprendre le contenu. Bien sûr, il existe des exceptions et des handicaps différents dont il faut tenir compte, mais la visualisation individualise le contenu écrit. En outre, la visualisation est basée sur votre expérience et vos connaissances antérieures, mais elle vous permet de mieux comprendre les différentes structures linguistiques.





Conseils et outils pour améliorer ces compétences

- Si vous êtes débutant, commencez par des textes plus petits et prenez de préférence des notes pendant la lecture ;
- Si possible, choisissez des textes plus visuels. Les images, les couleurs, les infographies et autres stimuli visuels peuvent vous encourager et vous attirer davantage dans le processus de lecture et vous aider à mieux comprendre le contexte. Les livres d'images et les bandes dessinées ne feront pas trop travailler votre imagination, ce qui vous permettra de vous concentrer sur la partie linguistique ;
- Créez votre propre vocabulaire et catégorisez-le en fonction de ce qui vous aide à percevoir l'information plus profondément. Individualisez-le.
- Allez-y pas à pas et ne vous découragez pas en constatant qu'il vous faut plus de temps pour comprendre les textes écrits. Commencez par un niveau basé sur vos connaissances, au lieu de prendre le livre le plus épais dans son édition originale parce que vous avez toujours voulu le lire dans la langue originale. Les éditions diffèrent et la langue utilisée peut être dépassée et difficile à comprendre.
- N'oubliez pas que la langue écrite diffère de la langue parlée. La langue écrite est plus souvent basée sur la langue littéraire, tandis que la langue parlée a ses règles de conversation et ses exceptions, sans parler du fait que la prononciation n'est pas la même que celle des mots écrits. Par ailleurs, si nous parlons de l'utilisation professionnelle de la langue, la langue commerciale diffère de la langue littéraire par ses structures linguistiques, sa terminologie spécifique et ses structures grammaticales.



Cofinancé par
l'Union européenne

- Pour l'acquisition du vocabulaire du commerce de détail, vous pouvez explorer les boutiques en ligne existantes avec des textes et images descriptifs. Cela vous aidera également à prendre conscience des meilleures pratiques et des choses à éviter pour votre propre entreprise.



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

Techniques de vente

Présentation de la compétence

Cette compétence induit les capacités suivantes :

- Confiance en soi
- Capacité de vente
- Clarté
- Orientation client
- Précision
- Préparation

Définition

Le « pitching », ou technique de vente, est la stratégie qui consiste à présenter son produit avec des arguments originaux, clairs et convaincants. On peut donc dire que le pitching est une méthode de communication de votre idée de manière attrayante afin de toujours obtenir un oui ! L'idée derrière une stratégie de pitching efficace est de mettre en valeur en peu de temps votre idée de produit en fournissant une série d'informations clés à son sujet. Pour ce faire, voici quelques actions clés à entreprendre :

- **Décrivez clairement** votre produit ou service de manière simple et attrayante.
- **Soyez confiant** : utilisez un ton de voix qui montre que vous croyez en votre idée et que ceux qui vous écoutent devraient en faire autant.
- **Allez à l'essentiel** : votre message principal doit être clair dès les premières minutes de votre présentation.
- **Soyez centré sur le client** : montrez aux clients que vous vous souciez d'eux et que votre produit est fait pour eux !
- **Mettez en avant vos points forts**, la raison pour laquelle vous êtes différent de vos concurrents et pourquoi vous choisir.
- **Soyez concis** : vous devez attirer l'attention de votre public pour faire passer votre message.





- **Mettez l'accent sur les avantages** de votre service, montrez que vous avez ce dont votre public a besoin d'une manière innovante.
- **Soyez pragmatique et précis**, donnez un exemple réaliste de votre solution.

Ce qu'il peut se passer si on ne l'utilise pas

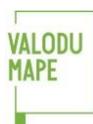
Nous venons de voir quelles sont les actions essentielles à entreprendre pour disposer d'une technique de vente qui peut conduire votre modèle d'entreprise à être gagnant dans le temps mais... que se passe-t-il lorsque vous ne les avez pas ? Afin de mieux promouvoir votre entreprise et ce que vous offrez, il est également important de comprendre ce qu'il ne faut pas faire, afin de garantir le meilleur succès possible. Voici donc quelques actions à éviter :

- **Discréditer vos concurrents** : cela vous donnera une image négative auprès de vos clients ;
- **Ne pas être sûr de votre plan d'action** : cela peut donner l'impression que vous n'êtes pas totalement engagé et que vous êtes sceptique à l'égard de votre proposition ;
- **Ne pas fournir d'informations**, de données ou d'études documentaires solides sur les besoins du marché ;
- **Manquer de clarté** sur ce que vous offrez et sur ce qui vous distingue sur le marché ;
- **N'accorder que peu d'attention et d'efforts** à votre présentation : le client ne se sentira pas impliqué !

