

Katja Ingman

Vos
atouts
métier



Être **pro** en anglais

EYROLLES

Être pro en anglais

Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

Dans la même collection :

Marie Auberger, *Bien choisir son métier*, 2009.



Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée notamment dans l'enseignement provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2009
ISBN : 978-2-212-54352-0

Katja Ingman

Être pro en anglais

Sous la direction de Marie Berchoud

EYROLLES

The logo for EYROLLES features the word "EYROLLES" in a bold, sans-serif font. Below the text is a horizontal line with a small grey circle centered underneath it.

La collection « Vos atouts métier »

Cette collection vise la réalisation professionnelle des étudiants, des jeunes et moins jeunes. Une réalisation initiale, pour certains, mais aussi et pour tous une réalisation évolutive et durable, celle qui n'appartient qu'à soi.

Cet ouvrage, le deuxième de la collection, s'adresse à vous directement. Vous vous demanderez d'abord : « Comment je communique dans ma vie de tous les jours ? Comment je vais pouvoir réinvestir ces atouts en anglais ? ». Et c'est parti pour des progrès motivés et motivants ! Cet ouvrage, d'une coach spécialiste de situations professionnelles variées dans le monde, vous accompagne tout au long de votre exploration personnelle, avec des tests, des trucs, des exemples, sans oublier l'humour. Le sourire et l'attention – tel est le secret de la réussite !

Marie Berchoud

Sommaire

Introduction	9
--------------------	---

Partie 1

Maîtriser les bases

Fiche 1 – <i>Grow Your English</i> : autoévaluation et plan d'action	13
Fiche 2 – L'anglais, un outil comme un autre	25
Fiche 3 – Mieux communiquer, c'est d'abord mieux écouter	31
Fiche 4 – Bise ou poignée de main ? Apprivoiser les différences culturelles	37
Fiche 5 – Comment dire « non » ? Les conventions de politesse	43
Fiche 6 – Situations formelles et informelles	51
Fiche 7 – Structurer votre discours	57
Fiche 8 – Communiquer avec impact	63

Partie 2

Communiquer pro au quotidien

Fiche 9 – Premiers contacts	71
Fiche 10 – Accueillir des visiteurs	77
Fiche 11 – Résoudre les problèmes de communication	83
Fiche 12 – Présenter votre parcours	89
Fiche 13 – Réussir un entretien téléphonique	97
Fiche 14 – Rédiger des courriers électroniques clairs	103
Fiche 15 – Appels et courriers variés	109
Fiche 16 – Participer à une réunion ou une téléconférence	115

Partie 3

Boîte à outils

Fiche 17 – <i>Pleased to meet you</i> – Premiers contacts	123
Fiche 18 – <i>Did you have a good flight?</i> – Accueillir des visiteurs	129
Fiche 19 – <i>Sorry, did you say 13 or 30?</i> – Résoudre les problèmes de communication	133
Fiche 20 – <i>I hold a Master’s Degree in Political Science</i> – Présenter votre parcours	139
Fiche 21 – <i>Could I speak to Meryl Johnson, please?</i> – Réussir un appel téléphonique	145
Fiche 22 – <i>I am writing to confirm...</i> – Rédiger des courriers électroniques clairs	151
Fiche 23 – <i>I’m afraid something has come up</i> – Appels et courriers variés	159
Fiche 24 – <i>I agree with you up to a point</i> – Participer à une réunion ou une téléconférence	165
Annexe 1 – Bilan : réévaluez vos compétences	173
Annexe 2 – Argumenter : utiliser les connecteurs logiques	181
Annexe 3 – Bibliographie/sitographie	183

Introduction

Être capable de communiquer en anglais est, aujourd'hui, presque aussi indispensable que savoir lire et pouvoir utiliser un ordinateur : que ce soit en face-à-face, au téléphone ou par courrier, travailler en anglais avec vos partenaires non francophones fera, tôt ou tard, partie de votre quotidien professionnel.

Cet ouvrage vous propose d'acquérir, de rafraîchir et/ou de redécouvrir les stratégies et outils nécessaires pour mieux communiquer en anglais dans les situations professionnelles de tous les jours. L'objectif est de vous permettre de prendre conscience de vos forces – vos ressources de *communicant* – et de vous aider à les transposer en anglais.

Prenez les problèmes de communication : en français, vous avez une ou plusieurs stratégies (dont vous n'êtes peut-être pas conscient) pour trouver des solutions. Du coup, un problème n'est plus vraiment un problème : il suffit de le résoudre et de passer à autre chose. Or, cette réaction est rarement un automatisme en anglais, alors que les problèmes, eux, sont souvent les mêmes qu'en français : vous n'entendez pas l'autre, vous hésitez sur un mot, vous n'aviez pas bien compris l'heure du rendez-vous ou l'adresse de votre interlocuteur... Autant de situations pour lesquelles il suffit de puiser dans vos ressources, d'utiliser des stratégies simples et quelques expressions clés pour clarifier la question.

Comment y arriver ?

Comme pour tout projet, il faut commencer par le plan et poser les fondations. Aussi, la première partie de cet ouvrage vous permettra de définir vos objectifs et le plan d'action pour les atteindre. Vous y trouverez également des stratégies et outils communs à l'ensemble des situations de communication.

La deuxième partie vous propose des stratégies concrètes pour communiquer pro au quotidien : accueillir un visiteur, mener à bien un entretien téléphonique, rédiger des courriers clairs et concis ou participer à une réunion. À vous de voir lesquelles de ces situations sont prioritaires pour vous.

Enfin, la troisième partie vous fournit une boîte à outils dans laquelle vous pourrez puiser les structures et les expressions clés pour communiquer dans les situations que vous aurez choisi d'aborder dans la deuxième partie.

Express yourself

Vous communiquez en français. De là à communiquer en anglais, il n'y a qu'un pas (assaisonné d'un peu d'huile de coude, certes). Vous devez, bien sûr, maîtriser les bases, mais pour le reste, tout comme un guitariste s'y retrouve pour jouer du piano, ou un sportif passe du basket au foot sans se poser trop de questions, il vous suffit de prendre conscience de vos ressources de communicant, de les transposer en anglais, de rajouter quelques règles de fonctionnement et des expressions clés... et de pratiquer.

Oui, c'est aussi simple que cela.

Partie 1

Maîtriser les bases

Qu'est-ce que j'ai besoin d'apprendre ? Qu'est-ce que j'ai envie de découvrir ? Comment est-ce que je peux mettre toutes les chances de mon côté pour atteindre l'objectif que je me suis fixé ?

Comment développer mes compétences de compréhension ? Comment dire « non » sans heurter ? Comment réagir dans une situation délicate ?

Vaut-il mieux dire « Hi Jack » ou « Good afternoon, Mr Roberts » ? Comment rendre mes messages plus faciles à comprendre et mon discours plus facile à suivre ? Qu'est-ce que je peux faire pour mieux persuader mes interlocuteurs ?

Qu'est-ce que j'ai besoin d'apprendre ?

Comment dire « non » sans heurter ?

Vaut-il mieux dire « Hi Jack » ou « Good afternoon, Mr Roberts » ?

Cette première partie vous donne d'abord l'occasion de vous pencher sur vos points forts, vos points faibles, vos besoins et vos envies – et les moyens pour y répondre.

Vous y trouverez également quelques éléments de base de la communication en anglais : comment adapter sa communication à différentes cultures, utiliser les conventions de politesse, adopter le bon registre, structurer son discours et communiquer avec impact.

Grow Your English :

vos premiers pas pour mieux communiquer en anglais

Comment faire pour mieux communiquer en anglais ? Eh bien, comme pour n'importe quel autre projet : vous décidez ce que vous voulez et définissez comment y arriver. Puis vous mettez un pied devant l'autre.

Bien sûr, il ne suffit pas de claquer des doigts... mais il n'empêche que vous devez commencer par définir votre objectif et par faire l'inventaire des ressources nécessaires pour l'atteindre ; vos ressources existantes et celles que vous aurez besoin d'acquérir.

Vous pouvez utiliser l'approche *GROW*¹ – faites pousser vos compétences par la base grâce à une démarche en quatre étapes :

1. G | *GOAL* – définir vos objectifs
2. R | *REALITY* – décrire le présent
3. O | *OPTIONS* – faire l'inventaire de vos possibilités
4. W | *WILL* – définir votre plan d'action

1. L'acronyme et l'approche *GROW* ont été popularisés par Sir John Whitmore, entre autres dans son livre *Coaching for Performance: GROWing People, Performance and Purpose*. Ce qui suit s'inspire en partie de l'approche de Whitmore, tout comme des techniques de PNL.

Grow Your English : autoévaluation et plan d'action

Passez à l'action : définissez votre objectif, évaluez vos compétences et arrêtez un plan d'action. Il n'y a pas de bons ou de mauvais objectifs ou plans : c'est **votre** projet et vous êtes le seul à pouvoir définir ce que vous voulez et comment vous allez l'obtenir.

Donnez-vous la liberté d'écrire toutes vos idées avant de choisir celles qui vous paraissent les meilleures. N'ayez pas peur de définir les choses : vous pourrez toujours réviser et changer votre plan si vous le souhaitez. En revanche, il est très important de définir ce plan **par écrit** si vous souhaitez qu'il se réalise.

Mon objectif

1. Qu'est-ce que je veux ?

.....

.....

.....

.....

.....



Réussir

Positivez !

Un bon objectif est positif. Commencez par *je veux, j'ai envie, je souhaite* et bannissez les phrases démarrant par *je dois, il faut que je, je ne veux pas*.

De même, n'ayez pas peur de rêver au départ : « *Je veux faire carrière à Londres* » est un superbe objectif à long terme ; tout ce qu'il vous faut, c'est ajouter d'autres objectifs qui vous permettront d'y parvenir (donc dans un premier temps : « *Je veux me débrouiller pour organiser et effectuer une visite de reconnaissance : réserver ma chambre d'hôtel, prendre rendez-vous avec des gens qui pourront me renseigner, trouver mon chemin sur place, poser des questions sur le marché de travail et comprendre les réponses* »).

2. Où, quand et avec qui est-ce que je le veux ?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Comment est-ce que je saurai que j'ai réussi ?

.....

.....

.....

.....

.....



Réussir

Mesurer mes progrès

« *Je veux améliorer mon anglais* » est un bon souhait mais un mauvais objectif, parce que vous ne pouvez pas le mesurer. Transformez votre objectif en plusieurs « petits » objectifs concrets, par exemple : « *Je veux être capable de rédiger un courrier électronique clair.* »

4. Qu'est-ce que ça m'apporte si j'atteins mon objectif ?
Quels sont les bénéfices ?

.....
.....
.....
.....
.....

5. Est-ce que la réussite dépend seulement de moi ou
ai-je besoin de redéfinir un objectif qui m'appartient à 100 % ?

.....
.....
.....
.....
.....

Ma réalité

1. Comment est-ce que j'utilise l'anglais actuellement ?
Comment est-ce que cela me rapproche de mon objectif ?

Situations professionnelles

.....
.....
.....
.....
.....

Fréquence

.....
.....
.....

.....

.....

Vie privée

.....

.....

.....

.....

Fréquence

.....

.....

.....

.....

2. Qu'est-ce que je sais faire ?

Quelles sont mes compétences actuelles ?




Si vos objectifs sont d'ordre général (« *Je veux maîtriser les bases de l'anglais* », « *Je veux pouvoir communiquer lors de voyages* »), vous pouvez utiliser, par exemple, le *Passeport de langues EUROPASS* pour cartographier vos compétences actuelles. Vous pouvez le télécharger gratuitement sur <http://europass.cedefop.europa.eu>.

Si, en revanche, vous souhaitez maîtriser certaines situations spécifiques, remplissez les parties qui vous concernent dans le questionnaire suivant.

Si votre réponse se situe entre 1 et 3, notez ce qu'il vous manque pour qu'elle arrive à 5, cela vous permettra de mieux définir votre plan d'action.

1 : Je ne sais pas faire 2 : J'ai du mal 3 : Je me débrouille 4 : Je sais faire assez bien 5 : No problem !

Savoir être

					
	1	2	3	4	5
Je peux utiliser les expressions de politesse élémentaires (<i>thank you, please...</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les conventions de politesse de base (se présenter, prendre contact, accueillir un visiteur, invitations, excuses...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les règles de politesse importantes et me conduis de manière appropriée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Communiquer en face-à-face

					
	1	2	3	4	5
Je peux prendre et transmettre des messages très simples (<i>lundi, rendez-vous à 14 heures</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux accueillir un collègue ou un visiteur et discuter de sujets simples (famille, travail, loisirs...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux demander et offrir des services.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux conseiller quelqu'un sur des questions simples dans le cadre de mon travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis capable de prendre et de transmettre des messages plus longs et détaillés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux participer à une conversation avec plusieurs personnes et échanger/justifier des opinions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux adapter mon style et mon registre (formel/informel/familier).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux traiter des questions complexes ou sensibles (résoudre un problème, parler d'un sujet délicat).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Communiquer au téléphone

	☹		☺		☺
	1	2	3	4	5
Je peux demander à parler à quelqu'un, échanger des informations très simples et laisser/prendre des messages.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre rendez-vous et faire/changer des réservations.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux échanger des informations et laisser/prendre des messages plus longs et détaillés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux gérer la communication (résoudre et prévenir les problèmes de communication, interrompre).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux traiter de questions plus complexes ou abstraites.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux discuter de problèmes ou de questions délicates avec tact.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Lire et écrire des courriers professionnels

	☹		☺		☺
	1	2	3	4	5
Je peux comprendre et rédiger des messages simples (donner/demander une information ou un service).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je maîtrise les conventions et les expressions types de la correspondance professionnelle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre et rédiger les courriers habituels, et je comprends les grandes lignes des courriers inhabituels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux rédiger des courriers dans un style formel et informel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre et rédiger des courriers détaillés, souligner les points importants et mettre en évidence les liens logiques (cause, conséquence, opposition...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre et rédiger des courriers sur des sujets problématiques ou sensibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais lire entre les lignes et m'exprimer de façon indirecte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Participer à une réunion

					
	1	2	3	4	5
Je comprends l'essentiel du contenu et peux donner mon opinion de façon simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre note des points clés dans une réunion de routine si je connais le sujet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre les différentes opinions et donner la mienne en la justifiant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux interrompre poliment, gérer les interruptions et demander des clarifications et des précisions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux discuter de problèmes ou de questions délicates avec tact.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes détaillées tout en participant à la réunion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Présentations et conférences

					
	1	2	3	4	5
Je peux suivre les grandes lignes d'une présentation si je connais le sujet ; je peux aussi poser une question simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux présenter, de façon simple, un sujet que je connais si j'ai la possibilité de me préparer à l'avance. Je peux aussi répondre à des questions de façon simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes assez justes lors d'une présentation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux faire une présentation assez détaillée qui comprend une argumentation ; je peux aussi répondre aux questions du public de façon détaillée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes détaillées lors d'une présentation sans arrêter de la suivre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux faire une présentation sur un sujet abstrait ou complexe et la donner de façon spontanée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux gérer la communication avec mon public : garder son attention et faire face à des questions difficiles de sa part.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Dans quels domaines est-ce que j'ai le plus de difficultés ?
Lesquels sont prioritaires ?

Difficultés : Lire Écrire Écouter Parler
 Grammaire Vocabulaire

Priorités : Lire Écrire Écouter Parler
 Grammaire Vocabulaire

4. De combien de temps est-ce que je dispose par semaine
pour améliorer mes compétences (plusieurs séances courtes,
c'est mieux qu'une séance longue) ?

.....

.....

.....

.....

.....



Réussir

Vos objectifs d'apprentissage

Arrêtez-vous pour réévaluer votre objectif : compte tenu de votre réalité, est-ce qu'il est toujours réaliste et motivant ? Est-ce que vous avez besoin de l'adapter ?

Quels sont les objectifs d'apprentissage que vous souhaitez définir pour l'atteindre ?

- Utilisez à nouveau le *Passeport de langues Europass* pour définir le niveau de maîtrise que vous souhaitez atteindre dans les différentes compétences : lire, écrire, écouter, dialoguer et parler en continu.
- Informez-vous sur les compétences demandées pour différentes fonctions dans une entreprise travaillant à l'international. Contactez le département de ressources humaines et demandez quelles sont les compétences exigées pour faire un stage chez eux, obtenir un premier poste, ou évoluer et faire carrière.

Mes options

Notez **toutes** les alternatives possibles et imaginables qui vous permettraient d'avancer vers votre objectif. Qu'est-ce que vous pourriez faire ? Si vous n'arrivez pas à vous débarrasser des pensées parasites (« *Je n'ai pas le temps* », « *Je n'ai pas les moyens* »), commencez par : « *Si j'avais le temps/les moyens, je pourrais...* » Quand vous pensez avoir épuisé vos alternatives, demandez-vous : « *Quoi d'autre ?* »

À vous ! *Je pourrais...*

.....

.....

.....

.....

.....

Mon plan d'action

Je définis mon plan

Il est temps de mettre ensemble vos objectifs, votre réalité et les options dont vous disposez pour les relier. Vous n'allez pas pouvoir tout faire, donc vous devrez faire des choix. N'ayez pas peur de mal choisir, parce que vous pourrez toujours corriger le tir si les résultats ne sont pas au rendez-vous. Définissez un plan détaillé à court terme (par exemple pour le mois qui suit) et contentez-vous des grandes lignes pour le long terme.

1. Quelles actions spécifiques vais-je entreprendre ?

.....

.....

.....

.....

.....

2. Où, quand et à quelle fréquence ?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Comment ?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Quand vais-je faire le prochain point sur mon projet ?

.....

.....

.....

.....

.....

J'évalue mon plan

Un plan, c'est bien ; un plan qui marche, c'est mieux. Avant de vous mettre en route, prenez un moment pour évaluer votre plan. Pouvez-vous le mettre en œuvre tel quel ? Avez-vous besoin de le modifier ou de redéfinir vos objectifs ?

1. Est-ce que mon plan me rapproche de mon objectif ?
Comme je le souhaite et assez vite ?

.....

.....

.....
.....
.....

2. Quels sont les obstacles que je vais rencontrer ?

.....
.....
.....
.....

**3. Comment est-ce que je peux les surmonter ?
De quel aide ou soutien ai-je besoin ?**

.....
.....
.....
.....

**4. Sur une échelle de 1 à 10, quelle est la probabilité pour que
je mette réellement ce plan en œuvre et que je m’y tienne ?
Si ce n’est pas 10, de quoi est-ce que j’ai besoin
pour que ça le devienne ?**

.....
.....
.....
.....



Réussir

Soyons réalistes !

Si votre évaluation n'est pas 8 sur 10, redéfinissez une ou plusieurs composantes de votre projet – votre réussite en dépend.



S'organiser

Plus on est de fous...

Si vous connaissez quelqu'un qui veut aussi améliorer ses compétences de communication en anglais, organisez-vous pour vous motiver mutuellement : échangez sur vos plans, vos progrès et vos difficultés, et si cela est possible, travaillez de temps en temps ensemble. C'est autrement plus motivant !

Voilà : vous avez vos objectifs, vous êtes conscient de votre réalité, vous avez un plan. Le reste ne dépend que de vous. Bon travail !

Mots d'hier, mots d'aujourd'hui

« Un voyage de mille kilomètres commence toujours par un premier pas. »

Lao-tseu, philosophe chinois

L'anglais, un outil comme un autre

On croit souvent qu'apprendre à communiquer dans une autre langue est difficile. Ce n'est pas nécessairement le cas. Après tout, vous parlez déjà une langue, la vôtre.

Imaginez que vous êtes un pro de basket. Si on vous demande d'intégrer une équipe de foot, vous n'allez pas commencer par vous faire des soucis pour votre performance. Bien au contraire : vous êtes un sportif, donc vous faites confiance à vos muscles pour vous porter, vous mettez en œuvre vos talents de joueur en équipe, vous apprenez à manier le ballon avec vos pieds plutôt qu'avec vos mains, et vous faites un effort pour apprendre à jouer selon d'autres règles.

Pour les langues, c'est la même chose. Vous utilisez l'instrument qu'est le français pour communiquer, et vous communiquez selon certaines règles. Vous voulez apprendre à communiquer en anglais ? Faites appel à vos ressources de « communicant » et appliquez-les à ce nouvel instrument. Certes, les règles ne sont pas les mêmes. D'accord, vous communiquez peut-être un peu maladroitement au départ ; mais l'essentiel est de vous lancer. Tout de suite. En effet, le meilleur moyen de ne jamais y arriver, c'est d'attendre que votre anglais soit « à la hauteur » pour ouvrir la bouche. On n'apprend pas à jouer au foot assis sur un banc...

Communiquer en professionnel

L'anglais, un outil à votre service

Dites-vous qu'une langue est avant tout un outil qui vous sert à obtenir ce dont vous avez besoin : trouver un hôtel, passer une commande dans un restaurant, échanger de l'information ou des opinions, négocier votre salaire lors d'une embauche, nouer des contacts humains...

Par conséquent, quand vous apprenez une autre langue, il s'agit avant tout d'acquérir les stratégies et outils qui vous permettent d'atteindre vos objectifs. Cela ne veut pas dire qu'apprendre n'est pas un plaisir – bien au contraire, apprivoiser une langue vous permettra aussi de mieux l'apprécier, tout comme la culture qui y est liée.

Qu'est-ce que ça change de considérer l'anglais comme un outil au même titre que le français ? Tout.

Communiquer sans problème ?

Il vous faut, bien sûr, d'abord apprendre les bases de l'anglais. Mais, une fois que vous les maîtrisez, la plupart des problèmes que vous rencontrez en anglais sont les mêmes que ceux que vous rencontrez en français. Vous avez de la peine à y croire ? Répondez aux questions suivantes :

- Est-ce que vous connaissez tous les mots de la langue française ?
- Est-ce que vous faites parfois des erreurs en français ?
- Est-ce qu'il vous arrive d'hésiter quand vous parlez avec quelqu'un ?
- Est-ce que vous avez parfois des problèmes de communication en français ?

Oui ? Alors pourquoi est-ce que vous devriez parler l'anglais parfaitement bien, sans hésitation, sans trous de vocabulaire, sans problème ni malentendus ? Ce n'est pas parce que vous communiquez dans une langue étrangère qu'il faut mettre la barre **plus haut** qu'en français... surtout que, comme vous l'avez certainement remarqué, vos problèmes de communication en français ne vous empêchent pas de communiquer.



Bon à savoir

Une erreur ou deux... et alors ?

Il est évident que si vous négociez en anglais, vous aurez besoin de bonnes compétences. Mais pour le reste, quelques erreurs ne devraient pas vous empêcher de communiquer dans les situations simples de tous les jours. Le tout est de faire la part des choses : certaines erreurs sont plus dangereuses que d'autres (*sheet* et *shit* ne se prononcent pas de la même façon...).

Communiquer par tous les moyens

Les compétences linguistiques ne sont qu'un des outils que nous utilisons pour communiquer. Quand vous parlez avec quelqu'un en français, vous utilisez toute une palette de moyens pour comprendre ce qu'on vous dit et pour faire passer votre message :

- les **gestes** que vous utilisez donnent des indications sur votre humeur, vos intentions, votre attitude, quand ils ne remplacent pas la parole ;
- la **voix** transmet l'émotion et l'attitude, et remplace parfois efficacement le vocabulaire. En effet, des sons simples vous permettent d'exprimer la joie ou le regret en réponse aux bonnes ou mauvaises nouvelles annoncées par l'autre ;
- votre **connaissance du sujet** : si vous communiquez sur un sujet qui vous est familier, vous doublez vos chances de compréhension et d'expression ;
- le **contexte** dans lequel vous communiquez vous permet également de comprendre ou, à défaut, de déduire le sens du message. De même, si vous respectez les conventions de politesse liées à la culture de vos interlocuteurs, vos intentions seront claires avec ou sans expressions élaborées.



Bon à savoir

Communiquer, bien plus que des mots

Les gestes et la voix sont des outils importants. Pour ce qui est de communiquer des émotions ou une attitude dans une discussion en face-à-face, environ 60 % des messages du type j'aime/je n'aime pas passent par les gestes, 30 % dans la voix... et seulement 10 % par la parole. Il est donc très important que vos mots, vos gestes et votre voix transmettent le même message. Pensez-y quand vous rencontrez quelqu'un pour la première fois : il est, certes, important de lui dire "Pleased to meet you", mais il est tout aussi important, voire plus important, de le faire avec un ton chaleureux et une poignée de main ferme.

Comme vous le voyez, vos compétences en anglais ne sont qu'un élément dans votre boîte à outils pour mieux communiquer. À vous d'apprendre à manier l'ensemble de ces outils pour atteindre vos objectifs personnels. Exercez-vous, persévérez, soyez patient, croyez en vos compétences, exprimez vos émotions et vos idées pleinement, prenez des risques. Vous verrez qu'en plus d'atteindre vos objectifs, vous communiquez avec facilité, confiance – et plaisir.



S'entraîner

C'est quoi, le problème ?

Notez quelques-uns des problèmes que vous pensez avoir en anglais, si possible sous la forme de situations précises. Ensuite, posez-vous les questions suivantes :

- Quel est le problème exactement ?
- Ai-je déjà eu un problème similaire en français ? Comment l'ai-je résolu ?
- Que ferais-je si j'avais ce problème en français ?

La plupart du temps, ce procédé vous permet d'ébaucher une solution. Avoir un problème ne veut pas dire que vous manquez de compétences ; au contraire, c'est une invitation à mettre en œuvre les compétences et ressources que vous avez.



Vécu

Problème ? Solution !

Patrick A. est le directeur d'une société récemment rachetée par un groupe international. Il a au moins une téléconférence par semaine. Il a beaucoup de difficultés à comprendre son patron américain. Il a d'abord cru que son anglais n'était pas assez bon, et c'est seulement quand un de ses collègues anglais a fait une remarque concernant le patron et sa « façon complètement brouillonne de s'exprimer » que Patrick s'est dit que le problème n'était peut-être pas le sien... Mais il est pris dedans. Alors, comment le régler pour ce qui le concerne ? En repérant les façons dont son patron s'exprime, en demandant des clarifications et en vérifiant systématiquement qu'il a bien compris.

Le maître, c'est vous

Il est vrai qu'une maîtrise des bases de l'anglais est pratiquement indispensable dans le monde du travail. Mais pour le reste, et au risque de détourner un mot célèbre, ne demandez pas ce que vous pouvez faire pour l'anglais ; demandez plutôt ce que l'anglais peut faire pour vous. Autrement dit, définissez d'abord votre objectif, et seulement ensuite les moyens pour y parvenir.

Revoyez vos objectifs et votre plan d'action (fiche 1) : est-ce que l'anglais vous sert vraiment pour ce que vous avez envie de faire, créer et vivre ? Si ce n'est pas le cas, redéfinissez votre objectif.

La suite, vous la connaissez : une fois l'objectif défini, il faut le confronter à la réalité, faire l'inventaire des alternatives pour combler l'écart, mettre en place un plan d'action et le réaliser. Mais ne confondez pas la fin et les moyens : l'anglais est, ni plus ni moins, un outil pour atteindre l'objectif qui est le vôtre.

Mieux communiquer, c'est d'abord mieux écouter

L'écoute active – votre premier outil pour mieux communiquer

« Tu m'écoutes ? » Pourquoi est-ce que nous posons cette question si souvent ? Parce que la communication est un échange qui va activement dans les deux sens – ou ne va pas.



S'entraîner

It takes two to tango

Faites l'expérience : lors d'une discussion de tous les jours, écoutez avec attention ce que dit l'autre, et vous verrez que votre attitude le stimule – il sera plus expressif et vous en dira plus.

Changez d'interlocuteur et faites le contraire : écoutez à moitié et intéressez-vous plutôt à ce qui se passe autour de vous... et la personne arrêtera de vous parler. Pas très sympathique, certes – mais instructif.

Si personne ne vous écoute, vous ne pouvez pas communiquer.

Au-delà de ce minimum vital, l'écoute active permet également d'éviter les malentendus et de mieux résoudre les problèmes de communication. Si vous posez des questions et paraphrasez, l'autre comprendra que vous suivez, ou, au contraire, que vous avez mal compris, et corrigera le tir.

