**Testi da tradurre per mercoledì 20, giovedì 21 e venerdì 22 novembre 2024.**

* Testo per mercoledì 20 novembre: ***Les axes du développement durable chez Camaïeu*** p. 62, cap. 5***.***
* Testo per giovedì 21 novembre: *Quels types de questions poser ?* Libro di testo, p. 72
* Testo per venerdì 22 novembre: ***Le bon et le mauvais stress*** p. 150, cap.14 ***+ Comment gérer un client difficile ?* p. 152, cap. 14**

**Testo per mercoledì 20 novembre**

***Les axes du développement durable chez Camaïeu* p. 62, cap. 5*.***

Au-delà de ses obligations légales, Camaïeu travaille à réduire l’impact environnemental de ses activités. Dans ce cadre, Camaïeu agit sur ses produits en favorisant le recours à des matières plus responsables.

Grâce à la mobilisation sans cesse renouvelée de ses collaborateurs et de ses clients, Camaïeu a pu déployer un ambitieux programme de soutien aux femmes en partenariat avec des associations reconnues : Solfa (accompagnement des femmes en difficulté et victimes de violences), Force Femme (soutien au retour vers l’emploi et à la création d’entreprises des femmes de plus de 45 ans). Ces 4 dernières saisons, c’est ainsi plus d’un million d’euros que nous avons pu redistribuer en France et à l’international.

Camaïeu a à cœur d’accompagner l’ensemble de ses salariés, dès leur recrutement à travers un parcours d’intégration adapté, puis tout au long de leur parcours professionnel en favorisant leur mobilité et leur développement. Camaïeu a ainsi compté plus de 300 promotions internes en 2018.

**Testo per giovedì 21 novembre**

***Quels types de questions poser ?* Libro di testo, p. 72**

La manière dont vous posez les questions est un instrument clé pour réussir dans la conduite d’un entretien. Bien utilisée, une bonne technique de questionnement vous permettra de trouver ce qui est pertinent pour vous, tandis que votre interlocuteur se sentira valorisé par vos questions.

1. Questions ouvertes. Les questions ouvertes donnent à la personne interrogée une grande latitude pour répondre. Elles commencent par un adverbe interrogatif (pourquoi, pour qui, comment etc.) et l’on ne peut y répondre par « oui » ou par « non ». Les questions ouvertes conviennent particulièrement bien lorsqu’on cherche à obtenir un maximum d’informations.
2. Questions fermées. Les questions fermées commencent par un verbe ou un adverbe auxiliaire. On ne peut en principe y répondre que par « oui » ou par « non ». Les questions fermées sont pratiques pour guider des entretiens et prendre des décisions. Trop de questions fermées posées à la chaîne peuvent, en revanche, susciter chez votre collaborateur une attitude de refus, ce dernier pouvant avoir l’impression de subir un interrogatoire.
3. Questions alternatives. Les questions alternatives donnent à la personne interrogée plusieurs possibilités de répondre. Bien utilisé, ce type de questions vous permet de toujours obtenir une réponse positive.

**Testo per venerdì 22 novembre 2024**

***Le bon et le mauvais stress* p. 150, cap.14**

***Comment gérer un client difficile ?* p. 152, cap. 14**

**Le bon et le mauvais stress** **p. 150**

Le bon stress, aussi appelé eustress, est généralement une source de motivation. Il nous pousse à atteindre nos objectifs et à tout mettre en œuvre pour obtenir ce que nous voulons.

L’eustress peut être comparé à l’exercice physique : vos muscles peuvent vous faire mal, mais vous en ressortez plus fort et plus résistant. Le bon stress permet de vous dépasser et de repousser vos limites.

Nous ressentons aussi parfois du mauvais stress, aussi appelé détresse. Il se produit lorsque nous nous sentons dépassés par les événements et quand l’écart entre ce que nous pensons pouvoir accomplir et les attentes est trop grand. Sur une longue période, il devient dommageable pour la santé.

***Comment gérer un client difficile ?* p. 152**

En majeure partie, vos clients sont sympathiques, souriants, agréables. Mais il peut arriver que l’un d’eux soit dans un mauvais jour ou qu’un autre ait un reproche à vous faire. Un problème ? Non, une opportunité !

Partons du principe que la personne en face de vous a un bon fond. Il ne vient pas pour mettre à mal votre réputation ou vous faire passer une mauvaise journée, il a juste de bonnes raisons (parce que ce sont les siennes) d’être énervé. Deuxième postulat du départ, le client est roi. Il a payé pour une prestation et il est en droit de recueillir le retour espéré.

Parler un ton plus bas permet de faire descendre la pression. Ne dites pas « Calmez-vous ! » ou « Oui, mais… », vous risquez juste d’obtenir l’effet contraire. En premier lieu, respirez. Et si le client énervé ne retrouve pas ses esprits, privilégiez la patience. La colère est épuisante, il ne pourra pas tenir la cadence longtemps.

Invitez votre interlocuteur à vous expliquer son grief, en faisant preuve d’empathie. S’il sent que vous essayez sincèrement de l’aider, son agacement s’atténuera naturellement.

Ecouter et vous excuser, non pour le problème mais pour le désagrément, ne vous engage pas à grand-chose. En revanche, cela montre que vous compatissez et cela change tout ! Un « Je suis vraiment désolé que nos prestations ne vous aient pas satisfait » désamorce le conflit.

Si le litige est bien réglé, votre interlocuteur sera doublement satisfait.

Les mots sont une chose. Vous pouvez utiliser les bons, mais si votre ton ou votre attitude exprime le contraire, le client le sentira et il ne l’appréciera pas ! Écoutez vraiment, sans souffler ni lever les yeux au ciel, mais en regardant votre interlocuteur dans les yeux et en hochant éventuellement la tête pour montrer que vous l’entendez.