Les avantages d'une bonne maîtrise des techniques de vente

Nous allons maintenant lister les principaux avantages d'une technique de vente efficace. Bien que ce soit certainement déjà très clair pour vous, rafraîchissons votre mémoire en énumérant les principaux avantages d'une technique de vente efficace :

- Atteindre votre public avec une présentation brève et claire ;
- Obtenir une vue d'ensemble des besoins individuels et de la manière d'y répondre ;
- Démontrer que vous souhaitez établir ou maintenir une relation directe avec les clients, basée sur la confiance et le sérieux de la proposition ;



- Inspirer la loyauté au sein de votre public cible ;
- Attirer l'attention sur votre idée de produit d'une manière accrocheuse et innovante.



Conseils et outils pour améliorer ces compétences

N'oubliez pas que votre capacité à présenter un argumentaire efficace a un impact significatif sur votre succès et que votre auditeur est au centre de votre histoire. Vous lui offrez **LE** service dont il a besoin. En tant qu'entrepreneur, vous devez savoir comment attirer (ou garder) vos clients et instaurer la confiance. Pour ce faire, vous devez démontrer que votre premier objectif est de les aider (et non de vendre) et c'est ainsi que vous les fidéliserez. Rappelez-vous : conserver ses clients dans la durée est une force ! Pour ce faire, vous devez :

- Vous adresser à de nouveaux clients potentiels en décrivant comment vous allez les aider
- Conserver les clients que vous avez déjà en leur proposant des codes de réduction et des promotions.

Exemple : Utilisez le storytelling pour retenir l'attention de ceux qui vous écoutent lorsque vous proposez votre idée. Faites part de votre passion lors de votre présentation, et utilisez un cadre temporel dans lequel un client hypothétique trouve la solution à ses besoins directement dans votre entreprise. De cette manière, le futur client peut s'identifier à l'histoire décrite et votre client habituel se sentira représenté.

En outre, n'oubliez pas l'importance d'utiliser des outils qui peuvent vous aider à mieux promouvoir votre commerce et à développer au fil du temps votre idée commerciale, tels que :

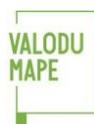




Cofinancé par
l'Union européenne

- des infographies et des vidéos montrant des données, décrivant votre produit et attirant l'attention (n'utilisez pas de polices de petite taille ou difficiles à lire) ;
- des couleurs, des images et des formes qui reflètent l'identité visuelle de votre commerce ;
- des sessions de questions-réponses ou des boîtes de questions-réponses, offrant un espace pour une relation directe avec les demandes des consommateurs ;
- les bons canaux de promotion et les bonnes plateformes pour tirer le meilleur parti de votre contenu numérique.

Enfin, n'oubliez pas que les présentations graphiques et visuelles sont utiles pour donner de la consistance à votre idée et vous soutenir, mais que votre ton, vos mots et votre passion feront la différence.



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

Conclusion

Toutes les compétences que vous venez d'acquérir, la connaissance du vocabulaire dans la langue cible, l'utilisation des réseaux sociaux, la maîtrise de l'expression orale dans la langue cible, la compréhension orale dans la langue cible, la gestion efficace d'un site web, la patience, la sensibilité culturelle et éthique, la capacité à résoudre des problèmes, la compréhension écrite dans la langue cible, les techniques de présentation efficaces, sont les dix compétences les plus importantes que vous pouvez acquérir pour améliorer votre commerce de détail et le développer à l'échelle internationale. Toutes ces compétences sont complémentaires et interconnectées. Vous aurez besoin de ces compétences au quotidien pendant votre temps de travail, et certaines d'entre elles peuvent même être utiles dans votre vie personnelle.

Ce guide n'est pas exhaustif et présente chaque compétence une par une afin de vous familiariser avec elles. Il fournit un minimum d'informations, afin que vous vous appreniez à les connaître et que vous compreniez le contexte dans lequel elles peuvent être utiles. Ce n'est qu'un petit catalogue pour commencer. Maintenant que vous connaissez mieux les compétences les plus importantes pour développer le commerce de détail au niveau international, vous pouvez essayer de les mettre en pratique dans votre vie professionnelle quotidienne.

Ne vous mettez pas trop la pression. Procédez par étapes et donnez la priorité aux compétences que vous voulez développer en premier. Peut-être que si vous êtes déjà bon en langues, et que vous avez eu des problèmes avec des clients désagréables sans savoir comment réagir, vous pouvez vous concentrer sur les compétences de résolution de problèmes. Vous possédez certainement déjà de nombreuses compétences grâce à votre expérience.