Enfin, écouter réellement l'autre, c'est lui montrer que vous vous intéressez à ce qu'il dit, à ce qu'il est, et à ce qu'il ressent. Cette attention est

essentielle pour bien communiquer. Prenez un cas de problème ou de conflit : il ne suffit pas de comprendre que l'autre n'est pas d'accord avec vous, vous devez surtout comprendre **pourquoi** c'est le cas. Et pour ça, vous devez vous mettre à sa place, même si c'est juste pour cinq minutes.

Écouter : être plutôt que faire.

Écouter activement – plus facile à dire qu'à faire ?

Si nous savons tout cela – et nous le savons – comment se fait-il que nous ne nous entendons pas ? Qu'est-ce qui nous empêche d'écouter ?

Nous avons tendance à n'entendre que ce qu'il faut (à notre avis) pour pouvoir répondre avec nos propres idées, comme si une discussion était une partie de ping-pong qu'il s'agissait de gagner – et vite. Si c'est vraiment un jeu à deux, ça peut être stimulant... Mais le plus souvent, l'autre comprendra que vous êtes plus pressé de vous exprimer que de l'entendre, et que vous vous intéressez davantage à vous-même qu'à lui. Si, en plus, vous avez mal compris, votre argument tombera à côté et vous fera passer pour quelqu'un de pas très pro. À bon entendeur...

En anglais, il y a une difficulté supplémentaire : nous croyons que nous devons tout comprendre pour communiquer. C'est faux, et même archifaux.

La plupart du temps, vous n'écoutez pas avec tout votre potentiel en français. Il semblerait même que nous déformons, omettons, ou oublions jusqu'à 75 % de ce que nous entendons dans notre langue maternelle – mais ça ne nous empêche pas de comprendre ce que dit l'autre et de communiquer avec lui¹. Pourquoi est-ce que nous voulons à tout prix tout entendre et tout comprendre en anglais ?

1. Ian McKay, *A Guide to Listening*, cité dans Adrian Wallwork, *Business Vision* (OUP 2002).

Et si le problème était le suivant : nous avons peur de ne pas comprendre assez, ou assez bien, alors nous nous concentrons sur les mots individuels au lieu d'écouter réellement l'autre. Du coup, dès que nous ne comprenons pas **un** mot, nous n'écoutons plus, donc nous ne comprenons plus...

Question de priorités...

Quand vous demandez votre chemin à l'étranger et que vous comprenez seulement « première » « droite » « pont » « descendre » « gauche », vous avez de fortes chances d'arriver à destination sans avoir compris tous les détails. Après tout, c'est ça qui compte – et par la suite, vous avez tout le temps pour améliorer vos compétences et faire le même type de trajet plus rapidement la prochaine fois.

Morale de l'histoire ? Concentrez-vous sur ce que vous captez, dans les mots, mais aussi dans le regard, les gestes, grâce au contexte... et vous verrez que vous comprenez beaucoup mieux !



S'entraîner

Développez vos capacités de compréhension orale

Prenez un court extrait sonore (les extraits de méthodes, une série télé en DVD, une émission de radio ou de télévision ainsi que podcasts et videocasts de 3 à 5 minutes font parfaitement l'affaire) et écoutez-le par paliers :

1. Écoutez une première fois avec une oreille presque distraite juste pour comprendre de quoi on parle. Aidez-vous du contexte : où sont les personnages ? D'après leurs voix, comment sont-ils ? Comment est l'atmosphère ? Quel ton (neutre, agressif, chaleureux, triste...) ?
2. Réécoutez l'extrait une deuxième, voire une troisième fois pour attraper quelques mots-clés – mais pas plus. Faites des hypothèses : de quoi ça parle, selon vous ? Quels sont les points clés ?
3. Ensuite – et **seulement** ensuite – vous êtes paré pour comprendre le contenu. Écoutez (et réécoutez) une petite partie de l'extrait le nombre de fois que vous souhaitez pour comprendre les détails.

Écouter : être plutôt que faire

Comment écouter de façon à faire sentir à l'autre qu'on est présent à lui, qu'on l'entend et qu'on le comprend ?

Que ce soit dans la langue maternelle ou dans une langue étrangère, le relationnel a un impact sur la qualité de l'échange et le degré de compréhension. Par conséquent, la bonne nouvelle, c'est que ce n'est pas votre niveau de compétences qui est le facteur le plus important. C'est ce que vous êtes, la qualité de votre présence qui est votre premier outil.

Vous mettre à la place de l'autre commence par réellement **être** en empathie avec lui – vos gestes, votre voix et vos mots en découlent.

1. Les gestes

Dans une situation de face-à-face, si vous êtes tout ouïe, cela se voit. Une attitude ouverte et disponible tournée vers l'autre, le regard et l'intention ou l'émotion qu'il transmet, ainsi que des gestes tels qu'acquiescer de la tête font partie de l'écoute physique. Attention toutefois à certaines différences culturelles, par exemple, les Grecs hochent la tête vers le haut pour dire « non », ce qui ressemble presque à notre façon de dire « oui »...

2. La voix

Bien écouter, c'est laisser l'autre s'exprimer sans l'interrompre. Mais c'est également donner des signes d'intérêt et d'encouragement. Les gestes gagnent à être renforcés par une écoute vocale, indispensable dans le cas d'une conversation téléphonique.

Le vocabulaire n'est pas toujours nécessaire ; en revanche, une voix expressive l'est. *Oh*, *Mmh*, *Uh-huh*, *Wow* peuvent exprimer des émotions et des intentions différentes selon le ton que vous employez. Il en va de même pour certaines expressions (*Really?*) et structures (notamment les « tag questions » du type “*Did you?*”). Vous vous souciez de « mettre » le ton approprié ? Ayez une attitude empathique et le ton viendra de lui-même.

3. Les mots

Il existe, bien sûr, des expressions qui vous permettent de vous exprimer « en toutes lettres » dans la vie privée comme au travail : “*That’s fantastic!*”, “*That’s awful!*”, “*I’m glad to hear that*” ou “*I’m sorry to hear that*” vous permettent de réagir aux bonnes ou mauvaises nouvelles annoncées par votre interlocuteur.

Attention ! Rappelez-vous que seuls 10 % de votre attitude et de vos sentiments passent par les mots : comme en français, un “*What a pity!*” parfaitement prononcé mais faux sera compris – jusqu’au bout.



S'entraîner

Bonnes nouvelles, mauvaises nouvelles ?

1. Prenez une expression très simple (*Oh, Really, Right*) et exercez-vous à la dire sur tous les tons : enthousiaste – en félicitant – joyeux – sympathique – factuel – inquisiteur – en exprimant un doute – découragé – fâché – déçu – désespéré... Après avoir bien intégré l'intention et le ton qui en découle, continuez l'exercice avec un partenaire ou devant un miroir et observez l'effet sur le langage non verbal.
2. Prenez un extrait de reportage, de podcast/vidcast, ou de série télé en anglais, et écoutez-le comme si vous en faisiez partie. Écoutez avec votre voix, réagissez aux propos des personnages et exercez-vous à des versions « bonnes nouvelles » comme à des versions « mauvaises nouvelles ».
2. Imaginez que deux de vos amis viennent d'apprendre que leur société sera délocalisée. Pour l'un, il s'agira d'une catastrophe – il perdra son travail car il n'est pas question de quitter la France avec des enfants en âge de scolarité. Pour l'autre, c'est l'occasion du siècle : il a toujours rêvé de partir à l'étranger, et voilà qu'on lui propose un poste à responsabilité. Comment réagirez-vous à ce qu'ils vous disent ?

Bise ou poignée de main ? Apprivoiser les différences culturelles

Travailler avec des gens venant d'autres cultures est une expérience enrichissante, mais aussi parfois difficile ; en effet, il ne suffit pas de parler la même langue pour bien communiquer. Encore faut-il comprendre l'autre dans sa façon d'être et d'agir.

Certaines différences sont visibles, comme la façon dont un Japonais s'incline en vous présentant sa carte de visite avec les deux mains. D'autres ne sont pas aussi faciles à détecter : par exemple, qu'est-ce que vous dites quand vous dites « oui » : « *Je m'engage ? Je suis d'accord ? Je vous écoute toujours ? Je ne vous comprends pas ?* » Ou... « *Non* » ?



Vécu

Silence, on discute !

Jarmo Laitinen, un ingénieur finlandais, se trouve dans un cocktail à Paris. Il y rencontre Gérard Michaud, et une conversation s'engage. Seulement... Gérard essaie de parler du temps qu'il fait, du travail, des pilotes de Formule 1 finlandais, de Nokia, du séjour de Jarmo à Paris, mais Jarmo se contente de répondre par *yes* et *no*, et ne l'interrompt jamais pour lui poser une question. Peut-être qu'il n'arrive pas à suivre ? Ou alors il est un peu... euh... lent ? Ou pire, ce que Gérard lui raconte ne l'intéresse pas ?! Vexé, Gérard se tait. Après un silence considérable, Jarmo dit que côté Formule 1, Alain Prost était aussi un très grand pilote et qu'il aimerait voir les 24 Heures du Mans. Soulagé – le Finlandais communique quand même ! – Gérard l'interrompt pour continuer la conversation. Jarmo, de son côté, se tait et regarde ses pieds d'un air vexé. Dommage...

Pourquoi ? L'avez-vous compris ? Le nœud du problème est le suivant : dans la culture finlandaise, respecter l'autre, c'est l'écouter sans l'interrompre, et le silence est quelque chose de naturel et d'agréable. Pour beaucoup de Parisiens, en revanche, ne jamais interrompre pour poser des questions, c'est ne pas s'intéresser à l'autre, et le silence signifie un problème de communication.

De la même manière, nous avons tous certaines valeurs en commun, comme l'hospitalité, mais ce que nous faisons et disons varie d'une culture à l'autre. On connaît l'excellente réputation de la cuisine française, mais des escargots en entrée peuvent sembler peu appétissants à bon nombre d'étrangers ; inversement, une soirée sauna au bord d'un lac en Finlande peut paraître quelque peu surprenante, la coutume locale étant de faire un sauna nu et de se fouetter avec un bouquet de fines tiges de bouleau.

Notre culture n'est pas seulement la culture nationale : il s'agit d'un ensemble qui comprend, entre autres, la culture régionale (un Breton peut être différent d'un Marseillais), la culture d'entreprise (un ministre et une start-up de dix personnes sont deux mondes différents), et la personnalité de chacun de nous : nous sommes tous différents. Ajoutez que le contexte joue également un rôle, et la question est donc plutôt : comment faire pour travailler avec quelqu'un d'autre, qui a des valeurs et des habitudes différentes ?

Travailler d'une culture à l'autre

Les différences que vous rencontrerez au quotidien comprennent également des visions différentes du temps, de l'espace et des relations humaines, ainsi que différentes habitudes de communication.

Quizz de découverte

Cochez votre position préférée sur les axes allant d'un extrême à l'autre.

1	Être efficace, c'est savoir jongler avec plusieurs activités en même temps.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Être efficace, c'est faire une seule chose à la fois et terminer une activité avant d'attaquer l'autre.
2	Un délai n'est qu'un délai, et il est important d'être flexible : beaucoup dépend des circonstances et des difficultés rencontrées.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Un délai est impératif : un retard équivaut à un échec.
3	Si nous travaillons bien ensemble, nous nous entendrons peut-être bien ; mais le travail est plus important.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Il est important de bien s'entendre pour bien travailler ensemble.
4	Un contrat n'est qu'un contrat : il peut changer si la réalité change. La relation est plus importante que le contrat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Un contrat est un contrat : ne pas le respecter est malhonnête.
5	Un projet à plusieurs, d'accord, mais chacun ses tâches et ses responsabilités.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dans un projet à plusieurs, c'est l'équipe qui est ensemble responsable de la réussite.
.	Un verre avec tout le service après la journée de travail, ou un week-end avec l'équipe de projet? Avec plaisir !	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La vie professionnelle s'arrête à la porte du bureau, et ma vie privée m'appartient. À demain, tout le monde !
7	Mon supérieur doit mériter mon respect et je peux très bien contester ses décisions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le patron, c'est le patron, et je lui dois le respect, même s'il fait une erreur monumentale.
8	Inutile de faire un dessin : les autres sont assez intelligents pour comprendre mes suggestions. Être poli, c'est être indirect.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Il est très important d'expliquer les choses dans le détail et être franc et direct pour que l'autre comprenne ce que je veux dire.
9	Montrer ma joie, ma frustration, ou ma colère dans une situation professionnelle prouve que je suis humain.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Montrer mes émotions en public, ça serait manquer de professionnalisme.

Ces questions vous montrent certaines dimensions clés de l'interculturel. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise manière de faire, toutes ces approches peuvent être valables selon la culture dans laquelle vous vous trouvez, ou selon la situation (ça dépend...).

Ci-après quelques clés pour comprendre vos réponses :

Le temps (1, 2)

Dans certaines cultures (dont la plupart des pays nordiques, germaniques et anglo-saxons), il est important de respecter l'ordre des tâches et les délais définis, et les interruptions ne sont pas bien tolérées. Les réunions et les projets commencent et finissent à l'heure, point.

Dans d'autres cultures, au contraire, il faut savoir se montrer flexible, faire plusieurs choses en même temps, et donner la priorité aux gens : si vous croisez quelqu'un d'important alors que vous êtes déjà en retard pour votre réunion, vous lui accordez quand même cinq minutes. Cela est vrai de la plupart des cultures du Sud, dont les cultures latines.

Les objectifs, les gens, les engagements et les règles (3, 4)

Certaines cultures sont plus orientées vers l'accomplissement d'une tâche et les relations humaines viennent (parfois très loin) derrière : fini les bavardages à la machine à café, l'efficacité, c'est d'atteindre les objectifs définis !

Dans d'autres, il faut prendre le temps de construire et d'entretenir la relation – vous n'allez quand même pas vous engager dans un projet si vous n'êtes pas sûr de vous entendre ?

Quant à l'engagement et au respect des règles, pour les uns, un contrat doit toujours être respecté à la lettre (et on ne brûle pas un feu rouge, même quand personne n'est là pour vous voir) ; pour les autres, il est plus important d'honorer la relation que d'honorer le contrat – celui-ci peut changer après la signature si les circonstances changent (et il est des villes où un feu rouge n'est qu'une suggestion...).

L'individu et le groupe ; vie privée et vie publique (5, 6)

Qu'est-ce qui passe d'abord, l'individu ou le groupe ? De cette question dépend, par exemple, la façon d'évaluer un projet, mais aussi l'organisation du travail. Ajoutez la dimension vie privée/vie publique, et vous comprendrez pourquoi certains professionnels ont l'air de « passer leur vie » avec leurs collègues, alors que d'autres viennent au bureau, apportent leur contribution et « disparaissent ».

La hiérarchie (7)

Est-ce que vous dites *vous* ou *tu* à votre supérieur ? Vous l'appellez par son prénom ? Si vous n'êtes pas d'accord avec elle ou lui, est-ce que vous pouvez le dire ? Si oui, comment ? En privé ou devant tout le monde ? Cela dépend sans doute du milieu dans lequel vous travaillez ; de façon générale, la France passe plutôt pour un pays avec des hiérarchies assez marquées – héritage, sans doute, de la cour de Louis XIV et d'une société qui avait, jusqu'à la Révolution, trois ordres bien distincts, et continue à éduquer ses élites dans des écoles spécifiques.

Styles de communication (8, 9)

Dans certaines cultures, on communique de façon très explicite : on appelle un chat un chat, oui veut dire oui et non veut dire non ; et si vous dites à quelqu'un « *Il faudrait qu'on déjeune ensemble un de ces jours* », l'autre personne s'attendra à un coup de fil et sera déçue, voire offensée, si vous n'appellez pas. Dans d'autres cultures on préfère une approche plus subtile : mieux vaut suggérer qu'enfoncer le clou, et pour ce qui est du déjeuner, *un de ces jours* est beaucoup moins sûr que *la semaine prochaine*.

De même, dans certaines cultures, les sentiments n'ont pas leur place au bureau ; dans d'autres, au contraire, montrer vos sentiments vous rend plus sympathique et facilite le développement de la relation.

À faire et à ne pas faire

En plus de ces dimensions clés, chaque culture a ses propres conventions de politesse et ses tabous. Si vous travaillez avec des gens d'une nationalité en particulier, connaître un minimum de choses sur leur culture s'impose. Quelles sont les choses à faire et à ne pas faire ? De quoi peut-on parler avec une personne que l'on ne connaît pas bien ?



S'entraîner

Travailler avec des Français

Trouvez un collègue ou un ami étranger et échangez vos impressions sur vos cultures respectives. Quels conseils est-ce que vous donneriez à propos de la culture de travail en France (dire bonjour à ses collègues le matin avec une poignée de main ou une bise ; ne pas aborder l'argent ou le salaire comme sujet de discussion...) ? Qu'est-ce qu'il vous conseillerait pour aller travailler chez lui ? Comparez vos réponses.

La diversité, une valeur ajoutée

Comment profiter des différences culturelles plutôt que de les vivre mal ? Eh bien, à table, vous mangez d'habitude avec une fourchette et un couteau, mais si vous voyagez en Asie, il faudra apprendre à utiliser les baguettes. Faites la même chose dans la communication : soyez flexible et rencontrez l'autre à mi-chemin entre vos deux cultures.

Par ailleurs, tout comme une équipe de foot a besoin d'un gardien de but, des attaquants et des défenseurs, une équipe de travail a besoin de gens qui ont des qualités différentes. Si vous avez la chance de travailler dans une équipe internationale, prenez un moment pour réfléchir à ce que chacun d'entre vous apporte. Vous verrez que les uns planifient mieux, les autres s'adaptent plus vite aux changements, sans parler de ceux qui mènent la discussion, savent faire des compromis, se soucient des détails importants... Ensemble, nous sommes réellement plus forts. Profitons-en !

Comment dire « non » ? Les conventions de politesse

Si vous deviez apprendre seulement trois expressions en anglais, vous feriez bien de retenir *please*, *thank you* et *sorry*. Même si l'anglais est, de nos jours, parlé par des gens issus de cultures très différentes, ces trois piliers de l'anglais britannique continuent à ponctuer les échanges outre-Manche et dans beaucoup d'autres pays. Ne soyez pas surpris si un vendeur vous remercie cinq fois dans les deux minutes que dure la transaction : quand vous lui donnez vos achats, puis l'argent, puis quand il vous rend la monnaie, et les achats, et quand vous quittez la boutique...

Par ailleurs, même si les conventions de politesse varient d'une culture à l'autre (les Américains et les Australiens seront en règle générale plus directs que les Anglais) et ne sont pas toujours respectées dans les relations entre collègues proches, elles continuent à être enseignées aux quatre coins du monde, et vous avez donc tout à gagner à les maîtriser.

Mais voilà : est-ce que ces *thank you* et ces *please* veulent encore dire quelque chose ? Au minimum, ils servent à montrer à la personne avec laquelle vous parlez qu'elle mérite votre respect, et peuvent aussi montrer que vous vous mettez à sa place. Pensez à l'écoute active : quand le visiteur vous dit que le voyage en avion était un vrai cauchemar, lui dire "*I'm sorry to hear that*" veut simplement dire que son bien-être est important pour vous ; et ne rien dire, c'est lui faire comprendre que vous vous en fichez royalement...

En somme, ce sont des expressions et des gestes de bonne volonté au même titre que la coutume de se serrer la main : on dit qu'elle servait, au départ, à montrer à l'autre qu'on ne portait pas de couteau, et qu'on pouvait donc se faire confiance.

Quizz : Being polite

Reliez les répliques entre elles.

1. <i>Thank you very much!</i>	a. <i>Congratulations!</i>
2. <i>Can I use your phone?</i>	b. ☹ <i>I'd love to, but I can't./</i> ☺ <i>With pleasure.</i>
3. <i>I'm afraid I can't come to the party.</i>	c. <i>I'm afraid I don't – but ask the receptionist, I'm sure he'll be able to help you.</i>
4. <i>I'm sorry I'm late.</i>	d. <i>Not at all.</i>
5. <i>Excuse me, do you know where the business centre is?</i>	e. <i>Sure, go ahead.</i>
6. <i>I have just been promoted to training manager.</i>	f. ☺ <i>Thanks, I'll have a gin and tonic./</i> ☹ <i>I'm fine, thanks.</i>
7. <i>Can I get you another drink?</i>	g. <i>Thanks, you too.</i>
8. <i>Have a good week-end.</i>	h. <i>That's ok, don't worry. We haven't started yet.</i>
9. <i>Do you mind if I join you?</i>	i. <i>What a pity!/That's a shame.</i>
10. <i>Would you like to join us for drinks later?</i>	j. <i>You're welcome./My pleasure./</i> <i>Don't mention it.</i>

Corrigé : 1j – 2e – 3i – 4h – 5c – 6a – 7f – 8g – 9d – 10b

Vous l'aurez vu, la plupart des exemples du quizz ont deux points en commun :

- en cas de mauvaise nouvelle, il s'agit de préparer votre interlocuteur à ce qui va suivre (et rien ne vous empêche d'élargir cette stratégie à d'autres fonctions !)
- il est également plus poli d'exprimer le cœur du message en utilisant des expressions nuancées : *"I'd like to..."* et *"Would you like to...?"* plutôt que *"I want..."* et *"Do you want...?"*

Vous désirez ?

1. Demander un renseignement

Quand vous abordez quelqu'un dans la rue pour lui demander un renseignement, vous le dérangez. Il est donc poli de :

- commencer par “*Excuse me...*” ;
- utiliser des questions indirectes : “*Could you tell me where the nearest taxi rank is?*”

De même, interrompre le travail de quelqu'un pour lui poser une question peut se faire comme suit :

- “*Excuse me/Sorry to bother you... can I just ask you something?*”

2. Demander la permission

- “*Excuse me, may I/can I use your phone? – Certainly/Of course.*”
- “*Do you mind if I smoke? – No, go ahead!*”

3. Demander un service

- “*Could you open the window, please?*”
- “*I'd like to fax this to the Frankfurt office. Could you do it for me?*”
- “*Would you mind taking my phone calls while I'm in the sales meeting? – Not at all.*”



Bon à savoir

Would you mind?

“*Do you mind...*” et “*Would you mind...*” signifient textuellement : « Est-ce que cela vous dérange(ra)it... » – pensez donc à répondre par un non si vous souhaitez aller dans le sens de votre interlocuteur !

Sorry!

Sorry est utilisé de différentes façons : comme simple demande de répétition, comme un signal annonçant de mauvaises nouvelles ou pour présenter des excuses.

1. Demander de répéter

- “*Is this your first visit to Stockholm?*” – “**Sorry?**” – “*Is this your first visit to Stockholm?*”
- “*Sorry, I didn’t catch your name.*” – “*It’s Dan, Dan Wilson.*”

2. Annoncer de mauvaises nouvelles

On ne tue plus les porteurs de mauvaises nouvelles de nos jours, mais, en anglais, il est toujours utile de préparer son interlocuteur à une nouvelle déplaisante, même petite, en utilisant *I’m sorry* ou *I’m afraid* :

- “*I’m afraid I won’t be able to make the meeting.*”
- “*I’m sorry, but Ms Fox is not available at the moment.*”

Comme en français, plus la nouvelle est mauvaise et plus vous serez poli. En outre, si vous devez faire part d’un problème, continuez en proposant une solution :

- “*I’m terribly sorry, but there has been a mistake with your order. It was dispatched to another company. Unfortunately, we don’t have the items in stock right now, but I could arrange a delivery for next week. Would that suit you?*”

3. Présenter des excuses

Si vous devez présenter des excuses, il n'est pas rare de le faire deux fois, notamment au début et à la fin d'un entretien téléphonique ou d'un courrier électronique :

Dear Mr Watson,

I am sorry to inform you that we have had to cancel the June training seminar. I apologise for this change and hope you will be able to attend the seminar scheduled for 13 September.

Please return the attached form to us by email if you wish to attend the seminar.

Once again, my apologies for the inconvenience.

We hope to welcome you in September and look forward to hearing from you.

Best regards,

Janet Kline

Training Manager



Bon à savoir

Sorry!

Notez que quand quelqu'un vous appelle pour faire une réclamation ou quand vous devez lui annoncer de mauvaises nouvelles, les expressions "I'm sorry" ou "I'm sorry to hear that" ne veulent pas dire que c'est votre faute ou que vous êtes responsable du problème. En revanche, ne pas les utiliser veut dire que vous vous fichez pas mal de l'inconfort causé à l'autre personne.



Bon à savoir

Sorry ou Excuse me ?

Quand on utilise ces expressions telles quelles, sans complément, on aura tendance à utiliser *excuse me* avant de déranger quelqu'un (par exemple, quand vous souhaitez qu'on vous laisse sortir d'une rame de métro ou que vous voulez attirer

l'attention de quelqu'un), et *sorry* après avoir fait quelque chose de déplaisant (par exemple, quand vous avez bousculé quelqu'un). Notez toutefois que vous entendrez parfois un collègue vous interrompre avec un *“Sorry to interrupt, but...”*

Comment dire non ?

Savoir refuser sans offenser est un art. Comme pour les autres conventions de politesse, il s'agit avant tout de prouver votre bonne volonté envers l'autre personne, même si vous ne pouvez pas accéder à sa demande ou accepter son invitation. Comment lui dire que vous auriez bien aimé dire oui, mais... ?



Bon à savoir

Thanks? No thanks?

En français, quand on vous propose un café et que vous répondez *merci*, il s'agit parfois d'un refus poli. En revanche, un *thanks* sans complément veut dire oui.

1. Refuser la permission ou un service

- *“Excuse me, may I use your phone?” – “I’m afraid that is not allowed, but there is a payphone down the hall.”*
- *“Do you mind if I smoke?” – “Well, actually, I’d rather you didn’t. I’m allergic to cigarette smoke.”*
- *“I’d like to fax this to the Frankfurt office. Could you do it for me?” – “I’d love to help, but I’m late for a meeting. You could ask James.”*

2. Refuser une invitation

- *“Would you like to join us for lunch?”- “I’d love to, but I can’t – I have a department meeting. Maybe some other time.”*

3. Exprimer un désaccord

Prenez soin de faire comprendre à l'autre que vous avez bien entendu sa proposition avant de la refuser.

- *“I think we should change the design.” – “That’s a very good idea, but I’m afraid we can’t afford any more changes.”*
- *“I feel we should be investing more in R&D.” – “I see your point, but that’s not a priority right now.”*
- *“Don’t you think we should postpone the meeting?” – “You’re right, but the problem is that the CEO will be on holiday the day after, so there’s nothing we can do, I’m afraid.”*



S'organiser

À vous de jouer !

Vous retrouverez toutes ces expressions dans les différentes situations de la deuxième partie de cet ouvrage ; en attendant, commencez d'ores et déjà à compiler une « antisèche » d'expressions utiles pour les petits riens qui facilitent les rapports dans la vie de tous les jours.

Situations formelles et informelles

Il est vrai que l'habit ne fait pas le moine... mais en Grande-Bretagne, on associe encore souvent le registre de langue que vous utilisez et la classe sociale ou le niveau d'éducation : si vous parlez argot, on pensera que vos origines sont modestes, alors qu'un langage plus neutre vous placera plutôt dans les classes moyennes et un langage formel dans les élites.

Cela n'est pas aussi typé dans d'autres pays ; mais tout comme il ne vous viendrait pas à l'idée de porter un bermuda, un débardeur et une paire de tongs pour une réunion professionnelle, vous devez adapter votre façon de communiquer à la situation – exactement comme en français.

Comment déterminer le bon niveau de formalité ? Pensez aux aspects suivants :

- **Situation de communication** : un rapport scientifique est un document plus formel qu'un courrier électronique.
- **Contexte** : il y a des réunions formelles (les réunions des différentes institutions européennes) et informelles (une réunion de service, ou une réunion d'équipe projet).
- **Relation** : quels sont vos rapports avec l'autre personne ? Est-ce que vous l'appellez Mr Bradley, Robert, ou Bob ? Quels sont vos rôles du moment ? Vous pouvez très bien communiquer de façon plus formelle pendant une journée de réunions et « desserrer votre cravate » le soir au pub en compagnie de la même personne.

D'un registre à l'autre



S'entraîner

À la ville comme à la scène

Comment faire la différence entre une façon de communiquer formelle et une façon informelle ? Pensez à des situations que vous avez vécues – en anglais ou en français – et notez ce qui change en termes de :

- gestes : plus ou moins de gestes ? Des gestes différents ?
- voix : une voix plus ou moins expressive ou neutre ? Une prononciation différente ?
- langage : les types de phrases que vous utilisez, le vocabulaire...

Vous l'aurez constaté, « plus formel » rime souvent avec plus retenu, plus figé et plus précis : il peut vous arriver de répondre, selon le contexte, « J'sais pas » et hausser des épaules, « Je ne sais pas » et secouer très légèrement la tête, ou encore « Je l'ignore » sans geste particulier.

Quiz d'entraînement

Reliez les versions plus et moins formelles entre elles.

1. <i>I am writing to enquire about your courses.</i>	a. <i>ASAP</i>
2. <i>to contact</i>	b. <i>Can you help me with...?</i>
3. <i>Could you help me with...?</i>	c. <i>make sure</i>
4. <i>Would you mind if I smoked?</i>	d. <i>I'm writing to ask about your courses.</i>
5. <i>The form is to be returned by 12 March.</i>	e. <i>Is it OK if I smoke?</i>
6. <i>as soon as possible</i>	f. <i>Is Monday good for you?</i>
7. <i>ensure</i>	g. <i>Please return the form by 12 March.</i>
8. <i>Would Monday suit you?</i>	h. <i>to buy</i>
9. <i>The results will be sent next week.</i>	i. <i>to get in touch</i>
10. <i>to purchase</i>	j. <i>We will send you the results next week.</i>

Corrigé : 1d – 2i – 3b – 4e – 5g – 6a – 7c – 8f – 9j – 10h

Comme vous le voyez, ces exemples comprennent des différences tant au niveau de la syntaxe et de l'orthographe que de la grammaire et du vocabulaire.

Question de style

1. Phrases complètes ou style télégraphique ?

En anglais, on communique généralement avec des **phrases complètes**, sauf si vous avez une relation de collaboration informelle avec la personne. Comparez :

<p><i>I'm writing to confirm our appointment on Tuesday.</i> <i>I'm calling about the meeting. Could we postpone...</i></p>	<p>Standard : à un client, un partenaire, un fournisseur.</p>
<p><i>Just a quick note to confirm the appointment. Is Tuesday still ok?</i> <i>Listen, about the meeting – can we put it off...</i></p>	<p>À un collègue ou un partenaire avec lequel vous avez l'habitude de travailler dans un contexte informel.</p>

2. *I'm writing* ou *I am writing* ?

En anglais, on n'utilise pas de contractions dans des documents formels (par exemple, les rapports, un courrier à un prospect ou à un nouveau client), mais, comme dans l'exemple ci-dessus, on peut en utiliser dans la correspondance électronique de tous les jours avec des interlocuteurs qu'on connaît.

À l'oral, on préfère généralement les formes contractées : "*I'll call you back tomorrow*" sonne plus naturel que "*I will call you back tomorrow*".

3. *As soon as possible* ou *ASAP* ?

L'usage est semblable pour les abréviations : les abréviations usuelles (*ASAP*, *FYI*, *RE*, *TBA...*)¹ sont utilisées dans la plupart des courriers électroniques avec des interlocuteurs habituels. Attention toutefois à ne pas confondre le langage des SMS et des chats (*CUL8R*, *2U2*, *B4*, *LOL*)² avec celui des courriers professionnels.

Structures

1. *We will send you the details* ou *the details will be sent* ?

On utilise généralement la **voix active** et les **pronoms personnels** pour rendre le message plus dynamique et maintenir le lien avec l'interlocuteur (voir fiche 15). Néanmoins, le passif et les structures impersonnelles sont utilisés dans les situations très formelles, par exemple dans certains rapports. Comparez :

<i>The study was carried out over a two-year period.</i>	Rapport : il n'est pas important de savoir qui a réalisé l'étude, d'où le passif.
<i>We recommend that the sales team define their own sales targets.</i>	Rapport : néanmoins, la voix active est plus directe et l'accent est mis sur l'équipe qui réalise l'action.
<i>We will send you the programme next week.</i>	Courrier : il est important de maintenir le lien avec le lecteur, donc voix active.

2. *Do you mind* ou *Would you mind* ?

Un langage plus formel (et plus poli) utilise les modaux, les formes du passé et les tournures indirectes. Comparez :

Informel :

Can you help me?

Do you mind if I smoke?

Do you want a copy of the report?

Formel :

I was wondering if you could help me?

Would you mind if I smoked?

Would you like a copy of the report?

1. *As soon as possible, for your information, regarding, to be announced.*
2. *See you later, to you too, before, laughing out loud.*

Vocabulaire

Le niveau de formalité a également un impact sur le choix du vocabulaire :

- Les *phrasal verbs* et les expressions idiomatiques font partie du langage informel : “*I’ll get back to you tomorrow*” passe bien avec un contact habituel ou un collègue, mais préférez “*We will contact you again as soon as possible*” quand vous écrivez à un prospect ou un nouveau client.
- En règle générale, plus un mot vous semble « français » (d’origine latine), plus il a de chances de faire partie du registre formel : pensez aux paires *require/need, verify/check...*



S’organiser

First things first

Vous hésitez encore beaucoup entre les différents registres ? Ne vous en faites pas. La plupart du temps, les gens communiquent de façon relativement neutre dans un contexte professionnel, donc commencez par là, et vous irez déjà loin. Ensuite, vous pouvez nuancer et affiner vos compétences petit à petit.

Surtout, approchez les différences de registre avec un esprit de découverte : ouvrez les yeux et les oreilles et observez la personne, le contexte et le langage utilisé. Quelles sont les différences entre un présentateur de journal télévisé, un marchand qui tient un stand aux puces, un vendeur d’un grand magasin... ? Si vous voulez le monde en miniature, choisissez un bon film avec des personnages d’horizons différents et observez leur façon de parler : prenez, par exemple, *Love Actually*, et comparez les façons de s’exprimer du Premier ministre, du rocker, de l’écrivain, de la femme au foyer, du patron de l’agence de publicité, pour ne mentionner que quelques personnages.

Structurer votre discours

Votre message passera mieux si vous structurez ce que vous avez à dire, à l'oral comme à l'écrit. À l'inverse, si vous ne le faites pas, vous risquez de perdre votre public : on ne vous écoute plus ou on vous comprend moins bien.

Là encore, il s'agit de quelque chose que vous faites plus ou moins automatiquement en français mais qui, dans un premier temps, demande un effort conscient en anglais. Investir dans une structure claire est un effort payant ; comparez les deux versions suivantes (lisez-les à haute voix !) :

- *Due to a significant growth in the number of working women and the rapid development of the daycare system now consisting of more than 30,000 daycare centres across the country, **women are more independent than ever before.***
- ***Women are more independent than ever before.** This is due to two main factors: **first**, there has been a significant growth in the number of working women; and **second**, the daycare system has developed rapidly and now consists of more than 30,000 centres across the country.*

Vous l'aurez constaté : la seconde version est plus facile à comprendre. La ponctuation y est pour quelque chose (celle de la seconde vous permet de vous arrêter de temps en temps pour reprendre votre souffle), mais il s'agit également de la mise en avant du point clé et d'une signalisation claire avec des mots qui guident le lecteur.

***First things first* : priorité à vos points principaux**

En français, vous utilisez souvent une argumentation dans laquelle vous partez de vos arguments, faites une brillante démonstration des liens qui les unissent et arrivez à une conclusion qui tient. En anglais, il vaut mieux faire le contraire : vous donnez d'abord votre conclusion et seulement ensuite les différents arguments qui sont autant de preuves à l'appui. Comme dans la seconde version ci-dessus, il s'agit donc de commencer par le point le plus important.

Si vous faisiez un schéma de cette phrase, il pourrait ressembler à celui-ci :

Women = more independent than ever before

1. Reasons:

1.1 Number of working women has increased significantly

1.2 Daycare system has developed rapidly (30,000 centres nationwide today)

Ce principe se trouve à tous les niveaux du discours :

- Phrase simple : l'ordre des mots « standard » permet une lecture aisée qui met l'accent sur l'événement avant de décrire les circonstances.

Qui	fait	1. quoi/à qui 2. à qui/quoi	1. comment 2. où 3. quand
<i>Jamie</i>	<i>sent</i>	<i>an email to his boss his boss an email</i>	<i>from Frankfurt yesterday.</i>
<i>Production</i>	<i>increased</i>		<i>by 10% in Spain last year.</i>
<i>They</i>	<i>argued about</i>	<i>the problem</i>	<i>aggressively for hours.</i>

D'autres types d'ordre de mots sont parfois possibles, mais celui-ci est le plus usuel. Les adverbes de fréquence (*always, often, usually, rarely, never...*) et de certitude (*probably*) se placent avant le verbe principal (*He often walks to work*) sauf avec le verbe *to be* (*I am usually on time*).

- Paragraphe : commencez par une phrase qui résume l'idée clé que vous allez développer dans le paragraphe.
- Document/situation : le contenu essentiel est mis en évidence au début du document (ou de la situation) – pensez, par exemple, à la phrase qui annonce l'objectif d'un courrier électronique, ou au résumé qu'on place au début d'un rapport professionnel (*executive summary*).

Signalisation

La seconde stratégie utilisée dans l'exemple ci-dessus s'appelle la signalisation. Il s'agit de mots qui guident votre lecteur à travers le texte, ou votre interlocuteur à travers un entretien téléphonique, et aident le public à suivre votre présentation. Il y a plusieurs types de mots guides et de connecteurs ayant des fonctions différentes.

Indiquer l'ordre	First , we need to plan; second , we need to take action; and finally , we need to evaluate.
Souligner	Success is mainly/basically a matter of hard work. The team worked hard, especially Marco.
Rajouter de l'information	They worked hard. Furthermore/In addition , they were lucky.
Paraphraser	They didn't renew the contract. That is to say , we lost it.
Souligner les faits réels	No, I'm not the CEO. In fact/Actually , I'm the Marketing Manager.
Généraliser	In general/On the whole , our staff are rather satisfied.
Conséquence	They worked hard so they succeeded.
Cause	They succeeded because they worked hard.

But	They worked hard (in order) to succeed.
Opposition	They failed although they worked hard. Team A succeeded, whereas team B failed.
Donner une alternative	Either we do the job ourselves or we outsource it.



S'entraîner

Quel organisateur êtes-vous ?

Quels outils voulez-vous utiliser pour organiser vos interventions, la façon dont vous allez développer un point, vos courriers électroniques et autres documents professionnels ? À vous de savoir si vous préférez le faire sous la forme d'une arborescence (voir la phrase exemple plus haut) ou, par exemple, d'un mindmap (voir l'exemple de la fiche 12, p. 89).

Choisissez votre méthode et passez à l'action :

- Écoutez une présentation ou lisez un document professionnel en anglais et prenez note de la structuration utilisée.
- Structurez votre prochaine intervention ou document par écrit avant de le rédiger (le tout en anglais, bien sûr !). Cela vous donnera une vue d'ensemble de votre message et vous aidera à vérifier qu'il est clair, cohérent, et facile à comprendre.

Comment se rappeler des connecteurs logiques ?

- Écrivez une histoire en utilisant un maximum de mots guides. Plus vous y mettez de votre imagination (ou, au contraire, des faits réels, des événements qui vous sont effectivement arrivés), plus vous avez de chances de vous rappeler de l'utilisation de ces mots.
- Faites le même exercice à deux avec un collègue. Racontez une histoire à deux voix : chacun de vous rajoute une phrase en alternance en s'obligeant à utiliser un mot guide à chaque phrase. *Have fun!*

Le triangle magique

Il reste une troisième stratégie qui vous permet de structurer votre discours pour le rendre facile à suivre et à retenir : **Introduire – développer – conclure**. Ou encore : dites ce que vous allez dire, dites-le, et dites que vous l'avez dit. Cela peut vous sembler un peu lourd au départ – mais ça marche.

- (I) *I'd like to start by outlining our main activities...*
- (D) *We specialize in four different areas: ...*
- (C) *That's all I wanted to tell you about our core business. Let's now move on to my next point, future prospects.*

Ces trois stratégies vous permettront de faire passer un message bien organisé et plus facile à comprendre ; passez à la fiche suivante pour découvrir comment rendre votre discours plus dynamique.

Communiquer avec impact

On communique rarement « juste » pour communiquer : la plupart du temps, il y a un objectif à atteindre. Que ce soit pour arranger un rendez-vous à un moment qui vous convient, pour convaincre vos supérieurs que votre projet mérite d'être soutenu ou pour résoudre un problème, il est important de « vendre » votre idée pour obtenir ce dont vous avez besoin. Autrement dit : pour bien communiquer, il faut communiquer avec impact.



Réussir

Making a difference

Pensez à une réunion ou une conférence à laquelle vous avez assisté en français. Parmi les personnes que vous avez écoutées, certaines vous ont convaincu(e), d'autres moins. Qu'est-ce qui fait la différence ? Le sujet ? La manière de s'exprimer ? Le charisme ? La clarté du message ? Faites une liste des aspects que vous trouvez importants.

Be there!

L'élément qui gagnerait à être placé en tête de votre liste (quand on pense à le mentionner, tellement ça semble être naturel), c'est la **présence** de la personne qui parle : sa présence physique, ses gestes, sa voix. Autrement dit, communiquer avec impact, tout comme écouter de façon active, c'est **être** avant de faire. Être intéressé par le sujet, être

convaincu de ce qu'on dit, si possible être passionné par ce qu'on fait : car si vous voulez persuader d'autres gens, la première chose, c'est d'être vous-même persuadé.

Rappelez-vous : toutes ces ressources sont à votre disposition indépendamment de la langue que vous parlez ; ne vous en privez donc pas juste parce que vous vous exprimez en anglais. Le fait est qu'un message communiqué avec conviction et avec des erreurs de vocabulaire ou de grammaire passe infiniment mieux qu'un discours parfait et parfaitement... plat.

Au-delà de ce premier élément, indispensable, il y a deux autres aspects qui vous permettent d'ajouter de l'impact à ce que vous dites ou écrivez.

Pourquoi faire simple quand on peut faire compliqué ?

Bonne question. Réponse : parce que ça marche mieux. Bien communiquer en anglais, c'est rester clair, simple et concis.



Vécu

Trop simple pour être juste ?

Gilles H., chef de service, doit organiser une réunion en anglais. Qui dit réunion dit ordre du jour avec un courrier d'accompagnement. Un peu à court de temps, Gilles rédige les deux documents et commence à se relire... Des mots très « basic », des phrases terriblement simplistes et courtes, le tout pas très élaboré et encore moins élégant... Comment améliorer pour que tout cela fasse professionnel ? Par chance, Liz, une collègue anglophone, passe dans son bureau, et Gilles lui demande de jeter un œil sur ce qu'il vient d'écrire. Liz parcourt les documents, regarde Gilles et lance : "So... What's the problem? This is great. Keep it simple – it works."



S'organiser

Do it in English

Vous voulez mieux communiquer en anglais ? Communiquez en anglais de A à Z. Préparez vos notes, vos *mindmaps*, vos listes de mots clés, du bout de papier brouillon au document informatique en anglais ; cela vous permettra de rester simple et de découvrir quels sont les mots clés que vous devez encore trouver dans un dictionnaire pour être prêt le jour J.

On croit souvent gagner du temps en préparant une première version en français, mais le fait est que le travail est beaucoup plus compliqué à faire et le résultat, beaucoup moins bien. En effet, on ne peut pas traduire littéralement la manière de dire des choses, et le but n'est pas de faire du français en anglais ! Alors semez de l'anglais, et vous récolterez de l'anglais. Semez du français...

Ci-après quelques stratégies qui vous permettront de communiquer un message concis avec clarté et simplicité :

- Structurez votre discours. Nous l'avons vu, un message bien structuré, qui met l'accent sur les points principaux et comprend une bonne signalisation, passe mieux (voir fiche 7).
- Ne gardez que l'essentiel du contenu : votre message sera mieux mis en évidence au lieu d'être noyé dans du bla-bla. *Less is more*.
- Utilisez des phrases simples et courtes. Cela ne veut pas dire que votre anglais est « basic » – au contraire, cela veut dire que vous êtes capable de vous exprimer de façon juste en utilisant un minimum de moyens.
- Laissez à votre interlocuteur ou à votre lecteur la possibilité de respirer : à l'oral, faites des pauses pour que votre message ait le temps de « percuter » ; à l'écrit, utilisez la mise en page (de l'air entre les lignes, des listes avec des tirets au lieu d'un long paragraphe) et la ponctuation. S'il n'y a pas d'air dans la communication, votre message... s'étouffe.
- Utilisez les mots clés de façon consistante, n'en changez pas pour rajouter de la variété (il y a d'autres moyens de le faire). Si vous traitez, dans un rapport ou une intervention, de l'organisation de *e-learning*

dans votre société, ne commencez pas à diluer le sens avec des *virtual classrooms* ou autres *learning with ICT* ; on ne sait plus si vous parlez d'un seul concept ou de plusieurs concepts presque semblables.



Bon à savoir

Respirez !

Si vous n'arrivez pas à lire une phrase à haute voix en une seule expiration, elle est vraiment trop longue. Rajoutez, au minimum, quelques signes de ponctuation, et voyez si vous ne pouvez pas scinder votre phrase en deux. On fait souvent deux, voire trois phrases en anglais là où le français n'en utilise qu'une seule...

Soyez dynamique

Pour que votre message ait un impact, pour qu'il passe tout simplement, vous devez garder l'attention de l'autre personne. Pour cela, vous devez non seulement être dynamique, mais aussi rendre votre message dynamique.

En ce qui concerne le **vocabulaire** :

- Si vos mots clés doivent rester les mêmes, utiliser des adjectifs et des verbes différents permet de rajouter de la variété tout en étant précis. Utilisez un *thesaurus*, ou un site qui contient des *synonyms* pour vous aider¹ :
 - Si vous parlez d'un produit, répéter dix fois le mot *good* n'est pas vraiment convaincant, surtout à l'écrit. Les synonymes à votre disposition comprennent, par exemple, *great*, *excellent*, *fine*, *first-class*, *first-rate*, *suitable*... pour n'en mentionner que quelques-uns.

1. Les exemples cités ci-dessous proviennent du *Collins Cobuild Resource Pack*, un excellent outil sur CD-rom, qui a, en plus, le mérite d'être abordable et facile d'accès.

- Quand vous utilisez *get*, que voulez-vous dire exactement : *obtain, acquire, receive, win, catch, become, understand...* ?
- Évitez d'en rajouter, surtout si vous ne rajoutez rien au sens. Pensez à *free gift* qu'on trouve également en français – un *cadeau gratuit*, quelle nouveauté ! Depuis quand sont-ils donc devenus payants ? D'autres pléonasmes comprennent *past history, unexpected surprise, join together...* Enlevez ces mots inutiles et rendez votre message plus léger, il sera plus percutant.

Côté structures :

- Préférez les verbes aux substantifs. Le français utilise beaucoup de beaux concepts et de mots sophistiqués, mais cela ne marche pas aussi bien pour l'anglais de tous les jours qui préfère l'action. Comparez les phrases suivantes :
 - *She was successful in increasing sales by 25%.*
 - *She succeeded in increasing sales by 25%.*
 - *She increased sales by 25%.*

Le verbe est plus direct, et le nombre d'opérations intellectuelles pour comprendre la phrase passe de 6 à 4. Moins vous en dites dans le même laps de temps (ou dans le même espace), plus l'impact est grand.

- Quand cela est possible, préférez la voix active à la voix passive, et utilisez des pronoms personnels (*I/we, you*) au lieu des constructions impersonnelles. Votre message sera plus court, plus direct et plus personnel, donc plus facile à comprendre et plus percutant. Comparez :
 - *A new training policy should be devised by the HR Department.*
The HR department should devise a new training policy.
 - *In conclusion, it appears that there is need for more training in the Lyon branch.*
The conclusion we reached was that our Lyon staff need more training.

Combinez le tout, et vous verrez une différence très nette. Comparez :

- *In spite of our having had difficulties with the trade unions, it has been fortunately possible for us to offer an alternative solution which will probably be accepted by the trade unions...*
- *We had difficulties with the trade unions; however, we have offered an alternative solution which they will probably accept.*

Comme vous le voyez, communiquer avec impact est, finalement, très simple, et à vrai dire beaucoup plus facile à faire que le contraire. Faites-vous confiance, préférez les phrases courtes avec des constructions sans fioriture ni détour, prenez soin d'utiliser un vocabulaire précis et parlant, parlez avec conviction – et savourez l'impact de votre message.

Partie 2

Communiquer pro au quotidien

Comment faire une bonne première impression ? M'assurer du bien-être du visiteur que j'accueille ? Résoudre efficacement les problèmes de communication ? Présenter mon parcours de façon succincte ? Donner un coup de fil bien structuré sans bredouiller ? Rédiger des courriers simples, clairs, et concis ? Prendre rendez-vous, échanger des informations ou traiter de questions problématiques ? Prendre la parole lors d'une téléconférence ? Interrompre quelqu'un sans l'offenser ? Vérifier que j'ai bien compris la position de l'autre et exprimer un désaccord sans le heurter ?

Comment faire une bonne première impression ?

Comment interrompre quelqu'un sans l'offenser ?

Comment présenter mon parcours de façon succincte ?

Cette deuxième partie vous donne des stratégies pour différentes situations professionnelles au quotidien en face-à-face, au téléphone, et par écrit.

À vous de choisir les fiches qui vous intéressent en priorité et qui vous aideront à avancer vers **votre** objectif. Quelle que soit l'approche que vous allez retenir, assurez-vous de travailler avec la fiche correspondante dans la troisième partie pour acquérir les outils qui vous permettent de mettre ces stratégies en œuvre dans votre quotidien professionnel.

Premiers contacts

Rencontrer quelqu'un pour la première fois est un moment très important : non seulement vous n'avez qu'une seule occasion de faire une bonne première impression, mais le fait que le courant passe – ou non – a son impact sur les possibilités de collaboration. Ajoutez le fait que nous vivons dans un monde où les réseaux sont de plus en plus importants, et vous comprendrez facilement que nouer un (grand) nombre de bons contacts n'est plus une option, mais une obligation. Cette fiche vous donnera quelques stratégies pour mieux « réseauter » en anglais.

Se rencontrer



S'organiser

Osez le premier pas

Comment vous y prenez-vous pour aborder quelqu'un en français ? Quelles sont les différentes manières de se présenter ? Comment choisissez-vous l'approche qui convient ? Qu'est-ce qui change lors de la deuxième rencontre ?

Tout dépend du contexte et de la personne : réunion formelle ou apéritif lors d'un séminaire ? Collègue ou partenaire de même niveau hiérarchique ou PDG d'une entreprise avec laquelle vous travaillez ?

Quiz: *Can I introduce myself?*

1. Comment répondez-vous aux salutations et questions suivantes ? En cas de doute, aidez-vous de la fiche 17.

1. <i>Hi John, good to see you again!</i>	6. <i>Pleased to meet you.</i>
2. <i>How do you do?</i>	7. <i>How have you been?</i>
3. <i>How are things?</i>	8. <i>It was very nice meeting you.</i>
4. <i>Can I introduce myself? My name is Harper, Jack Harper.</i>	9. <i>Excuse me – would you be Mr Jackson?</i>
5. <i>Please call me Fiona.</i>	10. <i>I hope we'll meet again soon.</i>

Corrigé (réponses possibles) :

1. *Good to see you too! How are you ?* 2. *How do you do?* 3. *Not too bad, thanks. You?* 4. *Pleased to meet you, Mr Harper.* 5. *Then you must call me James.* 6. *Pleased to meet you, too.* 7. *Fine thanks – and you?* 8. *Yes, I really enjoyed talking with you, too.* 9. ☺ *Yes, that's right.* ☹ *Actually, no. I'm John Edwards.* 10. *I hope so, too/So do I.*

2. Lesquelles de ces expressions utiliseriez-vous lors d'une première rencontre ?

Corrigé : 2 – 4 – (5) – 6 – 8 – 9 – 10

Les stratégies usuelles pour aborder quelqu'un (ou pour présenter une personne à quelqu'un d'autre) comprennent, par exemple :

- Une accroche : *“I don't think we've met before – I'm Brenda, Brenda Bolton.”*
- Une demande de permission : *“May I join you?” – “Do you mind if I join you?” – “May I introduce myself? My name is...”*
- Une entrée en matière à propos du contexte : *“That was a very interesting talk, wasn't it?”* pouvant déboucher, après quelques répliques, sur *“I'm Brenda Bolton, by the way.”*

Faire connaissance

Saluer quelqu'un n'est qu'un début – il vous faut également montrer un minimum d'intérêt pour la personne que vous avez abordée ou qui est venue à votre rencontre. Mais voilà : comment faire ? De quoi est-ce qu'on peut parler ? Comment éviter les sujets qui fâchent et les questions gênantes ?



S'organiser

Et vous, vous gagnez combien ?

Quelles sont les conventions dans la culture française ? Prenez note des bons sujets de conversation et des sujets à ne pas aborder (peut-être en avez-vous déjà trouvé quand vous avez travaillé sur la fiche 4).

Certains sujets sont difficiles partout (même si l'histoire vous intéresse, évitez de parler de guerres passées, surtout sans y être invité), mais sinon, les sujets tabous et les questions indélicates peuvent varier beaucoup d'une culture à l'autre. Commencez donc par des sujets généraux, restez très à l'écoute et rappelez-vous que le but est de trouver des points en commun, pas de gagner un débat ou d'étaler votre culture générale.



Réussir

Culture counts

Il n'y a pas que les sujets de conversation qui peuvent changer d'une culture à l'autre. D'autres différences comprennent, par exemple :

- la taille de la « bulle personnelle » (évitez de « coller » un Suédois, mais ne vous étonnez pas si un Brésilien vous touche lors de la conversation) ;
- les tours de parole (les Français, et les Latins de façon générale, ont tendance à interrompre plus que les Germaniques et les Nordiques).

Là encore, il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : comme pour un pas de tango, c'est le bien-être et le plaisir des deux participants qui déterminent la bonne façon de communiquer. Soyez très présent, écoutez avec attention, observez les gestes de votre interlocuteur, et vous saurez comment le courant passe.



Bon à savoir

La bonne question ?

Préférez les questions ouvertes qui appelleront une réponse plus longue sur laquelle vous pourrez rebondir. Comparez :

- “Do you like Paris ?” – “Yes, I do.”
- “So, what do you think of Paris?” – “Oh, it’s a lovely city! And the museums are simply fabulous.” – “Yes, they are, aren’t they? Which ones have you visited?”



S’entraîner

What shall we talk about?

Créez quelques questions que vous pourriez poser à quelqu’un que vous venez de rencontrer dans une conférence internationale et entraînez-vous avec un collègue. Vous pouvez vous inspirer des sujets suivants ou en utiliser d’autres :

- The city: “Is this your first time in Paris?”
- The surroundings/ the context:
- The weather:
- News:
- Travel, holidays, cities and countries:
- Free time, sports, music, entertainment:
- Work*? Politics*? Family*? Money*?

*Certains de ces sujets ne seront pas appréciés par tous car plus personnels.

Gérer la communication



S'organiser

Un ange passe...

Il y a des cultures où le silence n'est pas un problème (en Finlande et au Japon, par exemple), mais, dans les cultures latines et anglo-saxonnes, il devient vite pesant. Comment est-ce que vous vous assurez que la conversation avance ? Prenez note de ce que vous faites quand vous communiquez en français.