Gardez en tête que vous ne développerez pas vos compétences simplement en lisant ce guide, mais vous aurez une vision claire de ce dont vous avez besoin et de ce que vous avez



déjà acquis par le passé. Vous pouvez commencer par garder à l'esprit les compétences que vous souhaitez développer chaque fois que vous vous sentez bloqué ou que vous êtes confronté à un problème dans votre entreprise et réfléchir à la manière dont elles pourraient vous être utiles dans cette situation. Ensuite, vous passerez à l'action. Ce ne sera pas parfait du premier coup, mais cela viendra avec la répétition.

Si vous souhaitez développer l'une des compétences présentées dans ce guide, n'hésitez pas à vous inscrire à nos cours de micro apprentissage [ici](#) :

Ce cours est gratuit, et le micro apprentissage vous permet de le faire à votre rythme, petit à petit, quand vous en avez le temps. Vous aurez accès à un cours par compétence, chacun divisé en plusieurs unités d'environ 10 minutes. Dans chaque unité, il y a des exemples, une petite vidéo explicative sous-titrée, et un petit exercice pour mieux vous souvenir de ce que vous avez appris. Chaque cours est en anglais pour vous permettre d'améliorer vos compétences linguistiques en même temps.

Si vous souhaitez plus d'informations, vous pouvez consulter le site web du projet [ici](#).



Bibliographie

Références

- Anuradha K., Tavade D., Chandrashekhar S. (2021), An Analysis on Different Techniques Used in Recommender System of E-commerce.
http://ijrtmr.com/assets/pdf/archives/1631861685_039b5c660c1d31027dfd.pdf
- Bachman, L. (1990). *Fundamental Considerations in Language Testing*. Oxford UK: Oxford University Press
- Dorf S. (2018), 7 Essential Presentation Skills For Investor Pitching
<https://magazine.startus.cc/7-essential-presentation-skills-for-investor-pitching/>
- Dunsmore, L., (2020). *Why is Teaching Vocabulary so Important?*. 17 January, 2020. Available at: <https://www.teflcourse.net/blog/why-is-teaching-vocabulary-so-important-ittt-tefl-blog/>. (Accessed: 10 January 2023).
- Faraj, Avan Kamal Aziz. (2015) *Effective Strategies for Turning Receptive Vocabulary into Productive Vocabulary in EFL Context*. Journal of Education and Practice, v6 n27 p10-19 2015. Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1077387.pdf>. (Accessed: 10 January 2023)
- Garbati, J.F., and Mady, C.J., (2015). *Oral Skill Development in Second Languages: A Review in Search of Best Practices*. Theory and Practice in Language Studies, Vol.5, No.9, pp. 1763-1770, doi: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0509.01> (Accessed: 10 January 2023).
- Geethu Maria Mathew (2015), How to Pitch eCommerce Business.
<https://webandcrafts.com/blog/how-to-pitch-ecommerce-business/>
- How do you test and refine your pitch deck based on feedback and results?
<https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-test-refine-your-pitch-deck-based-feedback>





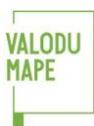
- Lessard-Clouston, M. (2013) *Teaching Vocabulary*. Available at: https://www.tesol.org/docs/books/bk_ELTD_Vocabulary_974. (Accessed: 10 January 2023).
- Levy J., (2017) 6 Pitching Tips to Impress Any Audience. <https://www.inc.com/jon-levy/6-pitching-tips-to-impress-any-audience.html>
- McKeown, M., (2019). *Effective Vocabulary Instruction Fosters Knowing Words, Using Words, and Understanding How Words Work*. Available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31600467/>. (Accessed: 10 January 2023).
- Mokhtar, A et al., (2010) *Vocabulary Knowledge of Adult ESL Learners*. English Language Teaching.
- Okey-Kalu, O., (2018). *Developing Oral Proficiency in Second Language Learning: Importance, Barriers and Solutions*. Ebonyl Journal of Language and Literacy Studies. Vol. 1, No. 2: pp. 175-185. Available at: http://www.ejlls.com/uploads/722570_1529801559.pdf. (Accessed: 10 January 2023).
- Panchal Kunjal (2016), 8 tips on how to pitch your ecommerce business. <https://ventureburn.com/2016/08/8-tips-pitch-ecommerce-business/>
- PDST. (2014). *Five Components of Effective Oral Language Instruction*. Dublin, Eire: PDST. Available at: <https://pdst.ie/sites/default/files/Oral%20Language%20Booklet%20PDF.pdf> (Accessed: 10 January 2023).
- Press Books (2023). *Language Proficiency and Communicative Competence*. <https://opentext.wsu.edu/planning-meaningful-instruction-for-ells/chapter/chapter-2-language-proficiency-and-communicative-competence/> (Accessed: 10 January 2023).
- Sazzini L., (n.d.) Le regole d'oro per un pitch di successo: come presentare la propria start up agli imprenditori? <https://mybestinvest.it/blog/crowdfunding/intervista-eugenio-cesari-cfo-di-mybestinvest/>
- The Bell Foundation (2023). *Great Idea: Building Vocabulary*. Available at: <https://www.bell-foundation.org.uk/eal-programme/guidance/effective-teaching-of-eal-learners/great-ideas/introducing-new-vocabulary/> (Accessed: 10 January 2023).
- Tombok K., (2023), How to Make a Successful Business Pitch: 9 Tips From Experts, <https://piktochart.com/blog/business->