Vous verrez que les stratégies sont relativement semblables en anglais. Mais une fois de plus, ce qui se fait automatiquement en français vous demandera peut-être un peu d'exercice conscient en anglais. Exercez-vous à utiliser, par exemple, les stratégies suivantes :

- Passer d'un sujet à un autre : pensez à ponctuer votre discours quand vous voulez changer de sujet ou revenir à un sujet : *So... Anyway...*
- Écouter activement : rappelez-vous que l'écoute active est votre premier outil pour mieux communiquer et prenez soin de réagir de façon appropriée aux bonnes ou mauvaises nouvelles (voir fiche 3).
- Jouez le jeu : pour reprendre l'exemple cité plus haut, quand on vous dit : *"Oh, Paris is a lovely city! And the museums are simply fabulous."*
 - montrez que vous avez entendu : *"Yes, they are, aren't they?"*
 - et retournez la balle avec une question : *"Which ones have you visited?"*
 - ou un commentaire : *"I could spend my life at musée d'Orsay... Couldn't you?"*
- Quand vous souhaitez clore la discussion, faites-le poliment : *"I must be going."* – *"I'm afraid I have to go."*



S'entraîner

English in action

Saisissez chaque occasion pour parler anglais dans votre travail, et cherchez à faire du « réseautage » en anglais, par exemple en prenant www.expatica.com comme point de départ pour entrer en contact avec des expatriés vivant en France – ou optez pour un pub irlandais plutôt qu'un café parisien...



Vécu

The Dream Team

Prenez une équipe bien soudée et complice – l'exemple est celui d'un service de sept personnes travaillant dans une institution publique, tous avec des niveaux d'anglais et des besoins différents, et une ambiance d'enfer – et changez la pause-café de l'après-midi en *coffee break*. Fous rires et progrès garantis !

Accueillir des visiteurs

Nous l'avons vu, rencontrer quelqu'un pour la première fois sur un terrain neutre est un moment très important pour la relation. Accueillir quelqu'un dans votre société l'est doublement, car c'est à vous de faire en sorte que votre visiteur se sente à l'aise.



S'organiser

Bienvenue

Comment préparez-vous l'arrivée d'un visiteur ? Que faites-vous pour que la personne se sente bienvenue, comment la mettez-vous à l'aise ? Comment lui montrez-vous que son bien-être est important pour vous ? Quels types d'encadrement et d'accompagnement prévoyez-vous ? Notez vos idées.

Welcome to our company

La visite commence bien avant que la personne pousse la porte de votre bureau : en effet, celle-ci est précédée d'un échange de courriers et/ou de coups de fil. Assurez-vous que ces premiers échanges soient aussi conviviaux et chaleureux que l'accueil que vous souhaitez faire à la personne le jour J, et vous aurez l'impression d'accueillir un ami plutôt qu'un étranger. Ces préparatifs vous permettront également de mieux connaître le personne et d'anticiper ses besoins.

Nous voilà le jour J, et il vous reste cinq minutes pour assurer un accueil réussi. Pensez aux stratégies suivantes :

- Faire un bon accueil, c'est comme écouter : il s'agit d'être avant de faire. Mettez-vous en condition de vous réjouir – réellement – de la

visite, et votre posture, vos gestes et le sourire qui les accompagnera feront plus que toutes les expressions que vous pourrez (et, parfois, devrez !) apprendre.

- Accueil respectueux et formel, ou chaleureux et moins formel ? Adaptez votre ton et le registre de l'accueil en tenant compte de l'ensemble des éléments qui entourent la visite : le statut et la culture de la personne, le contexte de sa visite, la culture de votre entreprise, votre position... Comparez :
 - *“Hello, you must be Mary Johnson. I'm John, Roberta's assistant. Welcome to BCC.”*
 - *“Welcome to BCC, Ms Johnson. I am John Waters, Ms Martin's assistant.”*
- Un accueil personnalisé vaut plus que tous les discours ensemble : dire ne serait-ce que « *Bienvenue à Paris* », ou « *Enchanté de faire votre connaissance* », dans la langue maternelle de votre visiteur est un signe de respect et de considération. Vous trouverez ces expressions dans une trentaine de langues sur www.bbc.co.uk/languages/other/quickfix/ (modèles de prononciation en mp3 inclus !).
- De même, vous adapter à la culture de votre visiteur lui montre que vous souhaitez qu'il se sente à l'aise et soit « chez lui » chez vous. Pensez aux Japonais et à leur rituel de cartes de visite (voir fiche 4), mais également au cadeau (quand faut-il l'ouvrir ?) et aux rafraîchissements (proposer un apéritif alcoolisé n'est pas toujours de mise).
- Personne ne vous demande de maîtriser l'ensemble des coutumes de la planète, mais si la visite est importante, quelques notions culturelles ne vous feront pas de mal (commencez, par exemple, par www.cyborlink.com/default.htm ou www.kwintessential.co.uk/resources/country-profiles.html).

Petits et grands soins

Le bien-être du visiteur doit rester votre priorité numéro un jusqu'à ce qu'il ait quitté votre société (voire, pour certaines cultures, le pays !). Rappelez-vous : un visiteur heureux fera un meilleur partenaire en affaires. Comment vous occuper de lui de A à Z ?

Did you have a good flight?

Poser quelques questions à votre visiteur relève de la politesse élémentaire – mais quelles questions poser ? S'il s'agit d'une première visite, et à plus forte raison si vous n'êtes pas la personne avec laquelle la relation d'affaires se noue en priorité, mieux vaut poser des questions neutres et générales sur le voyage, l'hôtel, le temps qu'il fait dans la ville de départ, voire ce que la personne pense de votre ville. En revanche, gardez les questions plus personnelles pour plus tard.

Quelle que soit la question, rappelez-vous qu'il est important d'adapter votre réaction aux bonnes ou mauvaises nouvelles (par exemple, "*I'm glad to hear that*" / "*I'm sorry to hear that*").



Bon à savoir

I'm sorry to hear that

Vous n'êtes pas responsable pour un hôtel minable et bruyant, un vol cauchemardesque ou un jetlag prononcé ; en revanche, il vous appartient de montrer de l'empathie si votre visiteur a des soucis. Rappelez-vous : "*I'm sorry*" ne veut pas dire que la faute est la vôtre, mais que vous êtes désolé pour votre visiteur. Et si vous montrez de la compassion ("*You must be very tired*") et offrez de l'aide ("*Would you like me to find another hotel?*") ou prononcez la phrase magique "*Is there anything I can do?*", vous aurez résolu la moitié de n'importe quel problème, y compris ceux auxquels vous ne pouvez strictement rien.

Would you like something to drink?

Vous soucier du bien-être de votre hôte, c'est également lui faciliter la vie tout au long de la visite. Anticipez ses besoins et proposez-lui un service spontanément, avant qu'il n'ait le temps de le demander ; cela montre que vous êtes prévoyant et vous permettra de dire non plus facilement si cela est nécessaire.



S'entraîner

Pour vous servir

- De quoi est-ce que votre visiteur pourrait avoir besoin ? Imaginez son parcours depuis l'arrivée jusqu'à son départ : comment pouvez-vous lui rendre la vie plus agréable ? Prendre son manteau... lui offrir un siège... lui proposer quelque chose à boire... continuez la liste !
- *Say it in English* : comment pouvez-vous faire ces offres de service ? Si vous n'êtes pas sûr, jetez un œil sur les exemples de la fiche 18.



Réussir

Dire « non »

Rappelez-vous : dire « non » sans préparation ni aménagement revient à claquer la porte au nez de votre visiteur. Si vous devez refuser une demande, pensez à adopter une stratégie bienveillante.

“Excuse me, could I use your computer? I need to check my emails.” Voilà une requête raisonnable à laquelle il faut pourtant parfois répondre non. Dans ce cas :

- Refusez : *“I’m afraid that’s not allowed...”*
- Expliquez : *“...because of safety reasons.”*
- Offrez une alternative : *“Would you like me to find out where the nearest web café is?”*
(voire, pour un VIP : *“Would you like me to arrange a laptop?”*)

Time for lunch

En dernier, mais tout aussi important, les repas et le temps libre autour de la visite font partie intégrante de celle-ci. Les coutumes varient d'un pays à l'autre, mais partager le repas de midi avec votre visiteur et lui

conseiller quelques activités pour le soir constituent un « minimum syndical ». Il est chez vous : que souhaiteriez-vous lui faire découvrir ? Pensez également à lui poser des questions sur ses préférences quant au restaurant.



Vécu

Euro 2000

L'histoire raconte que l'organisation de l'Euro 2000, assurée par les Pays-Bas et la Belgique, a connu quelques soubresauts au démarrage...

La première réunion a lieu à Amsterdam. La délégation belge est accueillie à 9 h sonnantes. Ils se voient offrir une tasse de café, et on passe aux choses sérieuses. En milieu de matinée apparaît une femme avec un chariot à dessertes : on prend le café tout en continuant à travailler. Vers 13 h, la dame revient avec une soupe, du café, des sandwichs et du lait froid. On prend 30 minutes pour déjeuner sur le pouce et se dégourdir les jambes dans une atmosphère conviviale. Dans l'après-midi, c'est le thé qui vient agrémenter les travaux. 17 h, tout le monde plie bagage, et on se dit au revoir. Les Néerlandais se félicitent d'avoir eu une journée productive. Quant à leurs partenaires belges, ils ne savent pas s'ils devraient en vouloir aux Néerlandais ou avoir pitié d'eux... quel manque de savoir-vivre !

La seconde réunion se passe à Bruxelles. Les Belges, déterminés à bien accueillir leurs partenaires (et, peut-être, leur donner une petite leçon d'hospitalité...) organisent une journée mémorable : petit déjeuner avec croissants, jus d'orange, café, et un discours du président de l'association pour donner aux travaux le cadre qui convient. À peine deux heures de discussion, et l'assemblée se dirige vers un des meilleurs restaurants de Bruxelles : déjeuner copieux et ambiance conviviale sont au menu. Quelques heures plus tard et un peu plus lentement, on revient dans les locaux du comité belge. Le temps de régler quelques points de l'ordre du jour, et il est 17 h. Les Belges sont fiers d'avoir fait honneur à leurs hôtes, et les Néerlandais... estiment avoir perdu une journée.

Histoire vraie ou mythe amusant, l'exemple est parlant...

À vous le tour...

Les mêmes stratégies de base s'appliquent quand c'est vous qui êtes le visiteur. Partez du principe que vos hôtes font tout ce qu'ils peuvent pour que votre visite soit réussie, et prenez les quelques surprises et différences culturelles avec un esprit d'ouverture et de découverte.



Bon à savoir

À bon visiteur, bon hôte

Souvenez-vous de thank you, please et sorry et utilisez-les fréquemment. Montrez que vous appréciez les gestes de vos hôtes, et si vous avez un service à demander, faites-le dans les règles de l'art (voir fiches 5 et 6).

Résoudre les problèmes de communication

« Il n'y a pas d'amour sans histoire¹ », et il n'y a pas de communication sans problème. Cela vaut pour le français comme pour l'anglais. Seulement, comme nous l'avons vu, nous avons tendance à considérer la plupart des problèmes de communication en anglais comme un signe de manque de compétences. Et si ce n'était pas ça ?



S'organiser

Problème ? Solution !

Observez une discussion en français entre deux collègues et prenez note chaque fois que quelqu'un signale un problème, demande une précision, dit la même chose avec d'autres mots, vérifie qu'il a bien compris, résume ce qu'il vient de dire, se reprend pour mieux s'expliquer. Soyez très attentif et notez chaque occasion.

Impressionnant, non ? La communication regorge de petits bouts de problèmes ou de malentendus potentiels que les deux personnes déjouent un peu comme un fêru de VTT descend la pente à toute allure et évite les cailloux et les racines sans avoir l'air de se donner beaucoup de mal.

Voilà encore une chose que vous faites automatiquement en français ; il s'agit à présent de prendre cette compétence et de la transposer en anglais.

1. Francis Cabrel.

What's the problem?

D'où viennent nos problèmes de communication en anglais ? La réponse la plus facile (et souvent « un peu facile ») est : de l'anglais. Il est vrai qu'il faut des compétences de base pour pouvoir communiquer. Mais cela n'est que la pointe de l'iceberg. Une fois les bases maîtrisées, les sources de nos ennuis comprennent, notamment :

- le style de communication : le débit et un accent plus ou moins fort, certes, mais aussi un discours plus ou moins structuré et « logique »... bref, tout ce qui fait vos problèmes de communication en français ! Essayez donc de comprendre un Marseillais brouillon vous débitant une histoire abracadabrante à toute vitesse... ;
- le contenu : si on vous parle d'un sujet que vous ne maîtrisez pas, vous aurez plus de problèmes. À l'inverse : quand vous communiquez sur un sujet connu ou dans votre domaine d'expertise, vous communiquez plus facilement ;
- les bruits ambiants : un mobile qui crachote, une téléconférence dans une salle avec un écho d'enfer, un concert d'imprimantes à l'arrière-plan, trois personnes qui parlent en même temps : autant de sources de problèmes que vous identifiez comme telles en français mais que vous ignorez parfois en anglais en croyant que ce sont vos compétences qui ne sont pas à la hauteur ;
- un manque d'attention ou une attention mal dirigée. Rappelez-vous ce que nous avons dit de l'écoute (voir fiche 3) : le fait que vous ne captiez même pas la moitié de ce qui se dit en français ne vous empêche pas de suivre les grandes lignes de la discussion. En anglais, c'est la même chose.

C'est souvent votre souci de tout comprendre qui vous empêche d'écouter réellement l'autre, et dès que vous ne comprenez pas un mot, vous vous attachez à ce trou noir, loupez la suite de la discussion et ne comprenez plus rien.

CQFD, vous le saviez bien que votre anglais n'était pas à la hauteur... **Vraiment ?!** Inversez la vapeur ! Dites-vous que, comme en français, même sans les détails, vous comprendrez toujours l'essentiel et pouvez avoir des précisions sur le reste.

Comme vous le voyez, ce ne sont ni uniquement ni même souvent principalement vos compétences en anglais qui sont en cause quand vous rencontrez un problème de communication. Alors faites-vous confiance et dites-vous qu'un problème, c'est fait pour être résolu.



Réussir

L'expert, c'est vous

Qu'il s'agisse de prévenir un problème de communication ou de le résoudre, partez d'une position de force. Utilisez toutes vos ressources : Que connaissez-vous du sujet ? Que connaissez-vous du contexte ? Que savez-vous de l'attitude ou de la position de la personne par rapport au sujet dont on parle ? Que disent ses gestes et le ton de sa voix ?

Rappelez-vous : c'est bien parce que vous savez communiquer que vous pourrez toujours mieux comprendre ; et c'est parce que vous comprenez les grandes lignes que vous pouvez demander des précisions sur les détails.

Better to be safe than sorry

Résoudre un problème, c'est bien – mais le prévenir, c'est encore mieux. Comment le faire ?

Pour bien vous faire comprendre :

- structurez votre discours : utiliser la signalisation (*firstly, secondly... because, as a result...*) et une argumentation déductive qui donne la priorité à vos points principaux (voir fiche 7) ;
- communiquez de façon simple et claire : des phrases courtes ponctués par des pauses et un vocabulaire simple rendent votre message plus percutant – et plus facile à comprendre (voir fiche 8) ;

- paraphraser : redire ce que vous aviez dit en utilisant des mots différents permet à l'autre de mieux vous comprendre. Dans une présentation, vous pouvez aller jusqu'au « triangle » : dire trois fois la même chose mais de trois façons différentes, et donner ainsi à votre public trois chances pour comprendre...
- vérifiez de temps en temps que l'autre vous suit toujours ;
- soyez attentif aux signaux de détresse : l'absence d'écoute active ou un regard qui se « balade »...

À l'inverse, quand c'est vous qui écoutez, prenez soin de montrer que vous suivez et de vérifier que vous avez bien compris – vous éviterez bien des problèmes.

Imaginez que vous êtes dans une réunion professionnelle. Il est question d'un nouveau projet international et on demande à chacun son avis sur la question. Votre collègue tchèque réagit en disant : *“The people at the Prague office aren't very happy – we think this needs changing.”*

Qu'est-ce qu'il veut dire ? Pour être sûr de bien comprendre le sens de son message, vous pouvez :

- poser des questions : *“Can you be a bit more specific? What are you not happy about? What would you like us to change and how?”* ;
- paraphraser : *“If I understood you correctly, you and your colleagues aren't satisfied, and you think that we should improve the project before carrying it out. Is that right?”* ;
- résumer : *“So you're saying that you and your colleagues would like to change things before we move on.”* ;
- anticiper la suite, les implications ou les conséquences : *“OK, so you must have some suggestions. Let's hear them.”*



Bon à savoir

Problème de communication ou problème tout court ?

Un problème de communication est parfois le résultat d'un problème plus profond. Que vous cherchiez à prévenir ou à résoudre un problème, essayez de vous attaquer à la cause et non au symptôme.

Si vous écoutez aussi ce qui n'est pas dit, cela vous permettra parfois de vérifier mieux ce que dit réellement l'autre : *“Are you saying that if we changed the project, people at the Prague office would be more motivated to participate?”*

Faut-il le rappeler ? Ces stratégies marcheront si, et **uniquement** si, vous écoutez avec attention ce que dit l'autre. Ici comme ailleurs, c'est votre présence dans la situation qui est votre premier outil.

À chaque problème sa solution

Nous l'avons dit : avec la meilleure volonté du monde, il ne vous sera pas possible d'éviter tous les problèmes de communication, car ils font partie de la communication – et c'est aussi bien ainsi.



S'organiser

Problème ? Solution ! (2)

Reprenez la discussion entre vos deux collègues, évoquée plus haut : qu'est-ce qu'ils ont fait pour assurer que l'autre comprenne bien ? Comment ont-ils modifié leur façon de communiquer en voyant que l'autre ne suivait plus ? Quelles sont les stratégies qu'ils ont utilisées pour vérifier qu'ils ont compris, pour résoudre un problème ou clarifier un malentendu ?

Les stratégies pour résoudre un problème ou clarifier un malentendu sont en grande partie les mêmes que pour prévenir, mais il vous faudra souvent être encore plus explicite et plus précis.

Si vous discutez d'un sujet complexe, évitez, dans la mesure du possible, les questions bateau du style : *“Could you repeat that, please?”* Ce

qu'on vous répond risque d'être tout aussi difficile à comprendre, et il vous faudra plus longtemps pour arriver à une solution. Des stratégies plus efficaces existent :

- posez des questions très précises et utilisez l'accent tonique pour que l'autre comprenne quelle partie vous n'aviez pas comprise : “*Sorry, did you say Tuesday or Thursday?*” ou “*Sorry, how many days did you say?*”
- paraphraser et résumez d'abord la partie que vous avez comprise (ou croyez avoir comprise), et posez votre question seulement ensuite.
- adoptez une approche en trois temps : signalez un problème, définissez-le et esquissez une solution ou posez une question : “*Sorry, I didn't understand what you said about the delivery – was it **this week** or **next week?***”

Présenter votre parcours

Montrer vos compétences en anglais dans le cadre d'un entretien d'embauche, vous présenter au démarrage d'un séminaire de formation ou faire connaissance avec un partenaire éventuel lors d'un cocktail informel quand vous êtes en déplacement, peu importe la situation, il vous faudra un jour présenter votre parcours en anglais pour donner une idée de qui vous êtes et d'où vous venez. Cette fiche vous donnera quelques stratégies pour vous préparer à le faire.

Mon parcours, c'est...

Quand on vous dit : “*Tell me about yourself*”, de quoi est-ce que vous allez parler ? Cela dépend beaucoup du contexte et de la personne qui vous pose la question, mais la plupart du temps vous allez :

- « piocher » dans le triangle travail-études-vie (pas nécessairement dans cet ordre) ;
- donner une vue d'ensemble de qui vous êtes aujourd'hui ;
- survoler rapidement les jalons marquants du chemin qui vous a mené(e) là où vous êtes.



Bon à savoir

Que dois-je mettre en avant ?

Quand vous présentez quelque chose, que ce soit pendant une minute ou une heure, dans un café ou devant un auditoire, il s'agit toujours de faire passer un message auprès de quelqu'un. Autrement dit, vous avez toujours un objectif et un public. Quel est le message que vous souhaitez faire passer ? Quel est le message qu'ils veulent entendre ?

Dans un contexte professionnel, le fait qu'enfant, vous passiez vos vacances chez votre grand-mère paternelle au bord de la mer et vos journées assis dans le sable à observer les crabes n'est pas forcément pertinent... Sauf si, justement, il s'agit d'un entretien d'embauche pour un poste de biologiste marin et qu'on cherche quelqu'un qui est passionné par son métier.

Mettez-vous à la place de la personne qui vous pose la question : qu'est-ce qui l'intéressera ? Cela vous permettra de mettre en avant les parties pertinentes de votre parcours.

Tell us about yourself

Prenez le temps de faire l'exercice suivant et faites-le **en anglais**.

1. My life

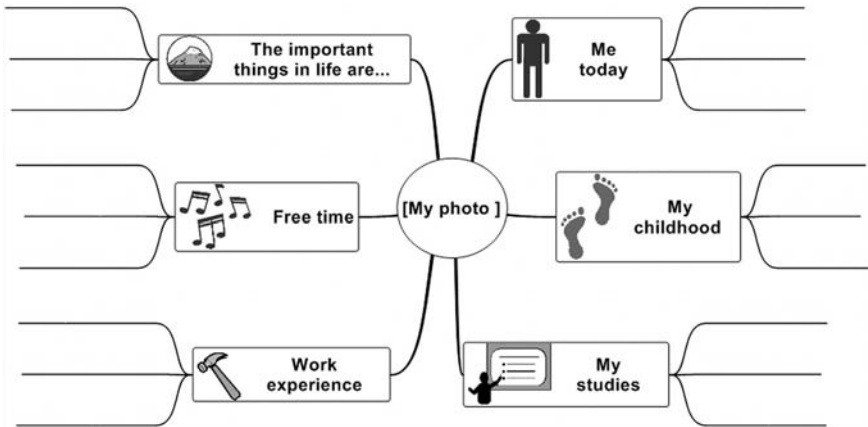
Commencez par un brainstorming d'ensemble rapide et sans censure, un peu comme ces personnes qui ont eu un accident et voient leur vie défiler à toute vitesse... Quels sont les éléments importants de votre vie et de votre parcours ?

Votre vie est un tout et il est préférable de faire ce travail en une fois. Choisissez la méthode qui vous convient :

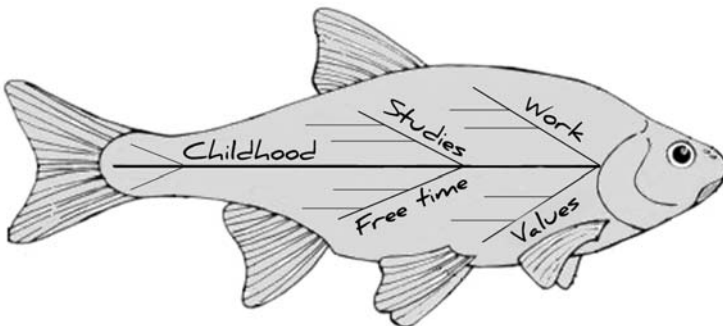
- un *mindmap* qui vous permet d'avoir une vue d'ensemble (voir l'exemple ci-après ; utilisez autant d'images et de rubriques différentes que vous souhaitez) ;
- un récit en écriture libre (vous écrivez en continu sans vous soucier du résultat. Mettez les mots qui vous manquent en français, mais continuez à écrire en anglais, c'est important !) ;

- un diagramme d'Ishikawa, appelé aussi « fishbone diagram » (voir l'exemple ci-dessous) ;
 - des mots sur des bouts de cartons que vous pourrez organiser plus tard.
- L'essentiel, c'est d'avoir autant d'éléments que possible sur qui vous êtes. *In English, of course.* Laissez-vous aller et mettez de côté vos problèmes d'anglais éventuels pour l'instant (mots manquants, questions sur les temps des verbes...), vous vous en occuperez plus tard.

Exemple de *mindmap*



Exemple de diagramme d'Ishikawa



Si vous trouvez l'exercice de brainstorming difficile, vous pouvez aussi commencer par répondre aux questions suivantes :

What do you do?

.....

If you work, who do you work for? How long have you been working for them?

.....

If you are a student, what do you study? When will you graduate?

.....

If you have just finished your studies or are between jobs, what kind of work are you looking for?

.....

How old are you?

.....

Where do you live?

.....

Where were you born?

.....

Do you have any brothers and sisters?

.....

Where did you grow up?

.....

What about school?

.....

What did you do after school?

.....

Where did/do you study? Why did you choose that field and that college/university?

.....

What did/do you specialise in?

.....

What courses did/do you like best? Least? Why?

.....

Have you ever changed your major field of interest while studying? Why?

.....



Bon à savoir

Un diplôme, ça ne s'invente pas

N'essayez surtout pas de traduire vous-même l'intitulé de votre diplôme de fin d'études. Le résultat est souvent barbare et peu parlant. Préférez une explication (BTS, a two-year vocational degree) et, quand cela est possible, le terme et la description utilisés dans le système européen LMD, en mentionnant au besoin le nombre de crédits (ECTS). Vous trouverez des renseignements et un graphique sur le site d'ÉduFrance : www.edufrance.fr/en/ → French higher education in brief.

What kind of work experience do you have?

.....

What do you like about your current job? What don't you like?

.....

What jobs have you held in the past?

.....

Which of your previous jobs did you like best? Least? Why?

.....

What have you learned from those jobs?

.....

What do you do in your free time?

.....

What are your interests?

.....

Are you a member of an association? Which one?

.....

Have you ever done any volunteer work? What kind?



Bon à savoir

Un hobby qui a la cote ?

Certains passe-temps ont plus la cote que d'autres. Si vous cherchez un poste qui demande une bonne aptitude au travail en équipe, mentionner vos années de foot vaut mieux que mettre en avant une activité solitaire.

2. A sense of purpose

Dans un deuxième temps, sélectionnez, organisez et étoffez les différents éléments que vous souhaiteriez mettre en avant. Cette fois-ci, vous pourrez travailler section par section si nécessaire. Pensez à inclure vos motivations : en effet, votre vie n'est pas une succession de hasards, et si vous présentez votre parcours dans un entretien d'embauche, votre interlocuteur sera également intéressé de savoir **pourquoi** vous avez fait tel ou tel choix.

Il est également temps de soigner l'expression : jetez un œil aux outils fiche 20 en cas de besoin.

Question de contexte

Une fois le travail fait, exercez-vous à présenter votre parcours oralement : trouvez des volontaires au bureau, à la maison, parmi vos amis, et variez les situations :

- si vous devez présenter votre parcours au début d'une formation pour expliquer pourquoi vous êtes là, vous aurez probablement la parole « en continu » ;

- dans un entretien d'embauche, en revanche, vous aurez probablement des questions qui vont interrompre votre présentation (« *Ah, vous avez fait du football pendant cinq ans. Pourquoi est-ce que vous avez arrêté d'en faire ?* »). Pensez donc plus en termes de questions-réponses.



S'organiser

The elevator pitch

Présentez votre parcours dans le laps de temps que dure un trajet en ascenseur : 30 secondes à 1 minute ou encore 100 à 150 mots. Cela peut être particulièrement utile quand vous « réseautez » pour trouver un travail, des partenaires ou des clients.

Curriculum vitae

Si vous souhaitez trouver un travail ou un stage à l'étranger, il vous faudra également présenter votre parcours par écrit sous la forme d'un CV, accompagné d'un courrier de motivation ; dans certains cas, on vous demandera de remplir un formulaire.

Un bon CV est, comme en français, clair, attirant, et parlant. Les *resumes* américains sont en général plus courts que les CV britanniques, et ne comprennent pas forcément une section sur les loisirs.

Partez du principe qu'une page doit vous suffire, et adaptez le contenu en fonction de votre parcours :

- au début de votre carrière, vos activités associatives peuvent utilement compléter une expérience professionnelle encore un peu courte ;
- par la suite, plus vous avancez, moins vous voudrez mentionner chaque petit boulot que vous avez un jour occupé.

Par ailleurs, il s'agit toujours et encore de présenter votre parcours à un public en particulier, et vous devrez donc adapter votre message en fonction du lecteur.



Réussir

Positivez !

La présentation de votre parcours vous appartient. « *Je n'ai pas encore fini mes études* » et « *je vais bientôt finir mes études* » peuvent décrire les mêmes faits, mais l'image n'est pas la même, ni pour vous ni pour celui ou celle qui vous écoute. Profitez donc de la situation pour positiver et donner une image dynamique de votre parcours !