[pitch/#:~:text=A%20business%20pitch%20is%20a,who%20will%20support%20your%20idea](#)

- B. Bathelot (17 November 2017). "Social media management". *Definitions Marketing*. <https://www.definitions-marketing.com/definition/social-media-management/>
- L'École française (2023). "En quoi consiste le marketing des réseaux sociaux". <https://lecolefrancaise.fr/en-quoi-consiste-le-marketing-des-reseaux-sociaux/>
- C. Alonzp de Revel (13 June 2016). "10 raisons d'utiliser les médias sociaux pour les entreprises". *Hootsuite*. <https://blog.hootsuite.com/fr/10-raisons-dutiliser-les-medias-sociaux-pour-les-entreprises/>
- P. Birbès (13 January 2023). "Quel réseau social choisir pour développer son entreprise?". *France Num*. <https://www.francenum.gouv.fr/guides-et-conseils/communication-et-publicite/reseaux-sociaux/quel-reseau-social-choisir-pour>
- Académie de Versailles (2023). "L'utilisation des réseaux sociaux dans l'entreprise". *Centre de Ressources en Économie-Gestion*. <https://creg.ac-versailles.fr/l-utilisation-des-reseaux-sociaux-dans-l-entreprise>
- Ernst-Slavit, G & Egbert, J. (2023). *Planning Meaningful Instruction for ELLS*. <https://opentext.wsu.edu/planning-meaningful-instruction-for-ells/chapter/chapter-2-language-proficiency-and-communicative-competence/> (Accessed: 10 January 2023).
- Acosta-Rodriguez, V.M., Ramírez-Santana, G.M. & Hernández-Expósito, S. (2022), Intervention for oral language comprehension skills in preschoolers with developmental language disorder. *International Journal of Language and Communication Disorders*. 57: 90-102. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1460-6984.12676>
- Ahmed, R. (2015). Five essential listening skills for English learners. British Council
- <https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/five-essential-listening-skills-english-learners>
- Kinnane, D. (n.d.). Oral language comprehension: what is it? A plain English explainer. Banter Speech. <https://www.banterspeech.com.au/oral-language-comprehension-what-is-it-a-plain-english-explainer/#:~:text=Oral%20language%20comprehension%20is%20a,%E2%80%93%20see%20full%20citation%20below>)





Cofinancé par
l'Union européenne

- Macmillan Dictionary (n.d.). Piece. In Macmillan Education Limited 2009–2023.
https://www.macmillandictionary.com/pronunciation/british/piece_1
- Margaret Rouse (2020, August 12). *Website*.
<https://www.techopedia.com/definition/5411/website>
- Ibexa DXP (2023). *What is website management?*
<https://www.ibexa.co/products/capabilities/what-is-website-management#:~:text=Website%20management%20is%20the%20collection,content%20delivery%20and%20marketing%20strategy>
- Thinkful (2023). *Web development terms*. <https://www.thinkful.com/blog/web-development-terms/>
- CISA (2021, February 1). *What is cybersecurity?*
<https://www.cisa.gov/uscert/ncas/tips/ST04-001>
- MDN contributors (2023, February 24). *What is web performance?*
https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn/Performance/What_is_web_performance
- Shawn Lawton Henry (2022, March 31). *Introduction to web accessibility*.
<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>
- BBC Worklife, Bryan Lufkin (2021). Why do we buy into the cult of overwork?
[Why do we buy into the 'cult' of overwork? - BBC Worklife](#)
- The UC Berkeley Haas School of Business, Pamela Tom (2017). A study finds links between patience and imagination in the brain. [Be More Patient? Imagine That. | Haas News | Berkeley Haas](#)
- Pablo Usán Supervía , Carlos Salavera Bordás , Víctor Murillo Lorente (2020). Exploring the Psychological Effects of Optimism on Life Satisfaction in Students. The Mediating Role of Goal Orientations - PubMed (nih.gov)
[Exploring the Psychological Effects of Optimism on Life Satisfaction in Students: The Mediating Role of Goal Orientations - PubMed \(nih.gov\)](#)