Réussir un entretien téléphonique

Communiquer au téléphone n'est pas aussi facile que se parler en face-à-face, surtout quand on reçoit un appel. Cela n'est pas étonnant – vous ne pouvez pas utiliser les gestes pour vous faire comprendre.

Comment faire pour réussir un entretien téléphonique ? Comme pour d'autres situations, le niveau de compétences a son impact, mais ce n'est souvent pas le facteur le plus important.



S'organiser

Identifiez vos ressources

Prenez un moment pour réfléchir à ce que vous faites pour réussir un appel téléphonique important, délicat, problématique en français. Comment vous préparez-vous ? Vous réfléchissez à l'objet de l'appel ? Vous prenez des notes ? Vous anticipez peut-être la réaction de votre interlocuteur ? Comment gérez-vous la communication ? Comment gardez-vous un bon contact avec la personne ? Notez vos idées.

Vous allez voir que les stratégies sont les mêmes en anglais. Il s'agira de :

- vous préparer à un appel téléphonique ;
- guider votre interlocuteur : structurer l'appel ;
- garder le contact avec votre interlocuteur : écouter avec la voix ;
- résoudre les problèmes de communication.

Bien préparer l'appel pour mieux réussir

Appels sortants

Avant de décrocher le combiné, prenez deux minutes pour définir votre plan d'action. **Faites ce travail en anglais**, cela vous permettra d'activer le vocabulaire nécessaire (ou le chercher dans un dictionnaire). La préparation en anglais est **essentielle**. Si vous ne téléphonez pas souvent en anglais, vous pouvez même écrire les premières phrases pour être plus à l'aise.



S'entraîner

Preparing a phone call

- *Why am I calling? What is the purpose of my call?*
- *What do I want?*
- *What kind of questions might the other person ask?*
- *How am I going to start the phone call?*

Une fois ce travail fait, il ne vous reste qu'à vous exercer à débiter l'appel. Pensez à bien respirer et parlez un peu plus lentement que d'habitude, cela vous aidera à mieux articuler et donc à mieux vous faire comprendre.

Appels entrants

Très bien, tout cela marche quand c'est vous qui téléphonez – mais comment se préparer à un appel entrant ?

Dites-vous bien qu'un appel en anglais est une normalité – et prenez l'habitude de vous faire surprendre. Cela vous arrivera de plus en plus souvent.

Voici quelques idées :

- Rappelez-vous qu'en français vous n'entendez pas tout ce qu'on vous dit, mais que cela ne vous empêche pas de comprendre les points clés du message. Eh bien, en anglais, c'est la même chose.

- Utilisez vos ressources : faites ce que vous feriez en français. Donnez-vous le droit d’avoir des problèmes et de les résoudre. Et... respirez.
- Gardez une antisèche à côté du téléphone pour avoir accès à quelques expressions de base à n’importe quel moment.
- En dernier recours, vous pouvez toujours prétexter un autre appel ou une réunion pour rappeler la personne dans un quart d’heure et vous donner ainsi la possibilité de vous préparer. C’est ce que vous feriez lors d’un appel en français si vous n’aviez pas tous les éléments nécessaires à portée de main (dossiers, références...). Pour vos « éléments linguistiques », c’est la même chose.

Structurer l’appel pour mieux guider votre interlocuteur



S’entraîner

Les différentes étapes d’un appel

Observez vos collègues lors de différents appels téléphoniques en français et essayez d’identifier une structure type. Quelles sont les différentes étapes ? Comment sont-elles séparées ou marquées ? Comment cela change-t-il d’un interlocuteur à l’autre ?

Vous l’aurez constaté : un appel téléphonique comprend, la plupart du temps, des signaux qui aident votre interlocuteur à vous suivre et qui ponctuent la conversation :

- signalez clairement l’objet et les point clés de votre appel : *“I’d like to check a couple of things concerning the project. First of all, could you give me the date for the next meeting? ... Another thing, do you know if all the participants have confirmed? ... One more thing, could you send me the agenda?”*

- ponctuez l'appel : *So.../Right.../Anyway...* vous permettent d'avancer d'une partie de l'appel à une autre ; du *small talk* au sujet de l'appel, et, finalement, à la conclusion de l'appel.



S'entraîner

Simuler un appel

Prenez un appel type et imaginez ce que vous pourriez dire à chaque étape, puis comparez vos réponses aux suggestions dans la fiche 21. Comme en français, quand on connaît la personne, on échange quelques « petits riens » (*small talk*) avant de passer aux choses sérieuses ; de même, on fait souvent référence à un contact à venir à la fin de l'appel (« *Talk to you soon!* »/« *I look forward to seeing you on Tuesday* »).

Say who you are:



Give your reason for calling:



Make sure it is a good time to call:



Talk business: information, arrangements, problems...



Request/offer action:



Signal closing:



Confirm action and details:



Thank and close:

Faites le même travail en variant le déroulement de l'appel (la personne n'est pas là et vous laissez un message) et votre position (c'est vous qui recevez l'appel). Un exercice à deux est encore mieux – surtout si vous faites le coup de fil par surprise...

Écouter avec la voix pour garder un contact de qualité

La structure est une chose, mais elle ne vous sert à rien si vous ne parvenez pas à maintenir un **bon** contact avec votre interlocuteur.

Écoutez avec votre voix

Attention, silence = absence.

Problème de vocabulaire ?

Vous n'avez pas toujours besoin de mots : “*Mmh... Uh-huh... Yes... Right...*” suffisent pour dire que vous êtes présent et intéressé par ce que dit l'autre.

Utilisez le ton approprié

Rappelez-vous : si votre voix n'a pas le même sens que les mots que vous utilisez, vous avez peu de chances de convaincre votre interlocuteur.

Adaptez votre intonation

Une intonation montante encouragera votre interlocuteur à continuer (“*yes ↗... yes ↗...*”), une intonation descendante lui dira que vous souhaitez prendre la parole (“*... ↘ yes*”). Il faudra parfois faire un pas de plus et vous exprimer « en toutes lettres » quand vous souhaitez intervenir : “*...right. Can I just say something? I think we should change the date.*”

Il vous faut un instant?

Dites-le : “*Just a second, I'll get my diary/I'll get a pen*” permet de maintenir le lien, et pourra être suivi par une « ponctuation de retour » : “*Right. Tuesday at three?*”

Écouter avec la voix est d'autant plus important que vous ne pouvez pas utiliser les gestes pour mieux faire passer votre message – à une exception près : on entend votre sourire à l'autre bout, et on entend une grimace tout aussi bien...

Vous avez un problème ? *No problem!*

Est-ce que les problèmes de communication vous empêchent de réussir un appel téléphonique en français ? Non. Pourquoi ? Entre autres parce que vous vous dites que les problèmes, c'est normal d'en avoir de temps en temps. Ensuite, vous trouvez une solution. Faites la même chose en anglais.



Bon à savoir

13 ou 30 ? “Sorry, was that one-three or three-zero?”

Poser cette question ne veut pas dire que votre anglais n'est pas à la hauteur. Au contraire, on comprendra que vous êtes un pro qui prend soin de vérifier au lieu de risquer une erreur. C'est aussi ce que font les anglophones...

- Commencez par signaler qu'il y a un problème avec un **sorry** affirmatif.
- “Sorry, **when** did you say?”... “Sorry, did you say **Tuesday** or **Thursday**?”
Posez une question précise ou vérifiez ce que vous croyez avoir entendu – vous serez beaucoup plus près de la solution qu'en demandant simplement une répétition.
- Vous avez besoin de temps pour chercher une réponse ou tout simplement vos mots ? Prenez-le avec “Mmh... Let me see...” ou “Right... Let me think...” – votre interlocuteur sera d'accord pour attendre.

Alors comment faire pour réussir une communication téléphonique ? Mettre toutes les chances de votre côté, accepter que vous ayez parfois des problèmes de communication, et être réellement présent et attentif à l'autre. Et qui sait, vous serez peut-être surpris de constater que la prochaine fois que vous finirez un appel par “*It was nice talking to you*”, vous le penserez réellement...

Rédiger des courriers électroniques clairs

On a parfois l'impression qu'il est plus facile de communiquer par écrit : pas de surprise, pas d'improvisation, vous avez tout le temps qu'il vous faut pour réfléchir... Tout cela est vrai, mais il y a aussi une difficulté majeure : le message passe en différé.

Vous ne serez pas là au moment où l'autre recevra votre message. Par conséquent, vous ne pourrez pas corriger le tir, nuancer votre position du tac au tac, ni donner une explication supplémentaire sur-le-champ, pour vous assurer que le message passe réellement et qu'il a été :

- compris : votre message passe à 50 % : le lecteur comprend le sens de ce que vous écrivez, il n'y a pas de malentendu ;
- entendu : votre message passe à 75 % : il entend et comprend, dans le détail, le message que vous souhaitez faire passer ou la demande que vous faites ;
- accepté : votre message passe à 100 % : le lecteur est prêt à coopérer, il est persuadé par ce que vous écrivez. Vous avez atteint votre objectif !

Voilà pourquoi votre courrier doit être clair, simple, bien structuré, et rédigé en pensant, à **chaque instant**, à la personne qui va le lire. Un lecteur qui ne vous suit plus, c'est comme une personne qui ne vous écoute plus : elle ne vous donnera pas ce que vous demandez, parce qu'elle n'entend pas votre demande.



Réussir

Reader-friendly texts

Dans la tradition française, il est très important d'écrire selon certaines normes, et, si possible, s'exprimer avec élégance, d'où l'utilisation de formules standard parfois sophistiquées et de phrases plutôt longues. Cela est souvent difficile pour l'auteur – et aussi pour le lecteur !

En anglais, la tendance actuelle est exactement l'inverse : un texte est écrit pour être lu. Il s'agit donc d'écrire des textes faciles à comprendre et agréables à lire – comme un parcours balisé qui se fait sans effort...



S'organiser

Écrire pour être lu

1. Passez en revue une vingtaine de courriers professionnels que vous avez **reçus**, que ce soit en anglais ou en français. Lesquels sont faciles à lire et à comprendre ? Pourquoi ? Lesquels sont moins digestes ? Pourquoi ? Faites une liste des aspects que vous appréciez en tant que lecteur.
2. Passez ensuite en revue une vingtaine de courriers professionnels que vous avez **écrits**. Est-ce qu'ils répondent à vos attentes en tant que lecteur ? Oui ? Parfait, continuez comme ça. Non ? Vous savez ce qu'il vous reste à faire...

Un bon courrier est toujours spécifique : vous l'écrivez à quelqu'un en particulier, pour une raison bien précise et dans un contexte donné. Pour atteindre votre objectif, vous devrez connaître votre lecteur (ou vos lecteurs), être au clair sur ce que vous voulez, et en déduire l'approche qui vous permet de l'obtenir.



S'entraîner

Key questions

READER X GOAL = CONTENT + STYLE

À chaque fois que vous devrez écrire un courrier, prenez le temps de répondre rapidement aux questions suivantes – en anglais, bien sûr :

1. **Reader(s):** Who is(are) my reader(s)? Who am I writing to? What is our relationship: is the reader above me, at the same level, or below me?

2. **Goal:** *Why am I writing this email? What do I want?*
3. **Content:** *What information does (do) my reader(s) need so that they can give me what I want/need? How much information? What kind of information? How detailed should the information be?*
4. **Style:** *How formal should my email be? How direct or indirect should the style be?*

Vous voilà au clair sur les paramètres de votre courrier. Reste à assurer qu'il est bien structuré, clair, et percutant.

Structurer vos courriers électroniques

On dit parfois qu'un courrier électronique est un coup de fil écrit, tant les deux structures de base se ressemblent.



S'entraîner

Bien structuré est à moitié compris...

Reprenez votre sélection de « bons » courriers, si possible en anglais, et analysez la structure : y a-t-il des éléments qui reviennent ? Une approche en commun ? Une structure type ?

1. Prenez un courrier type et imaginez ce que vous pourriez écrire à chaque étape. Comparez vos réponses aux exemples de la fiche 22.
2. Si vous n'écrivez pas encore de courriers en anglais, imaginez la situation suivante :

Vous venez de rentrer d'une conférence à Amsterdam. Vous y avez retrouvé Joan Winters, qui travaille, comme vous, dans les ressources humaines et que vous retrouvez régulièrement lors de différents congrès.

Vous êtes en train d'écrire un rapport sur la motivation, et il se trouve qu'elle est spécialisée dans ce domaine ; du coup, elle vous a proposé de relire votre rapport et de vous faire part de ses remarques.

De retour au bureau, vous lui envoyez un courrier avec, en pièce jointe, votre rapport. Écrivez le courrier d'accompagnement (une version formelle et une version informelle !). Comparez vos courriers aux propositions de la fiche 22.

Salutation:



[Thank the reader,] refer to previous contact or to the context:



Give your reason for writing:



*Core content: exchanging information, making arrangements,
requesting action, offering help...*



Request/promise action:



End with closing remarks...:



... and refer to future contact:



Salutation:



Réussir

Bonnes nouvelles ? Mauvaises nouvelles ?

Adaptez votre ton aux circonstances et préparez votre lecteur à ce qui va suivre :

☹ “I am sorry to inform you...” ☹ “I am writing to tell you...” ☺ “I am pleased to confirm...”



Bon à savoir

Droit au but !

Vous avez entre 10 et 20 secondes pour convaincre la personne de lire votre courrier.

1. « Étiquetez » votre courrier en utilisant un objet parlant : *Please comment/ Draft agenda for our next meeting* vaut mieux que *Important information*.
2. Place à vos priorités : le premier paragraphe, court, doit clairement indiquer pourquoi votre lecteur devrait lire votre courrier et ce que vous attendez de sa part. Est-ce qu'il doit simplement être au courant ? Donner son accord ? Agir ?

Écrire de façon simple et claire

Rappelez-vous : facile à lire = bien compris = à moitié fait. Ce n'est pas aussi simple, bien sûr, mais voilà le principe. Ci-après un rappel des grandes lignes pour le mettre en pratique. Revoyez, en cas de besoin, les fiches 7 et 8 pour des exemples et des explications plus détaillées !

- Mise en page : plus qu'une question de forme, elle vous permet de rédiger des courriers digestes. Paragraphes très courts, de l'air entre les lignes, des listes numérotées plutôt qu'une phrase longue avec des virgules. Ouf, on respire ! Et on continue à lire.
- Phrases courtes : de 8 à 18 mots maximum. Variez la longueur, ça met du rythme, et dites-vous que les idées importantes, c'est dans les phrases courtes qu'on les trouve. Et puis : une seule idée par phrase.
- Place à vos priorités : commencez par la question la plus importante, et mettez votre point principal en début de phrase. Les arguments qui le soutiennent viennent ensuite.
- Guidez votre lecteur en utilisant une signalisation claire et des connecteurs logiques (*because, so, however, on the contrary...*).
- Simplifiez, simplifiez, simplifiez. Dans 90 % des cas, un vocabulaire simple passe mieux que des mots sophistiqués ; les 10 % restants seront dus à un contexte ou une relation très formels.
- Élaguez le contenu : incluez **seulement** ce dont votre lecteur a besoin, et votre message passera mieux. *Less is more!*



Réussir

C'est quoi, une phrase courte ?

Si vous n'arrivez pas à lire votre phrase à haute voix en une seule expiration, il vous faut au moins inclure un peu de ponctuation. De même, une phrase qui dépasse deux lignes dactylographiées est probablement trop longue. Coupez-la en deux (ou même en trois !).

Testez votre prochain courrier : lisez-le à haute voix avant de l'envoyer. Est-ce que l'objectif est clair ? Les arguments faciles à suivre ? Les phrases assez courtes et simples ? Si vous butez à la lecture et avez de la peine à « cracher » le contenu, il y a de fortes chances que votre lecteur – qui ne connaît pas votre texte ! – ait de la peine à le digérer...

Appels et courriers variés

Nous avons vu les bases pour le téléphone et les courriers électroniques : la structure type et les stratégies pour communiquer de façon claire, et pour faire face aux problèmes de communication. Passons à un niveau supérieur, celui qui vous permettra de gérer le rapport que vous avez avec l'autre personne et de communiquer de façon plus efficace au quotidien.

Communiquer au quotidien

Quiz d'entraînement

Reliez les débuts et les fins de séquences du tableau page suivante. Lesquelles pourriez-vous trouver plutôt dans un entretien téléphonique, dans un courrier électronique, dans les deux ?

1. <i>I am writing to enquire about your courses.</i>	a. <i>... that we have decided not to extend your contract for another year.</i>
2. <i>I regret to inform you...</i>	b. <i>I'm afraid there's a bit of a problem – you delivered 100 units, but you've charged us for 1000! That makes 4500 pounds instead of 450!</i>
3. <i>I'm afraid I'm tied up all Wednesday.</i>	c. <i>... about the poor service we have received at one of your hotels.</i>
4. <i>I'm afraid something has come up.</i>	d. <i>Could you send me the dates and the prices for the intensive seminars?</i>
5. <i>I'm calling about the invoice you sent.</i>	e. <i>How about Friday morning instead?</i>
6. <i>I would like to book...</i>	f. <i>... a price list and the dates for the summer sessions.</i>
7. <i>I'm calling to complain...</i>	g. <i>I can't make it on Tuesday – could we meet on Friday instead?</i>
8. <i>Thank you for your enquiry. I am attaching...</i>	h. <i>... a double room from 6 September to 8 September, that's three nights.</i>

Corrigé : 1d – 2a – 3e – 4g – 5b – 6h – 7c – 8f

Téléphone : 5, 7 – Courrier : 1, 2 (très formel), 8 – Les deux : 3, 4, 6

Quel que soit l'objet de votre appel ou de votre courrier, annoncez la couleur dès le départ en ce qui concerne **le type de situation...**

	Échange d'informations	Rendez-vous, réservations, arrangements	Problèmes et réclamations
<i>I'm calling...</i>	<i>to ask you about...</i>	<i>to make an appointment...</i>	<i>about a delivery problem...</i>
<i>I'm writing...</i>	<i>to tell you about...</i>	<i>to make a reservation...</i>	<i>to complain about...</i>

... et le **genre de nouvelles** que vous allez annoncer, surtout quand elles sont mauvaises :

– au téléphone : *“I'm afraid there's been a problem with...”* – *“I have some bad news, I'm afraid...”*

- dans un courrier : ☹ “*I am sorry to inform you...*” – ☹ “*I am writing to request...*” – ☺ “*We are happy to confirm...*”
- Notez que les « mauvaises » nouvelles qui appellent un *I’m sorry* ou *I’m afraid* sont diverses et variées (et pas forcément dramatiques) : vous n’avez pas le renseignement demandé, vous n’êtes pas libre lundi 14 à 10 h, vous êtes le client et vous faites une réclamation, vous êtes le fournisseur concerné par la réclamation... N’ayez pas peur de dire *I’m afraid* ou *I’m sorry*, ce sont des signaux importants qui vous permettent de « mieux faire passer la pilule ».

Pensez à offrir une alternative ou de l’aide, même si vous ne pouvez pas résoudre le problème :

- “*I’m afraid I don’t have the information... Just a moment, I’ll find out if someone else can help you.*”
- “*I’m afraid I’m not free on Monday morning – how about Tuesday afternoon?*”
- “*I’m sorry to hear that... Let me get the delivery details and see what I can do.*”

Vérifiez que votre proposition est acceptable :

- “*I could get someone to call you back this afternoon – would that be alright?*”
- “*We could arrange another delivery for next week – would that suit you?*”
- (courrier) “*Please let us know if that would be acceptable.*”

Voir fiche 23 pour d’autres outils.

Question de contact

Un coup de fil ou un courrier électronique n’est qu’un maillon dans la relation professionnelle que vous avez (ou aurez) avec l’autre personne. L’objectif du moment est important, mais chaque contact devrait aussi être une occasion de recréer, de réaffirmer et de développer le rapport

avec votre interlocuteur. Cela vous permettra de mieux faire passer votre message et de résoudre les situations problématiques sans trop de « casse ».

Écouter avec la voix – encore !

Rappelez-vous : le ton est très important. Que vous utilisiez des expressions ou simplement des sons (*Uh-huh... Right... I see... Yes... Really?*), réagissez en fonction de ce qu'on vous dit : bonnes nouvelles ? *“That’s great !”* Mauvaises nouvelles ? *“I’m sorry to hear that.”*

En cas de problème, dans le meilleur des cas, vous arriverez à inverser la vapeur ; et dans tous les cas, vous aurez montré à votre interlocuteur que vous êtes capable de vous mettre à sa place.

Écrire pour le lecteur

Établir et garder le contact avec votre lecteur est d'autant plus nécessaire que vous n'êtes pas là quand le lecteur reçoit votre message, ni en face-à-face ni au téléphone. Du coup, en plus d'être clair et bien structuré, votre courrier doit également permettre de développer le rapport avec le lecteur.

- Soignez le début et la fin de votre courrier comme vous le feriez pour la première et la dernière minute d'un entretien au téléphone.
- Préférez la voix active parce qu'elle implique un *I* et un *you* ! *“The details will be sent shortly”* reste froid et impersonnel, alors que *“I will send you the details ASAP”* implique un engagement personnel et un rapport entre celui qui écrit et celui qui lit.
- Écrivez un texte centré, grammaticalement, sur le lecteur pour lui montrer que vous vous mettez à sa place. Comparez :

“You can find us easily if you get off the train at Bastille...”

“Our offices are easy to find: we are located near Bastille...”

Question de forme

Que ce soit au téléphone ou dans un courrier, adaptez votre style au rapport que vous avez (ou souhaitez avoir) avec votre interlocuteur : plus ou moins formel ? Chaleureux ? Impersonnel et factuel ? Coopératif ?

- Comment vous adressez-vous à l'autre ? *Ms Bradley ? Elizabeth ? Liz ?*
- Est-il approprié de consacrer la première minute ou la première ligne à un peu de *small talk* et, à la fin, de conclure sur une note amicale ?
- Question langage, vous allez rester dans un registre plutôt :
 - formel : pas d'abréviations à l'écrit, pas de phrases incomplètes à l'oral ;
 - informel : Des abréviations de type *ASAP* à l'écrit et des phrases du style "*Listen... about the seminar... do you have any idea how many people are coming?*" à l'oral.



Bon à savoir

Restez dans le ton

Dans une soirée entre amis et connaissances, il vous arrive parfois de serrer la main à quelqu'un en entrant et d'échanger une bise en sortant.

De même, au téléphone, le registre peut changer au cours de l'entretien et le ton devenir plus chaleureux ou amical.

En revanche, dans un courrier électronique, il est important de garder le même ton du début à la fin, y compris pour les salutations :

- formel : *Dear Ms Bradley > Best regards, Best wishes, ou, plus formel, Yours sincerely ;*
- informel : *Dear Elizabeth > Good wishes, Kind regards ;*
- familier/amical : *Dear Liz > Take care, Talk to you soon, Cheers...*

Il en va de même pour les autres aspects :

- formel : *I will contact as soon as possible*
- informel : *I'll get in touch ASAP*

Vous trouverez plus d'exemples des différences entre langage formel et informel dans la fiche 6.

Question de culture

Les différences culturelles jouent également un rôle : est-ce qu'il vaut mieux être direct ou indirect ? Constatez ou suggérez ? Les uns vont apprécier un style très explicite ("*Look, I'm sorry, but there's no way I can make it next week*"), d'autres préféreront des formulations plus nuancées ("*Frankly, next week might be rather difficult*"). Écoutez ou lisez votre interlocuteur avec attention et adaptez-vous à son style (voir la fiche 4 pour plus d'exemples).



Bon à savoir

Un courrier percutant ?

Comment ajouter de l'impact dans votre message ?

À l'oral, vous pouvez utiliser l'accent tonique ("*Look, I'm afraid this is urgent – we must find a solution today.*") ; à l'écrit, des caractères gras (ou en couleur).

En revanche, n'abusez pas des majuscules, ON VOUS ENTEND HURLER MAIS ON A DE LA PEINE À COMPRENDRE CE QUE VOUS DITES !



Réussir

Écrivez malin

Si vous écrivez souvent le même type de courrier, gardez une copie de ceux que vous avez pris le soin de travailler « à fond » – cela vous permettra de constituer un stock de modèles que vous pourrez adapter à votre lecteur du moment !

Participer à une réunion ou une téléconférence

Contrairement aux entretiens téléphoniques ou aux échanges de courriers où vous n'avez d'habitude qu'un interlocuteur, les réunions se font, la plupart du temps, à plusieurs. Vous devrez donc communiquer, non plus dans un va-et-vient entre deux personnes, mais en équipe.

Une réunion réussie



S'organiser

Une réunion qui en vaut la peine

Pensez aux réunions auxquelles vous avez participé. Lesquelles est-ce que vous avez trouvées réussies et utiles ? Pourquoi ? Lesquelles vous ont semblé une perte de temps ? Pourquoi ? Faites une liste des caractéristiques des unes et des autres.

Au-delà des préférences personnelles, une bonne réunion, c'est comme n'importe quel jeu d'équipe réussi. Les participants doivent être d'accord, au minimum, sur :

- **le but du jeu** : quel est l'objectif de la réunion ? Donner et recevoir de l'information, faire un *brainstorming* spontané pour trouver de nouvelles idées, comparer des alternatives et prendre une décision, résoudre un problème, négocier un contrat ? Une réunion avec un objectif flou, c'est comme un match où les uns jouent au foot et les autres au basket : ça ne risque pas de marcher.

- **les règles du jeu** : comment est-ce qu'on procède ? S'agit-il d'une réunion formelle avec un ordre du jour détaillé ou simplement d'un échange informel pour faire le point sur les projets en cours dans votre service ? Est-ce que quelqu'un préside la réunion ? Quelqu'un prend des notes et rédige un compte rendu ? Qui peut prendre la parole et comment (selon un ordre précis, de façon spontanée...) ?

Par ailleurs, la personne responsable de la réunion doit :

1. préparer la réunion à temps (envoyer l'ordre du jour et les documents à lire bien avant la réunion) ;
2. bien gérer la discussion pendant la réunion ;
3. consigner les décisions prises dans un compte rendu qui permettra de rappeler qui doit faire quoi et dans quels délais pour mettre en œuvre les décisions prises.



Réussir

In English, please

Si la réunion se tient en anglais, préparez-la en anglais dès le départ pour optimiser votre participation le jour J. Par ailleurs, un tour de table informel en début de séance permettra à chacun, non seulement d'établir un rapport avec les autres, mais aussi de chauffer ses cordes vocales et ses compétences de communication en anglais.



Vécu

Helmut chez Pardigão

Streuenberg GmbH a envoyé son directeur technique Helmut S. à São Paulo pour lancer un projet conjointement avec l'entreprise partenaire sur place. Helmut se présente dans la salle de réunion à l'heure indiquée, muni de son ordinateur portable dernier cri contenant les chiffres, graphiques, calendriers et variantes de réalisation nécessaires pour lancer le projet. Les Brésiliens arrivent au compte-gouttes et ne semblent pas pressés de commencer la réunion. Quand elle démarre enfin, la réunion se déroule dans une cacophonie et un désordre déroutants, l'ordre du jour n'est suivi qu'à moitié, et personne ne semble vraiment

s'intéresser aux données techniques ou au calendrier de réalisation. À la fin de la matinée, aucune décision n'a été prise, ce qui ne semble pas déranger les Brésiliens ; au contraire, ils semblent très intéressés à poursuivre la discussion avec Helmut... qui, lui, craint le pire pour la réalisation du projet.



Réussir

The name of the game

Une réunion internationale est un défi permanent, et la personne qui la préside devra prendre en compte des habitudes et des attentes très différentes concernant, entre autres, l'objectif d'une réunion, le rapport au temps, le style de communication... Il peut être utile de mentionner certaines différences de façon explicite et de s'entendre sur des règles de jeu communes avant de démarrer la réunion. Revoyez la fiche 4 pour quelques exemples de différences culturelles.

À vous de jouer

Jour J : vous voilà en réunion avec une équipe internationale, des clients étrangers ou le bureau de Copenhague. Comment faire pour participer à 100 % : intervenir, signaler que vous avez – ou n'avez pas ! – compris, vous faire comprendre et vous faire entendre ?



S'organiser

Prendre la parole

Quand vous participez à une réunion en français, comment vous y prenez-vous pour prendre la parole ? Que faites-vous pour signaler que vous souhaitez intervenir ? Quels sont vos points forts en réunion ? Quelles sont les difficultés que vous rencontrez ? Comment est-ce que vous les résolvez ? Comment empêchez-vous les autres de vous interrompre ? Notez vos idées. Si vous ne participez pas encore à des réunions, observez comment font vos collègues.

Revenons au foot : quelle que soit votre stratégie de jeu, il vous faudra réceptionner (ou prendre !) la balle, vous donner le temps d'arrêter une stratégie, mener une action et... marquer un but.

Intervenez spontanément

Dans une discussion à deux, si vous ne réagissez pas spontanément, votre interlocuteur vous posera une question. En revanche, si vous ne dites rien dans une réunion, on risque d'avancer sans vous et penser que vous êtes d'accord et n'avez rien à rajouter.

N'attendez donc pas de savoir comment vous allez dire ce que vous avez à dire : le temps qu'il vous faut pour le faire est le temps qu'il faut aux autres pour... changer de sujet. Adoptez une stratégie qui vous permet d'être spontané :

- **intervenez** (interrompez si nécessaire et approprié) : *“Sorry... Can I just say something?”*
- **donnez-vous du temps** pour réfléchir : résumez/paraphrasez ce qui vient d'être dit, cela vous permettra de vérifier que vous avez compris, de réfléchir à ce que vous allez dire et de répondre à propos : *“So you are saying that we should...”* – *“If I've understood correctly, you all have very different expectations regarding a new computer system.”*
- et **apportez votre contribution** en prenant soin de renvoyer la balle en jeu : *“Maybe we should get a detailed report on user needs before we request any quotes. What do you think?”*

Faites-vous comprendre

Rappelez-vous : pour vous faire entendre, vous devez d'abord vous faire comprendre. Utilisez les outils à votre disposition pour mieux structurer votre discours et faire passer un message clair et simple.

- La **signalisation** aidera les autres à vous suivre et les empêchera de vous interrompre, et les **connecteurs** vous aideront à expliciter vos arguments :

*“I would like to make **two points**: **first of all**, I'm not sure I agree with Jens on the number of work stations. I believe 20 is not enough – we need at least 10 more **if** we want our future employees to have access to a computer. **Second**, I feel we need more portable computers **because** many of our staff would like to work from home.”*

- N’hésitez pas à **clarifier, vérifier, paraphraser** et **résumer** ce qui s’est dit – les désaccords sont souvent la conséquence de malentendus :
“OK, so you’re saying that we should take into account our short-term staffing needs. But do you mean that we should have 30 desktops and several laptops? Or do you mean that some of the workstations should be equipped with laptops staff could take home?”



S’entraîner

If I’ve understood you correctly...

Trouvez deux complices et faites l’exercice suivant (voir les fiches 24 et 19 avant de démarrer si nécessaire) :

- *Person A: make a suggestion or give an opinion on an everyday topic. Make sure you give the reasons and arguments to justify your suggestion/opinion. Topics could include a project you are working on, your responsibilities, the computer you are using, company premises, the quality of food at the company canteen...*
- *Person B: check that you have understood, get more information, and summarise the main points.*
- *Person C: listen to the conversation and give feedback on the clarity of the message (person A) and the accuracy of the summary (person B).*
- *Change roles so that everyone gets to be person A, B and C.*

Faites-vous entendre

Alors qu’entre collègues proches on peut parfois exprimer son opinion et se comprendre à demi-mot lors d’une réunion informelle, les réunions avec des interlocuteurs moins proches exigeront une approche plus explicite et plus nuancée. Avancez donc en deux temps :

1. Signalez que vous avez entendu/compris l’autre : attrapez la balle.
2. Répondez ou réagissez à ses propos : remettez la balle en jeu.

“That’s an interesting idea, but I’m not sure we can afford to buy 30 computers right now.”

“I hear what you’re saying; however, I’m afraid buying 30 computers is not possible at the moment.”

“If I hear you correctly, you think we should provide laptops to staff who want to work from home. I really like your idea, but I’m not sure we can implement it right now.”

Cette approche peut vous sembler un peu mécanique au départ, mais on l’adopte vite – et elle a le mérite de marcher ! La plupart du temps, les gens seront d’accord pour entendre (et même adopter !) votre point de vue, si **vous** êtes d’accord pour entendre d’abord leur opinion. Les pires conflits ne naissent pas (ou pas seulement) d’une divergence de positions, mais aussi et surtout du sentiment que l’autre ne nous écoute pas, et ne nous entend pas.



Réussir

That’s too expensive ou *That’s rather expensive* ?

Notez que le “You have a point, but...” est de rigueur dans un style indirect, alors que dans d’autres cultures on penche pour une expression beaucoup plus directe (“I’m afraid I can’t agree”, ou même “I disagree”).

Soyez prêt à nuancer ou à durcir votre discours pour qu’il passe auprès de votre interlocuteur : “*That’s too expensive*” a le mérite d’être clair mais peut bloquer votre interlocuteur, alors que “*That’s rather expensive*” vous permettra de laisser une porte ouverte.

Vous trouverez plus d’outils pour moduler votre discours dans la fiche 24.



Réussir

Participer à une téléconférence

Une téléconférence est souvent un défi : c’est comme avoir une réunion dans le noir. Adoptez donc des stratégies qui permettent d’optimiser votre participation :

- Soyez présent à 150 % : ne traitez pas vos courriers électroniques en même temps (ça vous distrait – et ça s’entend !) et concentrez-vous encore plus que dans une réunion normale. Que vous le croyiez ou non, la qualité de la présence de chacun permet (ou ne permet pas) de recréer l’espace nécessaire pour la réunion.
- Utilisez les noms : donnez le vôtre à chaque fois que vous intervenez, et si vous posez une question, posez-la à quelqu’un en particulier.
- Si vous menez la réunion, prenez soin de faire appel à tous les participants. Les silencieux deviennent vite des absents...

Partie 3

Boîte à outils

How do you do ou *How are you ?*

You're welcome ou *That's ok ?*

13 ou *30 ?*

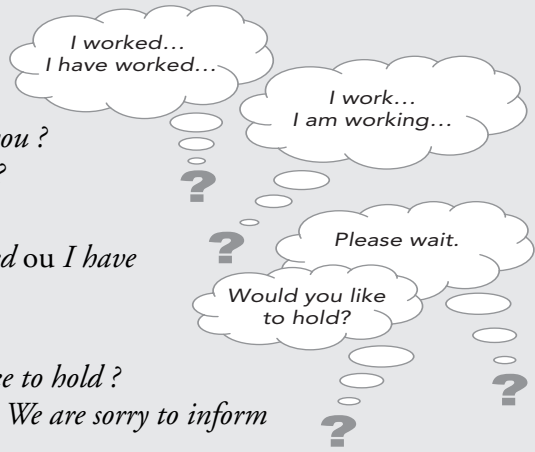
I work, I'm working, I worked ou *I have worked ?*

Please wait ou *Would you like to hold ?*

I'm writing to inform you ou *We are sorry to inform you ?*

I disagree ou *I'm afraid I can't agree ?*

Because, in order to, consequently, ou however ?



Cette dernière partie vous propose des outils pour mettre en œuvre les stratégies présentées dans la deuxième partie. Personne ne se sert de chaque outil dans sa boîte tous les jours ; aussi, il ne s'agit pas d'apprendre chaque expression par cœur tout de suite ! Commencez par choisir celles qui vous sont prioritaires et exercez-vous à les manier... avant d'en choisir d'autres pour varier et nuancer vos messages.

À chaque exemple, demandez-vous comment vous pourriez le changer pour qu'il corresponde mieux à **votre** réalité, et passez ensuite à l'acte : écrivez votre propre exemple, créez vos propres antisèches pour les différentes situations, vous vous souviendrez mieux des expressions et des structures utilisées !

Recherchez ensuite systématiquement des occasions pour employer ces expressions et structures. *Practice makes perfect* : ce n'est pas en lisant, mais en **utilisant** ces outils que vous allez les apprivoiser de façon durable et vous sentir de plus en plus à l'aise en anglais.

Une fois vos situations prioritaires traitées, jetez également un œil aux autres fiches de cette troisième partie, car vous y trouverez des rappels grammaticaux en contexte.

Voici donc les outils – à vous de vous en servir pour atteindre vos objectifs !

Pleased to meet you – Premiers contacts

Vous trouverez ci-après des outils pour entrer en contact avec quelqu'un. Rappelez-vous que l'objectif n'est pas d'apprendre toutes ces expressions d'un coup ; apprenez-en plutôt une ou deux au départ, utilisez-les aussi souvent que possible, et ajoutez-en d'autres au fur et à mesure que vous avancez.

Quant au niveau approprié de formalité, suivez votre interlocuteur et, en cas de doute, gardez un registre un peu plus formel. Les expressions marquées avec un astérisque* sont informelles.

Se présenter et présenter les autres

Introductions	<i>Can I introduce myself? My name is Harper, John Harper. Hello. I don't think we've met before. I'm Joe, Joe Brown.*</i>
	<i>I'd like to introduce you to James Kirby, our Sales Manager. Can I introduce a friend of mine? This is Fiona Walters. You two haven't met, have you? Julie, this is Robert. Robert, Julie.*</i>
	<i>Excuse me. Would you be Mr Fox? Hello, you must be James.*</i>
Greetings	<i>How do you do > How do you do. Pleased to meet you > Pleased to meet you, too. We've spoken on the phone – it's good to meet you at last!</i>

Greetings	<i>Hi Tom, how are you doing?*</i> <i>Nice to see you again!</i> <i>How are you? > Fine thanks, and you?</i> <i>How's work? > Not too bad, thanks. You ?*</i>
-----------	--



Bon à savoir

Joe ou Mr Brown ?

En anglais, on utilise généralement les prénoms plus facilement qu'en français.

- Dans une situation relativement informelle, vous pouvez proposer d'emblée qu'on vous appelle par votre prénom lorsque vous vous présentez ("I'm Joe, Joe Brown").
- Il est également possible de proposer l'utilisation des prénoms de façon explicite : "Please call me Fiona" > "Then you must call me James." – "By the way, it's Fiona" – "Do you mind if I call you James ?"



Bon à savoir

Quelle est la question ?

Attention au « trio déroutant » dont les expressions se ressemblent mais ne veulent pas du tout dire la même chose :

- **How do you do?** > *How do you do.*
- **How are you?** > *I'm fine, thanks. And you?*
- **What do you do?** > *I'm an engineer. What about you?*

Faire connaissance

Small talk	<i>Is this your first visit to Paris?</i> <i>That was a very interesting talk, wasn't it?</i> <i>Have you been to this trade fair before?</i> <i>It's really hot/cold, isn't it?</i>
------------	---

Small talk (suite)	<i>What do you do?</i>
	<i>Have you always worked in finance?</i>
	<i>Where do you live?</i>
	<i>Have you heard the news? Apparently, LNG and TGB are about to merge.</i>
	<i>So what's the latest news on the presidential campaign?</i>
	<i>Do you often travel on business?</i>
	<i>Where do you like to spend your holidays?</i>
	<i>Do you like travelling? Which countries have you visited?</i>
	<i>Have you ever been to Norway?</i>
	<i>What do you do in your free time?</i>
	<i>Do you like sports?</i>
	<i>What kind of films do you like?</i>



Bon à savoir

La bonne question

Notez qu'il y a plusieurs formes de questions :

- Si votre interlocuteur n'est pas très bavard, les questions qui appellent comme réponse un *oui* ou un *non* ne sont pas aussi efficaces que celles qui appellent une réponse plus longue et élaborée. Utilisez donc un maximum de questions commençant pas les pronoms interrogatifs (*where, who, how, when, what...*).
- Vous pouvez également utiliser les « tag questions » : “Nice building, isn't it?” ; “It isn't very warm here, is it?”



Bon à savoir

Vie privée, vie professionnelle ?

Dans beaucoup de cultures, les questions concernant l'argent, la famille, les opinions politiques et parfois même le travail sont vécues comme trop personnelles. Attendez pour voir si votre interlocuteur vous offre de l'information : “Do you know

where I could get gifts for my children?” vous permettra de répondre en rebondissant sur le sujet des enfants et de la famille. Vous pouvez aussi aborder le sujet de façon neutre (“Do you have any family?”).

À l'inverse, si vous ne souhaitez pas répondre à une question trop personnelle, vous pouvez utiliser des stratégies allant de l'humour au retournement de situation en passant par un refus – poli ! – de répondre :

- How much do you weigh? > I have no idea... and you ?
- Is Tom your first husband? > **That's** a rather **personal** question...
- How much do you earn? > Oh, way too much.../Not enough! And you?
- Who did you vote for at the last election? > Well, I'd prefer not to answer that, if you don't mind.
- Do you believe in God? > Wow, that **is** a big question... do you?

Gérer la communication

Reacting	<p><i>Oh, really?</i></p> <p><i>That's fantastic! <> That's terrible!</i></p> <p><i>How wonderful! <> How awful!</i></p> <p><i>That's interesting.</i></p>
Initiating a topic	<p><i>What's your view on...?</i></p> <p><i>Have I told you about...</i></p> <p><i>So...?</i></p> <p><i>I hear that...</i></p>
Changing a topic	<p><i>By the way...</i></p> <p><i>That reminds me, did you see...?</i></p>
Returning to a topic	<p><i>Going back to what you said earlier...</i></p> <p><i>As I was saying...</i></p> <p><i>Just to return to...</i></p>



Bon à savoir

Restez dans le ton

Rappelez-vous que pour réagir à ce qu'on vous dit, si le ton que vous utilisez n'est pas en accord avec ce que vous dites, le ton risque d'avoir plus d'impact que les mots. "That's great", dit avec un ton morose, ne convaincra personne...



Bon à savoir

Ah oui ?

Vous pouvez également utiliser un bout de « tag question » pour montrer que vous écoutez :

- *I come from Prague. > Do you? I have family there.*
- *We were in Frankfurt yesterday. > Were you? I heard there was a major explosion at the railway station.*

Prendre congé

Goodbyes

I'm afraid I must go – it's getting rather late, and I have an early start tomorrow.

I think I should be getting back to my hotel now.

It was nice meeting you.

I really enjoyed talking with you.

*It was really good to see you again.**

I hope we'll meet again soon. > I hope so too.

*I look forward to seeing you next month. > So do I./Yes, me too.**

*See you in November.**

*Keep in touch.**

*Have a nice week-end. > Thanks, and the same to you./ You too.**

Enjoy your holiday. > Thanks, I will!

Did you have a good flight? – Accueillir des visiteurs

Voici quelques outils que vous pourrez utiliser avec ceux de la fiche 17 pour assurer un accueil dans les règles de l'art. Rappelez-vous que l'outil le plus important, c'est celui qui ne peut être présenté sous forme de listes d'expressions et de structures utiles : votre sens de l'accueil.

Comme pour les premières rencontres en général, si vous hésitez entre un registre formel ou informel, penchez légèrement pour le premier et restez à l'écoute pour voir si votre visiteur se sent respecté et à l'aise, ou si, au contraire, il préférerait une ambiance un peu plus informelle.

Les expressions suivies d'un astérisque* sont informelles.

Accueillir le visiteur

Voir également la fiche 17.

Introductions	<p><i>Excuse me. Would you be Mr Fox? I'm Robert Dalton. We spoke on the phone last week.</i></p> <p><i>Hello, you must be Mary Johnson. I'm John, Roberta's assistant. Welcome to BCC.</i></p> <p><i>Welcome to BCC, Ms Johnson. I am John Waters, Ms Martin's assistant.</i></p>
---------------	--

Mettre votre visiteur à l'aise

Voir également la fiche 17.

Neutral questions	<i>How was the journey?!</i> <i>Did you have a good trip?</i> <i>Did you find us alright?</i> <i>Where are you staying?!</i> <i>Is your hotel OK?</i> <i>Is this your first time in Brussels?</i> <i>What was the weather like in Stockholm?</i>
-------------------	--



Bon à savoir

How long have you been working for your company?

Restez très à l'écoute pour savoir si votre visiteur apprécierait un échange plus personnel ou s'il vaut mieux vous en tenir aux questions très générales, surtout si c'est une première visite. En cas de besoin, vous trouverez des questions plus personnelles dans « Faire connaissance » (fiche 17).

Offres et demandes de services

Offers	<i>Please</i>	<i>Please have a seat.</i>
	<i>Would you like...</i>	<i>a lift to the airport?</i> <i>to leave your luggage in my office?</i> <i>me to book a table?</i>
	<i>Let me.../*Can I...?</i>	<i>Let me get your coat.</i> <i>*Can I get you something to drink?</i>
	<i>Shall I... ?</i>	<i>Shall I get you tickets for the opera?</i>

Requests	<i>Could you...?/ *Can you...?</i>	<i>Could you call me a taxi? > Certainly!/Of course/ No problem*. I'll do that right away. Could you fill in this form, please?</i>
	<i>I'd like to...</i>	<i>I'd like to freshen up. > Certainly. This way, please.</i>
Permission	<i>Could I...?/*Can I...?</i>	<i>Can I smoke here? > I'm afraid not. Smoking isn't allowed on the premises. But if you'd like to go out for a smoke, the closest lifts are that way.</i>
Promising action	<i>will</i>	<i>Certainly. I'll do that right away. Of course. I'll book a table for you. Leave it with me. I'll fax this immediately.</i>



Bon à savoir

Encore des non...

Si vous devez refuser une demande, mettez en évidence que cela n'a rien de personnel :

“Can I smoke here?” > “No, I'm afraid you can't” peut sembler personnel (“...but perhaps someone else could...”) – au minimum, justifiez votre refus, et si vous pouvez utiliser une tournure impersonnelle comme dans l'exemple plus haut (“smoking is not allowed, smoking is forbidden”), c'est encore mieux.

Conseils et suggestions

Suggestions	<i>So you like paintings? Then I recommend the Art Museum.</i> <i>How about a cruise on a river boat? I can arrange that if you'd like to go.</i>	
Strong advice	<i>must</i>	<i>If you like paintings, you must visit the Louvre.</i>
	<i>should</i>	<i>You should definitely visit Montmartre.</i>
	<i>If... would</i>	<i>If I were you, I would go to the Clignancourt flea market.</i>
Neutral/tentative advice	<i>could</i>	<i>You could go on a river cruise.</i>
	<i>might</i>	<i>It might be a good idea to book a taxi in advance. Shall I do that?</i>

Dire au revoir

Voir également la fiche 17.

Thanking	<i>Thank you for visiting us.</i> <i>V: Thank you so much for all your hospitality.</i> <i>> You are welcome.</i> <i>V: Thank you for your help. I really appreciate it.</i> <i>> Not at all.</i>
----------	---

Mes notes

.....

.....

.....

Sorry, did you say 13 or 30? – Résoudre les problèmes de communication

Cette fiche vous servira pour l'ensemble de vos situations de communication à l'oral : les entretiens et les réunions en face-à-face et au téléphone, comme les présentations et conférences. Vous pouvez également utiliser la plupart de ces outils dans la correspondance professionnelle.

S'exprimer clairement

Facilitez la vie à la personne avec laquelle vous parlez : exprimez-vous clairement et structurez votre discours. Ci-après quelques outils de base (voir aussi l'annexe 2 - Argumenter : utiliser les connecteurs logiques).

Signposting	<i>The main problem with this alternative is... There are three reasons why we should postpone the project: First of all... Secondly... Finally...</i>
Introducing, developing and concluding a topic	<i>Right, the next thing I would like us to talk about is our marketing mix; The issues I would like to cover are our products, the price range, place, and, of course, promotion. Regarding our products... As for price... Now, about place... Finally, promotion... Alright – that's all for the marketing mix. Let's move on to...</i>



S'entraîner

Question de nuance...

Rappelez-vous que communiquer clairement, c'est également utiliser votre voix de façon efficace. Tout comme en français, l'accent tonique vous permet d'exprimer précisément ce que vous voulez dire. Comparez les versions suivantes : lisez-les à haute voix en accentuant les mots en gras.

- Je n'irai **pas** au bureau aujourd'hui. (et ce n'est pas toi qui me feras changer d'avis !)
- Je n'irai pas **au bureau** aujourd'hui. (mais à un nombre d'autres endroits, si)
- **Je** n'irai pas au bureau aujourd'hui. (mais toi ou d'autres gens, peut-être !)
- Je n'irai pas au bureau **aujourd'hui**. (par contre, demain, c'est une autre histoire...)

Faites maintenant le même exercice avec les phrases suivantes et observez les changements de sens. Mettre de la couleur dans vos propos en anglais vous permet de vous exprimer plus clairement et de mieux prononcer, alors ne vous en privez surtout pas !

- *Why would I want to buy this product?*
- *That report is not my problem.*
- *I'm not sure they will be interested in our latest product.*

Vérifier la compréhension

Saying you understand	<i>I see what you mean.</i> <i>Right.</i> <i>OK.</i> <i>Uh-huh.</i> <hr/> <i>So what this means is...</i> <i>So the next thing to do would be to...</i> <i>So you would like us to...</i>
Checking understanding	<i>Do you see what I mean?</i> <i>Do you see what I'm getting at?</i> <i>Does this make sense?</i>



S'entraîner

Le ton qui convient

Faites attention à l'utilisation de la voix : alors que "I see what you mean" est, la plupart du temps, sans équivoque, "uh-huh" ou "yes" changent de sens selon le ton employé (comme oui en français !). Exercez-vous à deux : écoutez l'autre personne en utilisant uniquement "uh-huh" et changez de sens : je comprends – d'accord – voyons, c'est évident, ne me prends pas pour un idiot ! – je ne suis pas sûr d'avoir tout compris, mais je suis toujours – je vois – je n'ai rien compris – là, j'ai décroché depuis longtemps...

Clarifier

Making sure you understand	<p><i>Sorry, did you say 13 or 30?</i></p> <p><i>Sorry, do you mean...?</i></p> <p><i>Sorry, are you saying...?</i></p> <p><i>I'm not sure what you mean by... Could you be more specific?</i></p> <hr/> <p><i>So what you're saying is... Is that correct?</i></p> <p><i>If I've understood you correctly, you're saying that...</i></p> <p><i>So when you say... you mean that... Have I got that right?</i></p> <p><i>George, you say... Do you mean ... or ...?</i></p>
Responding	<p>☺ <i>Yes, that's right.</i></p> <p>☺ <i>Exactly.</i></p> <p>☺ <i>Sort of.</i></p> <p>☺ <i>Yes, I suppose so.</i></p> <p>☹ <i>No, actually, what I meant was...</i></p> <p>☹ <i>No, that's not exactly what I meant. I was trying to say...</i></p>

Clarifying	... <i>What I'm saying is...</i> ... <i>What I mean is...</i>
	<i>In other words...</i> <i>Let me give you an example.</i> <i>Let me put it this way:</i>



Bon à savoir

1-2-3 résolu !

Résolvez vos problèmes de communication en trois temps :

1. Signalez le problème *Sorry...*
2. Définissez-le... *I didn't quite catch the reference number.*
3. Esquissez une solution *Did you say two-five-three? Or two-**nine**-three?*
You said two...?
Could I have that again, please?

Saying you don't understand	<i>Sorry, I didn't catch that. Could you repeat, please?</i>
	<i>What exactly do you mean by "a small problem"?</i>
	<i>Sorry, I'm not with you. Who are you talking about?</i>
	<i>Sorry, could you just repeat the last part?</i>



Bon à savoir

Question de politesse

On utilise souvent les temps du passé pour vérifier qu'on a compris ; en effet, c'est plus poli. Comparez :

- *Sorry, what's your name? (= I don't have your name and I don't know you.)*
- *Sorry, what **did** you say your name **was**? (= I know you gave your name, but I didn't catch it.)*



Réussir

À la guerre comme à la guerre

Pensez à une solution créative en cas de problème épineux : si vous êtes au téléphone avec une personne qui ne prend pas la peine d'articuler, vous pouvez difficilement lui donner l'ordre de le faire. En revanche, vous pouvez toujours trouver une autre porte de sortie :

"I'm afraid the line is very bad... Could you speak very clearly, please?"

Confirmer et résumer

Pensez à confirmer tous les détails et n'hésitez pas à résumer l'ensemble des instructions ou des actions à entreprendre. Comme nous disions : *better safe than sorry...*

Confirming details	<i>OK, let me repeat that. You would like... OK, let me read that back to you. 00 33 1 42... Can I just make sure I've got everything?</i>
Summarising	<i>Right. Just so that I'm clear on this: you would like us to... So basically, what you're saying is... Let's go over the main points to make sure we're all clear on this. OK, can we recap ? What we're going to do is... Let me run through the main points again. We are going to...</i>

Mes notes

.....

.....

.....

.....

I hold a Master's Degree in Political Science – Présenter votre parcours

Les outils contenus dans cette fiche vous permettront de présenter votre parcours dans un cadre professionnel. Pensez à les compléter par d'autres outils selon le contexte : les échanges informels pour une soirée réseau (fiche 17), les outils pour structurer votre discours et pour répondre aux questions pour une situation plus formelle (annexe 2 - Argumenter : utiliser les connecteurs logiques).

Votre parcours

Your profile	<i>I'm an engineering student at Télécom ParisTech. I passed the competitive entrance examination six months ago, so I'm a first-year student. At the moment, I'm doing a two-month work placement.</i>
	<i>I'm a sales representative. I have just finished my studies at a vocational college and I'm currently looking for a job in the fashion industry. I hope I'll find one soon!</i>
	<i>I study political science at Sciences Po Bordeaux, one of the nine Institutes of Political Studies in France. I'm about to finish my studies; in fact, I'm currently working on my Master's thesis. I'm thinking of taking one of the French Civil Service competitive entrance exams.</i>

Personal information	<p><i>I'm 27 (years old).</i></p> <p><i>I was born in Marseille and grew up in Chambéry and Strasbourg.</i></p> <p><i>I have a sister and two brothers.</i></p> <p><i>I'm single/engaged/married/divorced.</i></p> <p><i>I'm married with two children.</i></p> <p><i>I have a daughter.</i></p>
Studies	<p><i>I'm currently studying to be a teacher.</i></p> <p><i>I have just started a degree course at the Open University.</i></p> <p><i>I'm on a work placement/I'm doing an internship at the moment.</i></p> <p><i>I'm a business administration apprentice./I'm doing an apprenticeship in business administration.</i></p> <p><i>I study economics at the University of Rennes.</i></p>
Qualifications	<p><i>I graduated from the Toulouse School of Economics in 2005.</i></p> <p><i>I completed my Master's Degree in 2006.</i></p> <p><i>I majored in German language and literature.</i></p> <p><i>I have a degree/diploma in...</i></p> <hr/> <p><i>I have a clean driving licence.</i></p>
Work experience	<p><i>I started my career at Frontex, a small logistics company.</i></p> <p><i>I have done several internships/work placements.</i></p> <p><i>I work for a medium-sized catering company.</i></p> <hr/> <p><i>I work in Human Resources. I'm responsible for recruiting new employees.</i></p> <p><i>I'm in charge of customer service.</i></p> <p><i>I handle incoming phone calls.</i></p> <p><i>I deal with invoices.</i></p> <hr/> <p><i>My job involves a lot of travelling.</i></p> <p><i>I enjoy working with people, but I hate doing paperwork.</i></p>

Interests	<p><i>In my free time, I enjoy doing sports.</i></p> <p><i>I'm the president of the student committee.</i></p> <p><i>I'm an active member of a local youth association involved in community projects.</i></p>
-----------	--



Bon à savoir

Attention aux différents temps de verbes !

<p>I'm a project coordinator. I work for a web agency called ADQ.</p> <p>I'm responsible for coordinating advertising projects for our clients: I liaise with the different people involved in the project and make sure everything runs on schedule.</p>	<p><i>Simple present</i> : activités régulières, responsabilités professionnelles, routines, états présents.</p>
<p><i>At the moment</i> I'm working on a new project for a major newspaper. It's very interesting, but I'm doing a lot of overtime.</p>	<p><i>Present progressive</i> : activités actuelles ou temporaires.</p>
<p>I've been with the company for a year and a half now, and I've been working as a project coordinator <i>for the last three months</i>. All in all, I've had 5 different jobs <i>so far!</i></p>	<p><i>Present perfect</i> : activités qui ont commencé dans le passé et continuent dans le présent ; activités complétées à un moment indéfini dans le passé.</p>
<p>Before joining ADQ, I worked for a software publisher for 2 years, <i>from 2005 to 2007</i>. The work was interesting, but there weren't any career prospects, so I decided to change.</p>	<p><i>Simple past</i> : un passé clairement coupé du présent et/ou défini (moment ou période précis dans le passé).</p>
<p>ADQ are going to open offices abroad <i>next year</i>, and I hope they will offer me a job in one of them.</p>	<p><i>Futur</i> pour les projets d'avenir (voir également fiche 23 pour d'autres formes).</p>



Réussir

Present perfect ou simple past ?