- Harvard Business Review. Shawn Achor & Michelle Gielan (2020). What Leading with Optimism Really Looks Like.
[What Leading with Optimism Really Looks Like \(hbr.org\)](https://hbr.org/2020/03/what-leading-with-optimism-really-looks-like/)
- Xianchi Dai , Ayelet Fishbach (2013). When waiting to choose increases patience Organizational Behavior and Human Decision Processes Volume 121, Issue 2, Pages 256-266. [When waiting to choose increases patience - ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0149163413000511)
- Blodgett, J.G., Lu, L.C., Rose, G.M. et al. Ethical sensitivity to stakeholder interests: A cross-cultural comparison. J. of the Acad. Mark. Sci. 29, 190–202 (2001).
<https://doi.org/10.1177/03079459994551>
- Lindblad, M. (n.d.). Cultural Diversity & Business Ethics. Small business. Chron.
<https://smallbusiness.chron.com/cultural-diversity-business-ethics-26116.html>
- Toppan Digital Language (n.d.). Cultural Sensitivity: How to Market Your Brand to Other Cultures. Toppan Digital Language, <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-cultures/>
- UKEssays. (November 2018). A Study About Retail Ethical Issues Business Essay.
<https://www.ukessays.com/essays/business/a-study-about-retail-ethical-issues-business-essay.php?vref=1>
- (n.d.), What is pitching a product? <https://airfocus.com/glossary/what-is-pitching-a-product/#:~:text=Pitching%20a%20product%20is%20just,to%20discuss%20it%20in%20detail.>
- Radhika Kapur (2020). Problem-Solving Skills: Essential Skills in Providing Solutions to Personal and Professional Problems. [\(PDF\) Problem-Solving Skills: Essential Skills in Providing Solutions to Personal and Professional Problems \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net/publication/354111118)
- Hijada, Maximo V., Jr.; Dela Cruz, Melodina L. (2022). The Gap between Comprehension Level and Problem-Solving Skills in Learning Mathematics, Online Submission, Universal Journal of Educational Research v1 n1 p35-43. [ERIC - ED621118 - The Gap between Comprehension Level and Problem-Solving Skills in Learning Mathematics, Online Submission, 2022-Mar](https://eric.ed.gov/?id=ED621118)





Cofinancé par
l'Union européenne

- Katherin Hampsten (2019). TED: How miscommunication happens and how to avoid it. [Katherine Hampsten: How miscommunication happens \(and how to avoid it\) | TED Talk](#)
- Oxford Royal Academy (2020). 7 Common study problems and how to deal with them. [7 Common Study Problems and How to Deal with Them - Oxford Royale Academy \(oxford-royale.com\)](#)
- (n.d.) Pitch - Definizione. <https://www.economyup.it/glossario/pitch-definizione/>
- Roselinde Torres (2019). What it takes to be a great leader. [Roselinde Torres: What it takes to be a great leader | TED Talk](#)
- Brandon Dorothy (2021, March 26). *The importance of reading comprehension*. <https://www.aces.edu/blog/topics/home-family-urban/the-importance-of-reading-comprehension/#:~:text=Comprehension%20adds%20meaning%20to%20what,work%2C%20and%20life%20in%20general.>
- Clements James (n.a.). *What is reading comprehension and why is it important?* <https://www.oxfordowl.co.uk/welcome-back/for-school-back/pathways-page/pathwayslist/teaching-comprehension/background-questions-tc/wales--16/what-is-reading-comprehension-and-why-is-it-important--2>

Images :

- Screenshot from the website Southern Tide Media, “16 of the Best Website Homepage Design Examples”, January 23, last access 03.02.2023., <https://www.southerntidemediacom/16-of-the-best-website-homepage-design-examples/>
- Screenshot from the website Hubspot.com, ‘19 Examples of Bad Website Design in 2022 [+What They Got Wrong]’, published by Anna Fitzgerald, 22 September, 2022, last accessed 03.02.2023. https://blog.hubspot.com/website/bad-vs-good-design?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fwebsite%2Fbad-vs-good-design&hubs_content_cta=The%20Showcase%20of%20%E2%80%9CBad%E2%80%9D%20Websites
- Ce guide a été conçu avec FlatIcon.com