Si vous hésitez entre *simple past* et *present perfect*, demandez-vous quand l'événement a eu lieu.

- « Dans le passé » n'est pas une réponse satisfaisante, alors insistez et reposez la question : quand dans le passé ?
- Si vous répondez « Avant le présent... » « Quelque part entre un moment dans le passé et maintenant... » ou « Je ne sais pas... », utilisez le *present perfect*. Attention aussi aux marqueurs temporels qui signalent une période toujours en cours (*this month, today, this week, in the last three weeks, always, already...*).
- Si vous identifiez un moment, ou une période, défini dans le passé, utilisez *simple past*. Attention aux marqueurs temporels précis (*ago, yesterday, last week/month/year, in 1997, in June, on Monday, from 1998 to 2004...*).



Bon à savoir

For ou since ?



Vos compétences et qualités

Vos compétences et qualités sont au moins aussi importantes que votre parcours. Mettez-les en avant :

Skills	<i>I have good communication/time-management/people/computer skills.</i> <i>I'm an excellent communicator.</i>
--------	---

	<i>I'm good at dealing with difficult people.</i> <i>I'm good with figures.</i>
Qualities	<i>I'm... creative/dynamic/self-motivated/well-organized/ result-oriented / hard-working/flexible/confident.</i> <i>I'm a team player.</i>

Votre CV

Si vous avez besoin de présenter votre parcours sous la forme d'un CV, assurez-vous de le faire de manière claire et concise. Les possibilités de présentation sont nombreuses, et si vous souhaitez réaliser un CV en anglais, mieux vaut en voir quelques-uns. Voici un exemple :

Dominique Dupont 16 rue Montmartre, F-75009 Paris phone: + 33 1 4456 2751 email: ddupont@email.fr	DOB 24 April 1983 French
---	-----------------------------

Looking for a challenging international position developing sustainable tourism projects.

Excellent interpersonal and cross-cultural skills, as well as ability to work under pressure and to tight deadlines.

Versatile, enjoy learning new things, creative and rigorous, well-organised.

Qualifications

- 2008 MSc Tourism and Leisure Management, École de Management de Normandie, Deauville (France)
- 2006 Bachelor en Marketing et Affaires Internationales
A three-year Bachelor's degree in marketing and international business, École de Management de Normandie, Le Havre (France)
- 2002 Baccalauréat
French A-levels, Lycée Paul Valéry, Rennes (France)

Work experience

- 2008 – present Assistant to the Marketing Manager
L'hôtel d'Angleterre, Caen (France)
I am in charge of standard marketing tasks and assist the Marketing Manager in developing, implementing, and evaluating the marketing plan.
- 2008 5-month internship (May-September) – Ubud Hilton Hotel and Ubud Tourist Board, Ubud (Bali)
*I had the opportunity to work on several advertising campaigns aimed at the existing and future international clientele of the Ubud Hilton Hotel.
I also participated in developing new products within the Sustainable Tourism Network, working closely with local tourism development officers.*
- 2008 1-month consultancy project for the Bordeaux Tourist Board (March; internship)
Following a brief given by the tourist board, I carried out a survey on visitor satisfaction aimed at identifying areas of improvement and suggestions for additional services, facilities and activities in Bordeaux. The Board judged the findings interesting and has implemented some of the recommendations.
- 2005-2006 Part-time employee – Le Havre Tourist Board, Le Havre (France)
A two-year position working two days a week at the Le Havre tourist information office. I worked mainly in customer service, but also participated in several marketing campaigns in France and in the UK.

Skills

- Languages French (mother tongue), English (fluent), Spanish (good oral and written skills), Italian (working knowledge).
I am currently studying Chinese.
- IT skills MS Office suite, project management software.
- Other Clean driving licence.

Interests

Other cultures (gap year travelling in south-east Asia in 2003), sports (captain of the college football team 2006-2007), music (violin; member of a student orchestra 2004-2006).

Could I speak to Meryl Johnson, please? – Réussir un appel téléphonique

Vous n'avez pas besoin d'utiliser chacun de ces outils pour réussir une communication téléphonique. Assurez-vous de maîtriser un outil pour chaque fonction, et quand vous avez l'impression de commencer à vous répéter, ajoutez-en d'autres.

Quant au niveau approprié de formalité (*could* ou *can*? *thank you* ou *thanks*?) suivez votre interlocuteur et, en cas de doute, gardez un registre un peu plus formel.

Prendre et laisser des messages

	Outgoing calls	Incoming calls
Saying who you are	<i>This is [name] from [company]</i> <i>It's [name] here.</i>	<i>Who's calling please?</i> <i>Could I have your name (again), please?</i>
Getting connected	<i>Could I speak to..., please?</i> <i>Could you put me through to...?</i> <i>I'd like to speak to...</i>	<i>Speaking.</i> <i>Certainly. Just a moment please.</i> <i>Hold on, I'll connect you.</i>
	<i>Is Liz there, please?</i>	<i>I'm afraid the line's engaged/busy.</i> <i>Would you like to hold?</i> <i>I'm sorry, but he's out/he's not in.</i>

Messages	<i>Can I leave a message?</i>	<i>Would you like to leave a message?</i>
	<i>Could you ask him to call me...</i>	<i>Can I take a message?</i>
	<i>Could you tell him that I called...</i>	<i>Certainly./Of course.</i>
	<i>She can reach me on 00 33 1 42...</i>	<i>Could I have your number, please?</i>
	<i>My e-mail address is...</i>	<i>I'll make sure she gets your message.</i>
Voicemail	<i>"Hi, this is Roberto's voicemail. I can't take your call right now, so please leave me a message after the beep and I'll get back to you as soon as I can."</i>	
	<i>"Hello. This is Liz Bronsdon calling for Jim Stelzer. Jim, I'm calling about the project meeting. Could you call me back to fix the date? Here's my number again, just in case : 358 40 558.... Talk to you soon. Bye."</i>	



Bon à savoir

Un peu de politesse

“What’s your name?” – “Who are you?” – “The line’s busy.” – “Do you want to wait?” – “He’s not here”... Toutes ces phrases sont grammaticalement correctes mais trop directes au téléphone. Optez pour une des alternatives ci-dessus, ou utilisez le passé pour vérifier le nom et les coordonnées de l’interlocuteur (“What did you say your name was?”) pour garder un ton poli – et n’oubliez pas de le préparer aux mauvaises nouvelles (“I’m afraid she’s in a meeting.”/“I’m sorry, but he’s not available at the moment.”).

Résoudre des problèmes de communication

Voyez également la fiche 19.

Communi- cation problems	<i>Sorry, I didn't catch that. Could you repeat, please ?</i>
	<i>Could you spell that please?</i>
	<i>I'm afraid the line is very bad. Could you speak up a bit?</i>

	<p><i>Sorry, did you say 13 or 30? What exactly do you mean by...</i></p> <p><i>Sorry, where/when did you say?</i></p> <p><i>Sorry, was that Thursday? No, not Thursday, Tuesday. Yes, that's right.</i></p>
Confirming details	<p><i>OK, let me repeat that. You would like...</i></p> <p><i>OK, let me read that back to you. 00 33 1 42 ...</i></p>



Bon à savoir

Adaptez votre intonation

Sorry? ↗ voudra dire que vous n'avez pas entendu et souhaitez une répétition.

Sorry ↘ signale que vous souhaitez prendre la parole ou demander une clarification.

Structurer un appel téléphonique

Reason for calling	<p><i>How can I help?/What can I do for you?</i></p> <p><i>I'm calling... to make an appointment/for an appointment</i></p> <p><i>I'm calling... about the invoice you sent us.</i></p>
Good/bad moment ?	<p><i>Is this a good time to talk? > ☺ Sure, go ahead.</i></p> <p><i>> ☹ Actually, I'm in a meeting. Can I get back to you later?</i></p>
Punctuating	<p><i>So... Right... OK...</i></p>
Signposting	<p><i>I'd like to cover three main points...</i></p> <p><i>Firstly... Secondly... Finally...</i></p> <p><i>Another thing is...</i></p> <p><i>One more thing.....</i></p>
Requesting/promising action	<p><i>Could you send me an email to confirm that?</i></p> <p><i>I'll deal with it and get back to you as soon as possible.</i></p>

Signalling closing	<i>Right. Is there anything else? Is that everything? I'm sorry – I have to go, I have a meeting in five minutes.</i>
Confirming action	<i>Let me just recap: you'll send me the prices and I'll forward them to... Can I just confirm that your team will finish the project by Friday, and...</i>
Thanking and closing	<i>Thanks again/Thank you for your help. You're welcome. Have a nice day/a good trip.</i>



Bon à savoir

L'utilisation des différentes formes verbales

“I'm calling about”... : *present progressive* pour annoncer l'objet de votre appel (vous appelez en ce moment même).

“I'll deal with it ...” “Let me just recap : you'll send me the prices...” : *futur simple (will)* pour promettre et confirmer une action.

“Could you send me an email...”/“Can you send...” : plus votre requête est grande, plus vous serez poli (et si c'est vraiment grand, vous pourrez même pousser jusqu'à “Could you possibly...” – “Would it be possible for you to...”).

Chiffres

Telephone numbers	<i>My mobile (BrE)/cell (AmE) number is 07 225 915 265 (oh-seven [zero-seven]/double two-five/nine-one-five/two-six-five). My direct line is 020 7253 9113. You can also dial 020 7253 9000 and ask for extension 113. The country code is 33 (double-three).</i>
-------------------	---

Years	<i>1984 : nineteen eighty-four</i> <i>2008 : two thousand (and) eight /twenty-oh-eight</i> <i>2010 : two thousand (and) ten/twenty-ten</i>
Currencies	<i>€2.25 : two euro (and) twenty-five (cents)</i> <i>£3.15 : three pounds fifteen</i> <i>\$30 : thirty dollars</i>
Decimals	<i>2.25% : two point two-five percent</i> <i>0.175 : nought (BrE)/zero (AmE) point one-seven-five</i>
Big numbers	<i>350 : three hundred and fifty (BrE)/three hundred fifty (AmE)</i> <i>8,765 : eight thousand seven hundred (and) sixty-five</i> <i>1,234,506 : one million two hundred (and) thirty-four thousand five hundred (and) six</i>



Bon à savoir

1,500 ≠ 1.500

1,500,000 : one million five hundred thousand = 1.5 m : one point five million.

Attention à l'absence du pluriel après un chiffre : *two hundred dollars/hundreds of dollars.*

L'alphabet

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 [eɪ] [bi:] [si:] [di:] [i:] [ef] [dʒi:] [eɪtʃ] [aɪ] [dʒeɪ] [keɪ] [el] [em]
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 [en] [əʊ] [pi:] [kju:] [ɑ:] [es] [ti:] [ju:] [vi:] ['dʌbəlju:] [eks] [waɪ] [zed/zi:]

- NOTE : **aa** = double [ei] **van dutch** = [vi:] [ei] [en] *new word* [di:]...
- **M as in Michael/M for Michael...** **O as in orange/O for orange...**



S'organiser

Apprenez malin

Vous avez de la peine à vous rappeler comment prononcer certaines lettres de l'alphabet ? Faites-vous une artisèche qui vous parle !

[ei] : JAMES / [dʒei] : JAMES ; [i:] : ET ; [dʒi:] [ai] ; GI : [wai] : WHY ?

Symboles usuels

Emails and websites	.	<i>dot</i>	/	<i>slash</i>
	@	<i>at</i>	//	<i>double slash</i>
	_	<i>underscore</i>	\	<i>backward slash</i>
	-	<i>hyphen (BrE)/ dash (AmE)</i>		<i>lower case/ UPPER CASE</i>
Telephoning	#	<i>hash [key]</i>	*	<i>asterisk</i>
Writing	.	<i>full stop (BrE)/ period (AmE)</i>	,	<i>comma</i>
	?	<i>question mark</i>	:	<i>colon</i>
	!	<i>exclamation mark</i>	;	<i>semi-colon</i>
	&	<i>ampersand</i>	“ ”	<i>quotation marks</i>
	'	<i>apostrophe</i>	()	<i>left/right parentheses</i>
Numbers	.	<i>point</i>	%	<i>percent</i>

Mes notes

.....

.....

.....

.....

.....

I am writing to confirm... – Rédiger des courriers électroniques clairs

De nouveau, assurez-vous de maîtriser un outil pour chaque fonction, et quand vous avez l'impression de commencer à vous répéter, ajoutez-en d'autres. À l'inverse, si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez dans cette fiche, regardez la fiche 23 qui comprend des expressions pour différents types de situations.

Quant au niveau approprié de formalité, suivez celui que votre lecteur a utilisé dans un courrier antérieur et, en cas de doute, gardez un registre un peu plus neutre/formel. Si vous écrivez des lettres, notez que le langage utilisé est souvent plus formel que celui des courriers électroniques.

Courriers simples : offres et demandes de services

Les expressions suivies d'un astérisque * sont informelles, et celles entre crochets [] très formelles.

Opening	<i>Dear Mr/Ms/Mrs Jackson</i> <i>Dear Peter</i> <i>(Hi) Peter*</i> <i>[Dear Sir/Madam]</i>
Previous contact	<i>Thank you for your email of 10 March...</i> <i>Thanks for your email.*</i> <i>Further to/Following your telephone enquiry...</i> <i>Re your email...*</i>

	<p><i>It was a pleasure meeting you...</i></p> <p><i>It was really great to see you again...*</i></p>
Reason for writing	<p><i>I am writing in connection with...</i></p> <p><i>In reply to your email, here is...</i></p> <p><i>Just a quick note about the seminar*/Just a short note to let you know...*</i></p> <p><i>Your name was given to me by...</i></p> <p><i>[Name] at [Company] gave me your name...*</i></p>
Attachments	<p><i>I am sending you... as a Word document.</i></p> <p><i>I've attached the report.*</i></p> <p><i>See the attached document for details.</i></p> <p><i>The details are in the pdf file.*</i></p> <p><i>Please find attached the sales figures.</i></p> <p><i>Here are the figures you wanted.*</i></p>
Making requests	<p><i>Could you...?/Can you...?*</i></p> <p><i>Do you think I could have..?/Can I have...?*</i></p> <p><i>[Would it be possible for me/you to...]</i></p>
Offering help	<p><i>Would you like me to...?</i></p> <p><i>I would be happy to...</i></p> <p><i>Do you want me to...?*</i></p> <p><i>Shall I...?*</i></p>
Promising action	<p><i>I will settle the matter.</i></p> <p><i>I'll deal with it.*</i></p> <p><i>I will contact you again as soon as possible.</i></p> <p><i>I'll get back to you ASAP.*</i></p>
Closing remarks	<p><i>Please contact us again if you require any further information.</i></p> <p><i>Let us know if you need more information.*</i></p>

	<p><i>Thank you/Thanks again* for your help.</i></p> <p><i>Feel free to contact me if...</i></p> <p><i>Give me a ring if...*</i></p>
Future contact	<p><i>I look forward to meeting you...</i></p> <p><i>Looking forward to...*</i></p> <p><i>I hope we will meet again soon.</i></p> <p><i>Hope to see you soon.*</i></p> <p><i>Give our regards to...</i></p> <p><i>Say hello to... from me.*</i></p>
End salutation	<p><i>Best regards/wishes</i></p> <p><i>Kind regards</i></p> <p><i>Yours sincerely</i></p> <p><i>All the best*</i></p> <p><i>Speak to you soon*</i></p> <p><i>[Yours faithfully]</i></p>



Bon à savoir

Dear...

- Alors qu'en français il est plus poli d'utiliser *Monsieur* ou *Madame*, en anglais on utilise *Dear Sir/Madam* uniquement quand on ne connaît pas le nom du destinataire, ce qui est rare dans les courriers électroniques. Si vous connaissez le nom, utilisez-le, c'est plus poli.
- Si vous ne connaissez pas le nom du destinataire, il devient aussi de plus en plus acceptable de commencer un courrier électronique par *Hello*, voire sans salutation au début. Cela est également une pratique courante pour des adresses de type *info@...* ou *helpdesk@...*
- Si vous ne savez pas si le destinataire est un homme ou une femme, utilisez son prénom : *Dear Chris O'Donnell*.



Réussir

Guidez votre lecteur

Pensez à utiliser les connecteurs logiques pour montrer les liens entre vos idées :

- *I am afraid a refund will not be possible ; **however**, you can exchange the faulty mp3 player at any of our retail outlets provided we have the model in stock.*
- *Could you send me the figures **so that** I can prepare the quote? Thanks!*

Voyez l'annexe 2 pour d'autres exemples.


Formel ou informel ? Choisir le bon registre

Observez les deux versions différentes d'un même courrier. Qu'est-ce qui change entre la version formelle et la version (très) informelle ?

To : Joanna Winters (joanna.winters@agora.com)

From : Peter Halter

Subject : Report on motivational factors

 : Motivational_factors_02.doc

Dear Ms Winters,

It was good to see you again at the HR conference in Amsterdam on 23 June. I hope you had a safe journey home afterwards.

As promised, I am enclosing a draft version of my report as a Word document. Could you have a look at it and let me have your comments by the end of the month?

Thank you for your help and I look forward to hearing from you.


Best wishes,

Peter Halter

To : Joanna Winters (joanna.winters@agora.com)

From : Peter Halter

Subject : Report on motivational factors

 : Motivational_factors_02.doc

Hi Joanna

It was really great seeing you at the conference! I hope you got home OK.

Here comes the report I promised.

Can you have a look at it and get back to me before next month?

Thanks

Pete



Bon à savoir

I will contact you again shortly ou I'll get back to you ASAP ?

Adaptez votre registre à la situation :

	Formel	Informel
Contractions ?	<i>I am writing</i>	<i>I'm writing</i>
Abréviations ?	<i>as soon as possible</i>	<i>ASAP</i>
Lexique	<i>reply</i>	<i>answer</i>
	<i>require</i>	<i>need</i>
	<i>investigate</i>	<i>look into</i>

L'avez-vous remarqué ? Le lexique formel ressemble souvent plus au français que le lexique informel et ne comprend pas d'expressions idiomatiques ou de phrasal verbs.

Résoudre les problèmes de communication

Solving problems *I don't understand the second paragraph. Could you clarify?*
I received your email, but I can't open the pdf file.
I'm sorry, there was a paragraph missing.
I hope this clarifies the situation.

Reader-friendly emails

Facilitez la vie à votre lecteur en utilisant des structures simples et directes :

- ~~There is/are~~ ~~There were four people at the meeting.~~
 > Four people were at the meeting.
- ~~It is~~ ~~It can be difficult to make the right decision.~~
 > Making the right decision can be difficult.
- ~~Active voice~~ ~~A report will be drafted by the HR Manager.~~
 > The HR Manager will draft a report.



Réussir

Un texte facile à lire

Utilisez la mise en page et la ponctuation pour permettre à votre lecteur de respirer :

1. Les listes numérotées ou précédées d'une puce vous permettent de laisser de l'air entre les lignes.
2. En plus de la ponctuation en fin de phrase, vous pouvez faciliter la vie à votre lecteur avec les signes suivants :

We will have a look
at the following aspects:

- marketing and advertising,
- finances and human resources,
- research and development,
- production.

☐ **La virgule** est utilisée, notamment, pour séparer des éléments dans une liste :

We need A4 paper, pens, envelopes and stamps.

Attention à la clarté – comparez les deux phrases suivantes :

He thanked his parents, Mother Theresa, and the Pope.

He thanked his parents, Mother Theresa and the Pope.

Vous pouvez également utiliser la virgule pour détacher une partie moins importante d'une phrase :

I can email you the details later or, if you prefer, fax them to your office.

- **Les deux points** sont utilisés, notamment, pour démarrer une liste ou pour introduire une explication :

Choose one of the following colours: red, blue, green.

The answer is obvious: relocate or close the company.

- **Le point-virgule** est utilisé, notamment, pour séparer deux éléments d'une phrase. La pause (la séparation) est plus marquée que celle créée par une virgule :

They worked hard; consequently, they succeeded.

Many people take the exam; few of them fail.

Voilà pourquoi vous pouvez également l'utiliser pour des listes plus longues et plus complexes :

We will have a look at the following aspects: marketing and advertising; finances and human resources; research and development; and production.

- **Le tiret** est utilisé, notamment, comme une parenthèse :

I am attaching a list of resources – including useful websites – as a pdf file.

Comme vous pouvez le constater, contrairement au français, il n'y a pas d'espace entre le mot et les signes de ponctuation (à l'exception du tiret).



Bon à savoir

L'apostrophe

Attention aux différentes utilisations de l'apostrophe :

Le génitif : Tom's computer his computer its screen is wider

The boys' computer their computer

IS Tom's coming tomorrow he's coming tomorrow it's blinking

HAS Tom's received an email he's received an email it's gone blank

Les majuscules

Les majuscules sont utilisées, bien sûr, en début de phrase et pour les noms propres, mais aussi pour :

– les jours

Monday, Tuesday, Wednesday...

– les mois

January, February, March...

– les fêtes

Christmas, Easter, Ramadan, Sabbath...

I'm afraid something has come up – Appels et courriers variés

Vous trouverez ci-après quelques outils pour les échanges d'information, les rendez-vous et arrangements, ainsi que les réclamations et les excuses. Reportez-vous aux fiches 21 et 22 pour les expressions de base utilisées au téléphone et dans les courriers électroniques.

Échanger de l'information

La plupart des expressions de cette fiche peuvent être utilisées au téléphone et dans les courriers électroniques. Les exceptions seront signalées par un sigle (☒ ou ①).

Asking for information	<i>I am calling/writing to enquire about...</i> <i>I'm calling/writing to ask you about...</i> <i>I would like to have some information on...</i> <i>Could you give me some information on...?</i> <i>Could you send me...?</i> <i>I'd appreciate a reply ASAP.</i> ☒
Reacting to information requests	☺ <i>Certainly. Just a moment, I'll get the file. ...</i> ① ☺ <i>Of course. I'll check and get back to you later today.</i> ① ☹ <i>I'm afraid I'm not the right person to talk to. Just a moment, I'll see if someone else can help you.</i> ① ☹ <i>I'm sorry, but I can't access the database for the moment.</i> <i>Can I call you back tomorrow morning?</i> ①

	<p><i>Thank you for your enquiry/interest. ☒</i></p> <p>☺ <i>I'm pleased to send you the catalogue and the price list. ☒</i></p> <p>☺ <i>Please find the catalogue attached. ☒</i></p> <p>☺ <i>Your request is being processed. We will send you the information within the next few days. ☒</i></p> <p>☹ <i>I am afraid the new price list is not available yet. I will send you a copy as soon as we receive it. ☒</i></p> <p><i>We hope you are happy with this. ☒</i></p>
Giving information	<p>☺ <i>I am pleased/happy to inform you that... ☒</i></p> <p>☺ <i>I'm calling to give you the good news. ①</i></p> <p>☺ <i>I'm calling/writing to tell you about... to let you know that... to give you the figures you wanted.</i></p> <p>☹ <i>We are sorry to inform you that... ☒</i></p> <p>☹ <i>I'm afraid I have some bad news.</i></p>



Bon à savoir

Questions indirectes

Vous pouvez utiliser les questions indirectes pour rendre vos demandes d'information plus polies. Attention à l'ordre des mots !

- *When can you send the goods? > Could you tell me when you can send the goods?*
- *Has he received the quote? > Do you know if he has received the quote?*

Rendez-vous et arrangements

Making an appointment	<p><i>I would like to meet to discuss...</i></p> <p><i>Could we meet next week?</i></p> <p><i>When would be convenient for you?</i></p>
-----------------------	---

	<p><i>When are you free?</i></p> <p><i>What time would suit you?</i></p> <p><i>How does Thursday sound?</i></p> <p><i>How about Monday? What about 3 o'clock?</i></p>
Saying yes/no	<p>☺ <i>Yes... suits me fine.</i> ☹ <i>(No,) I'm afraid I'm not free then.</i></p> <p>☺ <i>Yes, I can make it on...</i> ☹ <i>(No,) I'm afraid I can't do Monday.</i></p> <p>☺ <i>I'm free all day Tuesday.</i> ☹ <i>Sorry, I'm interviewing all day Monday.</i></p> <p>☺ <i>Friday's good for me.</i> ☹ <i>Sorry, I'm out in the morning.</i></p> <p>☺ <i>Two o'clock is fine.</i> ☹ <i>I'm afraid I have another appointment.</i></p>
Confirming an appointment	<p><i>I look forward to meeting/seeing you on...</i></p> <p><i>See you on...</i></p> <p><i>See you then!</i></p>
Changing an appointment	<p>☹ <i>I'm afraid something has come up and I can't do Wednesday.</i></p> <p><i>Could we meet on Friday instead?</i></p> <p>☹ <i>I'm afraid I can't manage our meeting on...</i></p> <p>☹ <i>I'm very sorry, but I have to cancel our appointment on...</i></p> <p>☹ <i>I'm afraid my train has been delayed. I'm not going to make it on time.</i></p> <p><i>Can we put it back an hour?</i></p> <p><i>Could we arrange another time?</i></p> <p><i>Could we reschedule the meeting for another day?</i></p>



Bon à savoir

Parler du futur

Notez les différentes formes du futur pour parler de projets et d'arrangements :

- **will do** : décision prise au moment où l'on parle (et également les promesses et les prévisions)
- **am/are/is going to do** : décision prise dans le passé – et donc une intention ! (et également les prévisions basées sur la réalité présente)
- **am/is/are doing** : un arrangement
- **do/does** : horaires

So, you're having difficulties with the project. How about a meeting with the team?

That's a good idea – we'll have a meeting to set new deadlines!

[2 days later...]

At, in, on...?

- **AT a moment**: at 2 o'clock, at the moment, at the week-end, at midnight, at Christmas...
- **ON a day**: on Monday, on holiday, on 12 March, on Christmas Day...
- **IN a period**: in January, in 2002, in the past, in summer...
- (pas de préposition) : today, tomorrow, yesterday, last/this/next...

So, have you decided what to do about the project?

Yes – we are going to have a meeting to set new deadlines.

[Another 2 days later...]

Dates

- ☒ On écrit 5 April 2008 ou April 5, 2008 mais pas ~~05/04/08~~ > il peut s'agir du 5 avril (UK) ou du 4 mai (US)!
- Ⓛ On dit "the fifth of April" ou "April the fifth"

So, have you arranged the project meeting yet?

Yes – we are having the meeting at 2 on Thursday!

Problèmes et réclamations

Complaining	<p><i>I'm afraid there has been a problem with...</i></p> <p><i>I'm writing/calling to complain about...</i></p> <p><i>We are not happy with the standard of service provided by your company...</i></p>
Reacting to a complaint	<p><i>We were sorry to hear that...</i></p> <p><i>I'm very sorry about that.</i></p> <p><i>Can you tell me what happened?</i></p> <p><i>Could you give me more details?</i></p>
Explaining the problem	<p><i>We ordered 2000 units, but received only 200.</i></p> <p><i>We agreed on delivery within 10 days; however, it has now been three weeks, and we still have not received the goods.</i></p>
Requesting action	<p><i>Can you replace the faulty goods by tomorrow?</i></p> <p><i>I am really sorry, but unless we receive the goods by the end of the week, we will have to cancel the order.</i></p> <p><i>Please ship the remaining 1800 units as soon as possible.</i></p> <p>✉</p> <p><i>Please call us to settle the matter.</i> ✉</p>
Solving the problem	<p><i>Leave it with me – you'll have the goods tomorrow at 10.</i></p> <p><i>I'll correct the mistake and make sure it doesn't happen again.</i></p> <p><i>I will see to it that the problem is solved.</i></p> <p><i>I have arranged for express shipping, and you will have the goods tomorrow morning.</i></p>



Réussir

Bad news...

- Que vous soyez la personne qui fait une réclamation ou qui doit faire part d'un problème, avertissez le lecteur ou l'interlocuteur avant de lui donner les mauvaises nouvelles :
 - “I'm afraid (that)...” “I'm sorry, but...” “Unfortunately...”
- Soyez généreux avec l'*I'm sorry* – l'utiliser ne veut pas dire que vous êtes personnellement responsable d'un problème ; en revanche, ne **pas** l'utiliser voudra dire que le problème de l'autre ne vous touche en rien. Est-ce vraiment le message que vous voulez faire passer ?
 - “I'm sorry to hear that.” “I'm really sorry about that.”
- Acceptez d'entendre le problème de l'autre – et dites-le :
 - “Yes, I understand.” “You're right. I'm very sorry about that.”
 - “That must be annoying.”
- Si vous présentez des excuses, pensez à le faire en début et en fin de communication :
 - ① “I'm really sorry about that ... ” “Thanks for calling – and once again, I'm really sorry.”
 - ☒ “We apologize for...” “Once again, our apologies for...”

What seems to be the problem?

« Il n'y a pas d'amour sans histoire ¹ », et il n'y a pas de relation professionnelle sans problème. À moins d'avoir une relation informelle qui permet un style direct, pensez à mettre des gants pour bien séparer le problème des personnes :

- ~~You have made a mistake.~~ > There seems to be a mistake on the contract.
- ~~We have a problem.~~ > I'm afraid there is a problem with the delivery.
- ~~You didn't understand.~~ > There has been a (slight) misunderstanding.

Mes notes

.....

.....

1. Francis Cabrel.

I agree with you up to a point – Participer à une réunion ou une téléconférence

Les outils de cette fiche vous permettront d'échanger des opinions, de faire des suggestions et de gérer la communication lors d'une réunion de travail. Vous y trouverez aussi un exemple d'ordre du jour et de compte rendu de réunion.

Voyez également la fiche 19 (outils pour prévenir et résoudre les problèmes de communication) et l'annexe 2 - Argumenter : utiliser les connecteurs logiques.

Échanger des opinions

Expressing opinions	<i>I think... I don't think... If you ask me...</i> <i>In my opinion... To my mind...</i> <i>From a financial point of view...</i> <i>I would like to make two points. First... and second...</i>
Inviting opinions	<i>What are your thoughts on this?</i> <i>What do you think about...?</i> <i>How do you feel about...?</i>
Agreeing/ Disagreeing	☺ <i>I agree. Absolutely!</i> ☺ <i>You're right.</i> ☺ <i>Good point.</i>

[-ING]

Agreeing/	☹ <i>Well, I'm not sure...</i>	
Disagreeing	☹ <i>I'll have to think about that.</i>	
	☹ <i>I see what you mean, I suppose so,</i>] <i>but...</i>
	☹ <i>That's true, That's a good point,</i>	
	☹ <i>I agree with you up to a point,</i>	
	☹ <i>I'm afraid I can't/don't agree.</i>	
	☹ <i>I'm afraid I disagree.</i>	

Proposer et réagir aux propositions

Making suggestions	<i>What about...? How about...?</i>] [-ING]
	<i>I recommend... I suggest...</i>	
	<i>Shall we...? Why don't we...? We could...</i>] [+ infinitive]
<i>I think we need to...</i>		
	<i>I suggest we start right away.</i>	
Inviting suggestions	<i>What do you suggest?</i> <i>[Do you/Does anyone] have any suggestions?</i>	
Reacting to suggestions	☺ <i>That sounds great!</i>	
	☺ <i>That's an excellent idea.</i>	
	☺ <i>I suppose that's the best option.</i>	
	☹ <i>It's a good idea, but... Yes, but...</i>	
	☹ <i>I'm not sure it's such a good idea.</i>	



Bon à savoir

Nuancer votre discours

Utilisez les modaux pour nuancer votre discours :

Obligation/ opinion forte	<i>have (has) to/ must</i>	<i>We must/have to relocate, that is the only option!</i>
------------------------------	--------------------------------	---

Pas d'obligation	<i>don't (doesn't) have to</i>	<i>We don't have to relocate – there are other options.</i>
Interdiction	<i>mustn't</i>	<i>We mustn't tell our clients about this yet – otherwise we'll be in trouble!</i>
Suggestion, recommandation	<i>should/ shouldn't</i>	<i>We should have a look at all the options before we decide – we shouldn't jump to conclusions!</i>
	<i>Shall I/ Shall we</i>	<i>Shall we start?</i>
Degré de certitude	<i>must may could/might can't</i>	<i>That must be the best option. That may be a good idea. That could/might work, (but...) That can't be the best option, it's impossible!</i>
Permission, capacité, possibilité	<i>can/can't</i>	<i>Can we go ahead with this or do we need a green light from the boss? I'd love to help you but I can't – I know nothing about project management. We can relocate or we can lay off staff – I'm afraid those are the options. There's nothing else we can do.</i>
	<i>could</i>	<i>Well, we could see if we can rent more office space here...</i>

Vous pouvez également nuancer votre discours en utilisant *would* (“*That would be too late, I'm afraid*”), les questions (“*Wouldn't that be expensive?*”), ou encore des mots qui minimisent les problèmes (“*We would need a little more time*”).

Participer à la discussion

Interrupting	<p><i>Sorry to interrupt, but...</i></p> <p><i>Sorry, can I just come in here?</i></p> <p><i>Sorry, could I just make a point here?</i></p>
Dealing with interruptions	<p>☺ <i>Sure, go ahead.</i></p> <p>☹ <i>Can I just finish, please?</i></p> <p>☹ <i>Sorry, but I haven't finished (what I was saying).</i></p> <p>☹ <i>Just a moment – we'll come back to you in a second.</i></p>



Réussir

Bien comprendre, c'est mieux réagir

Quand vous participez, prenez soin de :

- clarifier/paraphraser/résumer la position de l'autre (cela vous permet aussi de gagner du temps et de structurer votre réponse) : “If I understand well, you feel we should...”
- donner votre point de vue : “I agree with you up to a point, but...”
- vérifier la compréhension/l'accord : “How does this sound?”– “Does this make sense?”

Voyez la fiche 19 pour les outils qui vous permettent de paraphraser, clarifier, et résumer.

Téléconférences

Technical aspects	<p><i>Are you picking up all right?</i></p> <p><i>I'm afraid the line's very bad. Are you on a mobile?</i></p> <p><i>John, I'm losing you.</i></p> <p><i>Jan, you're breaking up.</i></p> <p><i>Are you using a speaker phone? Can you pick up the receiver instead?</i></p>
-------------------	--

Using names	<p><i>Can you please say your name when you speak?</i></p> <p><i>This is Jan/Jan speaking.</i></p> <p><i>Tom here.</i></p> <p><i>(This is) Jan again.</i></p>
-------------	---



Réussir

À qui le tour ?

Quand vous posez une question ou souhaitez que les participants donnent leur avis sur un point, adressez-vous à quelqu'un en particulier. "Does anyone have any suggestions?" marche bien en face-à-face, mais sera souvent suivi d'un silence lors d'une téléconférence. Utilisez les noms : "Bob, what do you think?", "Could I hear first from Jan, and then from Bob and Maggie?"

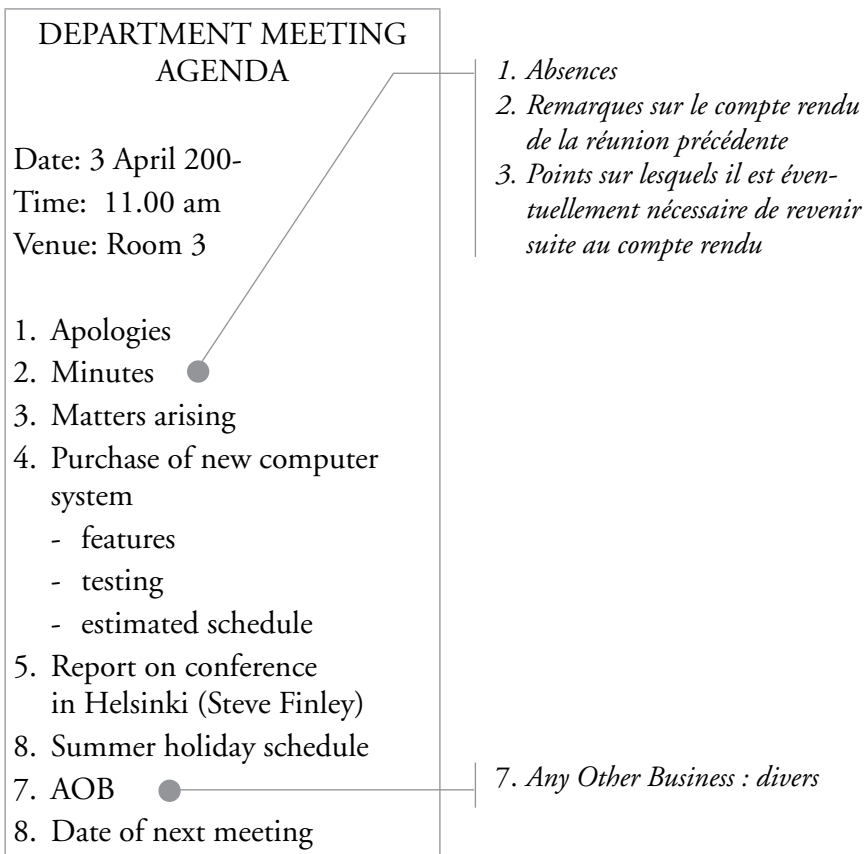
Présider une réunion

Starting the meeting	<p><i>Thank you for coming.</i></p> <p><i>Thank you for joining us. ①</i></p> <p><i>Shall we start?</i></p>
Stating the purpose	<p><i>We are here to talk about...</i></p> <p><i>We need to reach a decision on...</i></p> <p><i>The aim of this meeting is to discuss...</i></p>
Discussing an item	<p><i>The first item on the agenda is...</i></p> <p><i>Could I first have your views on...?</i></p> <p><i>So we agree that...? Let's move on to the next item...</i></p> <p><i>The next thing we have to discuss is...</i></p> <p><i>Shall we move on?</i></p> <p><i>Hold on, I think we need to discuss this in more detail.</i></p>
Asking for reactions	<p><i>What do you think? How do you feel about...?</i></p> <p><i>Would anyone like to comment?</i></p>

Managing interruptions	<i>Could you let him/her finish please? We'll come right back to you.</i>
Checking agreement	<i>Do we all agree? Are we all happy about that?</i>
Summarising	<i>So, to summarise... So, to recap... Let's go over what we've agreed.</i>
Concluding	<i>Is there any other business? I think we've covered everything. That brings the meeting to a close. I will send you a copy of the minutes by Friday. Thank you very much for your time. I look forward to seeing you again at the next meeting. We'll meet again at 2 on Wednesday 15 November. We'll speak again in three weeks. ①</i>

Ordre du jour et compte rendu

L'ordre du jour d'une réunion de travail est souvent tout simplement une liste de points, précédés de la date, de l'heure et du lieu. Dans une réunion plus formelle, en revanche, vous trouverez souvent un **agenda** du type suivant.



MINUTES OF THE DEPARTMENT MEETING

Date: 3 April 200- **Venue:** Room 3

Present: Liz Bronsdon, Gareth Massey, Steve Finley, Gustav Berglund, Anna Harley.

1. Purchase of new computer system

Given the growing demand for our products, we all agree that it is essential to buy a new system in order to work more effectively. A report on the necessary features will enable us to request quote from selected providers. (LB/10 April)

Testing and the estimated schedule will depend on the providers but a preliminary project plan will be drafted. (GB/13 April)

2. Report on conference in Helsinki (Steve Finley)

The conference gave us a good opportunity to present our new products and gain visibility. We agreed to participate next year as well.

3. Summer holiday schedule

We agreed that a minimum of three employees will ensure a presence at the department throughout summer. Staff will be consulted for preferred holiday period before drafting the final schedule. (AH/30 April)

Next meeting: 17 April, 11.00 am

Venue: TBC

Il s'agit d'un compte rendu appelé ACTION MINUTES. La décision et les mesures sont suivies par :

- Personne responsable : Liz Bronsdon

- Date butoir : 10 avril

Une version encore plus informelle (ACTION POINTS) pourrait comprendre une simple liste des mesures :

Liz to: provide a report on the necessary features (10 April)

Gustav to: draft a preliminary project plan (13 April)

TBC : to be confirmed

TBA : to be announced

Bilan : réévaluez vos compétences

Félicitations ! Vous voilà arrivé à un tournant de votre projet (si ce n'est au bout) ! Il est temps de faire le point, de mesurer le chemin parcouru, d'évaluer vos progrès et de définir la prochaine étape.

Reportez-vous à l'autoévaluation et au plan d'action que vous aviez fait au début (fiche 1) et faites le bilan.

Mon plan d'action

1. Dans quelle mesure est-ce que j'ai respecté mon plan d'action (actions, rythme, durée) ? Complètement, partiellement, pas du tout (sur une échelle de 1 à 10) ?

.....

.....

.....



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10



2. Qu'est-ce qui m'a aidé à mettre le plan d'action en œuvre ?

.....

.....

.....

3. Quelles sont les difficultés que j'ai rencontrées ? Comment les ai-je résolues ?

.....
.....
.....

Mon objectif

4. Dans quelle mesure ai-je atteint mon objectif ? Complètement, partiellement, pas du tout (sur une échelle de 1 à 10) ?

.....
.....
.....



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Qu'est-ce qui m'a aidé à atteindre mon objectif ?

.....
.....
.....

6. Quelles sont les difficultés que j'ai rencontrées ? Comment les ai-je résolues ?

.....
.....
.....

7. Est-ce que j'ai récolté les bénéfices auxquels je m'attendais ? Et des bénéfices inattendus ?

.....
.....
.....

Ma réalité

8. Est-ce que mon utilisation de l'anglais a changé ? Est-ce que cela m'a rapproché de mon objectif ?

Situations professionnelles

.....
.....
.....

Fréquence

.....
.....
.....

Vie privée

.....
.....
.....

Fréquence

.....
.....
.....

9. Qu'est-ce que je sais faire mieux ? Quelles sont mes compétences à présent ?

.....

.....

.....

Évaluez à nouveau vos compétences en utilisant les mêmes outils qu'au début de votre projet : utilisez le *Passeport de langues EUROPASS* pour cartographier vos compétences actuelles d'ordre général (<http://europass.cedefop.europa.eu>), ou répondez à nouveau à tout ou partie du questionnaire suivant.

Comparez vos réponses à celles que vous aviez données en début de projet. Si votre réponse n'a pas bougé, demandez-vous ce qui pourrait vous aider à progresser.

1 : Je ne sais pas faire 2 : J'ai du mal 3 : Je me débrouille 4 : Je sais faire assez bien 5 : No problem !




Savoir être

	☹		☺		☺
	1	2	3	4	5
Je peux utiliser les expressions de politesse élémentaires (<i>thank you, please...</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les conventions de politesse de base (se présenter, prendre contact, accueillir un visiteur, invitations, excuses...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les règles de politesse importantes et me conduis de manière appropriée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Communiquer en face-à-face

	☹		☺		☺
	1	2	3	4	5
Je peux prendre et transmettre des messages très simples (<i>lundi, rendez-vous à 14 heures</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux accueillir un collègue ou un visiteur et discuter de sujets simples (<i>famille, travail, loisirs...</i>).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Communiquer en face-à-face (suite)

					
	1	2	3	4	5
Je peux demander et offrir des services.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux conseiller quelqu'un sur des questions simples dans le cadre de mon travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis capable de prendre et de transmettre des messages plus longs et détaillés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux participer à une conversation avec plusieurs personnes et échanger/justifier des opinions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux adapter mon style et mon registre (formel/informel/familier).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux traiter des questions complexes ou sensibles (résoudre un problème, parler d'un sujet délicat).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Communiquer au téléphone

					
	1	2	3	4	5
Je peux demander à parler à quelqu'un, échanger des informations très simples et laisser/prendre des messages.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre rendez-vous et faire/changer des réservations.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux échanger des informations et laisser/prendre des messages plus longs et détaillés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux gérer la communication (résoudre et prévenir les problèmes de communication, interrompre).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux traiter de questions plus complexes ou abstraites.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux discuter de problèmes ou de questions délicates avec tact.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




Lire et écrire des courriers professionnels

					
	1	2	3	4	5
Je peux comprendre et rédiger des messages simples (donner/demander une information ou un service).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je maîtrise les conventions et les expressions types de la correspondance professionnelle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lire et écrire des courriers professionnels (suite)

					
	1	2	3	4	5
Je peux comprendre et rédiger les courriers habituels, et je comprends les grandes lignes des courriers inhabituels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux rédiger des courriers dans un style formel et informel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre et rédiger des courriers détaillés, souligner les points importants et mettre en évidence les liens logiques (cause, conséquence, opposition...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre et rédiger des courriers sur des sujets problématiques ou sensibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais lire entre les lignes et m'exprimer de façon indirecte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Participer à une réunion

					
	1	2	3	4	5
Je comprends l'essentiel du contenu et peux donner mon opinion de façon simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre note des points clés dans une réunion de routine si je connais le sujet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux comprendre les différentes opinions et donner la mienne en la justifiant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux interrompre poliment, gérer les interruptions et demander des clarifications et des précisions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux discuter de problèmes ou de questions délicates avec tact.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes détaillées tout en participant à la réunion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Présentations et conférences

	☹		☺		☺
	1	2	3	4	5
Je peux suivre les grandes lignes d'une présentation si je connais le sujet ; je peux aussi poser une question simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux présenter, de façon simple, un sujet que je connais si j'ai la possibilité de me préparer à l'avance. Je peux aussi répondre à des questions de façon simple.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes assez justes lors d'une présentation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux faire une présentation assez détaillée qui comprend une argumentation ; je peux aussi répondre aux questions du public de façon détaillée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux prendre des notes détaillées lors d'une présentation sans arrêter de la suivre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux faire une présentation sur un sujet abstrait ou complexe et la donner de façon spontanée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je peux gérer la communication avec mon public : garder son attention et faire face à des questions difficiles de sa part.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Dans quels domaines est-ce que j'ai fait le plus de progrès ? Dans lesquels est-ce que je continue à avoir le plus de difficultés ? Les difficultés sont-elles les mêmes ? Quels domaines sont prioritaires à présent ?

Difficultés : Lire Écrire Écouter Parler
 Grammaire Vocabulaire

Priorités : Lire Écrire Écouter Parler
 Grammaire Vocabulaire

Mon bilan

11. Qu'est-ce que j'ai apprécié dans le travail que j'ai effectué ?

.....

12. Qu'est-ce que j'ai moins apprécié (voire pas du tout) ?

.....

.....

.....

13. Quelles pratiques est-ce que je vais garder pour la prochaine réalisation ?

.....

.....

.....

14. Que vais-je faire différemment ?

.....

.....

.....

Et maintenant ?

Utilisez les informations de cette fiche et les questions de la fiche 1 pour redéfinir un nouvel objectif.

Souhaitez-vous progresser dans la même direction ?

Développer un nouvel aspect de vos compétences ?

Mettre en place un projet d'entretien de vos compétences ?

Utilisez vos compétences acquises pour faire ou apprendre tout à fait autre chose... en anglais ?

C'est, encore une fois, à vous de jouer... profitez-en !

Argumenter : utiliser les connecteurs logiques

Cause and effect	<p><i>We are facing increasing competition due to/because of globalisation.</i></p> <p><i>We are facing increasing competition because countries like China are growing so fast.</i></p> <p><i>For this reason, As a result, Consequently, Therefore, we must improve profitability.</i></p>
Purpose	<p><i>We must define a strategy (in order) to/so as to remain competitive.</i></p> <p><i>We must define a strategy so that our competitors don't overtake us.</i></p>
Emphasizing	<p><i>Basically, we need to improve profitability.</i></p> <p><i>Improving profitability is particularly/especially important.</i></p> <p><i>The main issue is profitability.</i></p>
Paraphrasing	<p><i>In other words/That is to say, we need to become more profitable.</i></p>
Giving an example	<p><i>So how can we improve profitability ? We have several solutions.</i></p> <p><i>For example/For instance, we can extend our product range.</i></p>
Adding information	<p><i>We can also cut our prices. In addition,/Furthermore,/Moreover, we can reduce production costs. We can reduce distribution costs as well.</i></p>

Option/ exclusion	<i>Alternatively, we could outsource a part of our activities. Basically, it's simple: either we keep all the activities in-house or we outsource some of them.</i>
Contrast	<i>However/Nevertheless, it is going to be difficult to do all of that. Maybe we should also cut some jobs, although/even though workloads are heavy as it is. On the contrary, we need to create more jobs! Contrary to what you think, creating jobs will help improve profitability. We keep laying people off whereas/while our main competitors hire new staff every day. On the one hand, cutting jobs helps save money; on the other hand, it is only a short-term solution.</i>
Similarity	<i>Likewise/Similarly/In the same way, outsourcing is no long-term solution.</i>
Emphasizing facts	<i>In fact/Actually, outsourcing is most often used for short-terms profits.</i>
Restriction	<i>We can improve profitability provided/if/as long as we find a long-term solution. We can't improve profitability unless we find a long-term solution.</i>
Time	<i>So here's an idea: before taking any serious measure, we should consult our staff. At the same time, independent consultants should have a look at our product range, while the Financial Department comes up with cost estimates. Meanwhile, Marketing Department should think of ways of extending our customer base. If we do all this we will, eventually, find the right solution!</i>

Bibliographie/sitographie

Vous trouverez ci-dessous la liste des ouvrages et sites mentionnés dans ce livre. Cette liste est forcément réductrice, mais elle vous fournit déjà un point de départ – à vous de l'élargir par la suite !

Bibliographie

Dictionnaires bilingues

Le Grand Robert & Collins. Robert | existe également en version électronique (éd. Softissimo).

Dictionnaires unilingues (anglais général)

Oxford Essential Dictionary. Oxford University Press | niveau élémentaire à pré-intermédiaire, également avec CD-rom.

Oxford Wordpower Dictionary. Oxford University Press | niveau intermédiaire, également avec CD-rom.

Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University Press | niveau avancé, également avec CD-rom.

Cambridge Essential English Dictionary. Cambridge University Press | niveau élémentaire à pré-intermédiaire.

Cambridge Learner's Dictionary. Cambridge University Press | niveau intermédiaire, également avec CD-rom.

Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge University Press | niveau avancé, également avec CD-rom.

Dictionnaires unilingues (anglais spécialisé)

Oxford Business English Dictionary for Learners of English. Oxford University Press | niveau intermédiaire à avancé, également avec CD-rom.

Grammaires

La collection *Oxford Practice Grammar* | avec CD-rom contenant des exercices interactifs, adaptée sur plusieurs niveaux : *Basic* (élémentaire), *Intermediate* (intermédiaire), *Advanced* (avancé).

La collection *Grammar in Use*. Cambridge University Press | existe également avec CD-rom, adaptée sur plusieurs niveaux : *Essential Grammar in Use* (élémentaire), *English Grammar in Use* (intermédiaire), *Advanced Grammar in Use* (avancé).

Business Grammar and Practice et *Essential Business Grammar and Practice*. Oxford University Press | sur deux niveaux, intermédiaire et élémentaire/pré-intermédiaire.

Méthodes

Les grands éditeurs (dont Oxford University Press, Cambridge University Press, ou encore MacMillan) proposent une vaste gamme d'outils de qualité pour tous les goûts. En voici quelques exemples – notez que rien ne vaut une visite dans une librairie bien fournie (par exemple, W.H. Smith ou ATTICA à Paris, www.attica.fr partout) ou sur le site de l'éditeur pour découvrir et essayer quelques ouvrages avant d'en acheter un.

La collection *English 365*. Cambridge University Press | Pour le bureau et pour la vie privée : une méthode sur trois niveaux en phase avec les derniers développements en communication à l'international.

La collection *Express Series*. Oxford University Press | Pratique et rapide, CD-rom inclus (dont tous les extraits audio), dès le niveau intermédiaire. Un ouvrage par situation : *English for Socializing*, *English for Telephoning*, *English for Meetings*, *English for Presentations*, *English for Emails...*

Les ouvrages de MacMillan : *Email English* par Paul Emmerson et *Presentations in English* par Erica J. Williams | Plus approfondi, pour un niveau intermédiaire/supérieur à avancé.

Sitographie

Les ressources Internet évoluent constamment – faites donc une recherche sur Google pour découvrir les derniers développements ou la nouvelle adresse d'un site.

Dictionnaires

www.lexilogos.com | portail

<http://iate.europa.eu/iatediff/> | IATE (Inter-Active Terminology for Europe) est une base de données européenne très utile pour la terminologie spécialisée.

<http://dictionary.cambridge.org> | Quelques-uns des dictionnaires de Cambridge University Press.

www.synonym.com | Variez votre vocabulaire grâce à ce site de synonymes.

Grammaires

<http://netgrammar.altec.org>

Exercices et activités

🔊 *audio* 🎬 *vidéo* ⚡ *différents niveaux*

<http://www.lepointdufle.net/anglais.htm> 🔊 🎬 ⚡ | Le plus : choix des exercices en français.

www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/index.shtml 🔊 🎬 | L'incontournable site de la BBC pour l'anglais général, les situations professionnelles, les sujets d'actualité – toujours à la page !

www.englishpage.com | Exercices de grammaire et de vocabulaire.

www.englishclub.com 🎧 | Riche et varié.

<http://eleaston.com/english.html> 🎧 | Pour la vie et pour le travail.

www.better-english.com/exerciselist.html | Riche en exercices.

www.esl-lab.com 🎧 📺 AA | Exercices d'écoute à plusieurs niveaux !

Actualités

www.euronews.net 🎧 📺 | Euronews : les actualités d'une langue européenne à une autre.

www.bbc.co.uk/worldservice 🎧 | BBC en version intégrale.

edition.cnn.com 🎧 📺 | CNN – le plus : documents audio et vidéo téléchargeables avec iTunes ou RealPlayer.

www.rfi.fr 🎧 | Les actualités françaises et internationales en anglais avec Radio France Internationale.

Où je veux, quand je veux : les podcasts téléchargeables

<http://edition.cnn.com/services/podcasting/> 🎧 📺

www.podcastsinenglish.com 🎧 AA

www.elpodcast.com 🎧 AA

Autres coups de cœur

www.cyborlink.com/default.htm | Ressources interculturelles.

www.kwintessential.co.uk/resources/country-profiles.html | Ressources interculturelles.

www.bbc.co.uk/languages/other/quickfix/ 🎧 | 12 phrases essentielles en 36 langues (fichiers mp3 inclus) – de quoi réussir votre premier contact dans la langue de l'autre !

www.mindtools.com | Articles sur différents aspects de management.

www.expatica.com | Portail pour expatriés.

www.green.tv 📺 | La chaîne écolo.

Composé par Nathalie Bernick

N° d'éditeur : XXXX

Dépôt légal : avril 2009

Être pro en anglais

Deuxième titre de la collection *Vos atouts métier*, cet ouvrage propose une démarche inédite pour être à l'aise en anglais professionnel.

Coach en communication à l'international, l'auteur accompagne le lecteur pas à pas dans le développement de ses aptitudes à communiquer en anglais.

Partant du constat que les difficultés à parler anglais sont des freins à la communication professionnelle plus que des questions linguistiques, elle propose, dans une démarche progressive, des outils pratiques immédiatement utilisables, assortis de tests d'auto-évaluation et de nombreux exercices, afin de permettre au lecteur de se sentir à l'aise en anglais et avant tout à l'aise en communiquant au travail.

L'auteur

Katja Ingman est coach en communication à l'international et formatrice en anglais professionnel.

Le public

- Jeunes diplômés
- Étudiants en fin de cursus universitaire
- Étudiants de grandes écoles



La collection
Vos atouts métier
sous la direction de
Marie Berchoud

- Des guides pratiques pour étudiants entrant dans la vie active
- Des guides d'accompagnement perso/pro pour réussir et être heureux
- Des méthodes pas à pas pour gagner en confiance et en efficacité