

LA COMMUNICATION ET SES MULTIPLES FACETTES

DESCRIPTIF DU PROJET

Le titulaire du BEP MRCU « Métiers de la relation aux clients et aux usagers » intervient dans les activités suivantes :

- accueil et information des clients ou des usagers ;
- suivi, prospection des clients ou des usagers pour transmettre de l'information ;
- conduite d'un entretien de vente.

Il doit être capable :

- d'exploiter les informations relatives à son organisation, aux clients, aux produits, aux services et à la concurrence ;
- d'utiliser les TIC ;
- de mettre en œuvre des techniques relationnelles.

Une communication professionnelle (écrite, orale) adaptée est une exigence essentielle dans toutes les activités du référentiel d'activités professionnelles (RAP) du BEP MRCU.

ACTIVITÉ 3 (référentiel de certification)

Tâches	Compétences	Comportements professionnels	Savoirs associés	Critères de performance
La recherche et l'exploitation d'information sur le produit ou le service, la clientèle ou l'entreprise.	Recenser et sélectionner les différentes sources nécessaires à la connaissance de l'offre. Caractériser l'offre.	Etre méthodique et précis dans la recherche d'information.	Les composantes de l'offre. La recherche d'informations sur Internet et intranet.	La recherche des informations relatives à l'offre est méthodique, précise, contrôlée et adaptée à la demande La méthodologie de recherche dans une base de données interne ou sur Internet est maîtrisée et efficace. Le choix des informations concernant l'offre est judicieux. Les informations recueillies sont complètes, classées. Elles font l'objet d'un document de synthèse opérationnel (fiche).
La présentation de l'offre en face à face.	Mener l'entretien de vente.	Adopter une communication et une posture professionnelles adaptées. Maîtriser son stress	La communication orale professionnelle.	

PROJET DE LA SEQUENCE

Diagnostiquer les compétences générales de l'élève. Ce diagnostic repose sur les compétences développées en 3^{ème} :

↳ Compétence 1 – La maîtrise de la langue française

- | | |
|----------------------------|---|
| <i>Lire</i> | - Dégager l'idée essentielle d'un texte lu
- Comprendre un énoncé, une consigne |
| <i>Ecrire</i> | - Rédiger un texte bref, cohérent : compte rendu...
- Résumer un texte
- Adapter le propos au destinataire et à l'effet recherché |
| <i>S'exprimer à l'oral</i> | - Prendre la parole en public
- Adapter sa prise de parole à la situation de communication
- Reformuler un texte
- Rendre compte d'un travail individuel |

LA COMMUNICATION ET SES MULTIPLES FACETTES

A - TÂCHE FINALE

- ☞ Présenter à l'oral devant la classe un travail de recherche documentaire sur un thème précis
- ☞ S'auto-évaluer

B - METHODOLOGIE

Etape 1 – Organiser sa recherche documentaire

1 – Choisir le thème dans la liste des thèmes proposés

2 – Délimiter le thème

⇒ Il est important de cerner clairement le thème de l'étude choisie, de lister des questions posées

Etape 2

1 – Sélectionner les sources d'informations : au CDI : revues professionnelles (Capital, LSA, Commerce magazine, Point de vente, Linéaires, L'entreprise...), presse (Le Monde, Le Figaro...), sites sur Internet

2 – Collecter l'information

3 – Trier l'information

Etape 3

1 - Préparer le contenu du document de synthèse

⇒ Le document de synthèse n'est pas un listing de toutes les informations récoltées, mais une sélection et une reformulation des informations concernant exclusivement le thème choisi.

- *Réunir la documentation*
- *Surligner les informations relatives à votre thème*
- *Reformuler les différentes données*

2 – Organiser les idées du document de synthèse

Il faut structurer le dossier

- *Elaborer un plan (histoire, activités, chiffres et résultats, engagement...)*
- *Rédiger l'introduction*
- *Regrouper les notions pour construire le développement*
- *Rédiger la conclusion*

Etape 4 – Présenter la synthèse à un auditoire : rendre compte à l'oral

1 – Préparer l'intervention orale

- *Délimiter la durée (10 mn maximum)*
- *Construire un plan de l'exposé (prise de note)*
- *S'entraîner pour mesurer efficacement la durée*

2 – Intervenir oralement

- *Utiliser un vocabulaire correct et professionnel (bannir le langage familier)*
- *Utiliser des moyens de communication (tableau, rétro projecteur...)*
- *Avoir une attitude volontaire et convaincre*

Evaluation formative sur la prestation orale à partir d'une grille d'évaluation

D - THEMES

Ikea

Lacoste

Leclerc

Iphone

Etam

Adidas

Sport 2000

Yves rocher

H&

Nike

DOCUMENT PROFESSEUR

- ☞ Le professeur donne la liste des thèmes à choisir par les élèves
- ☞ L'élève est en autonomie pour rechercher les informations sur le thème choisi
- ☞ Pour compléter les informations sélectionnées par l'élève ou pour aider l'élève qui ne trouve pas d'informations, le professeur peut lui donner l'adresse des sites et/ou des documents sur les thèmes
- ☞ Le professeur valide les documents trouvés par les élèves
- ☞ Le professeur évalue la prestation orale à partir d'une grille, en tenant compte des appréciations des autres élèves et de l'auto-évaluation de l'élève (à préciser : par exemple chaque élève pourrait disposer de la grille, la remplir au cours de l'exposé. Le professeur à l'issue fait une synthèse à partir des observations de la classe.....)

Sites

Ikea	Ikea. Com
Lacoste	Lacoste.com
Leclerc	E.Leclerc.com
iphone	http://www.graphmobile.com/dossier/2-iphone-histoire.htm
Etam	http://www.etamdeveloppement.com/fr/group/index.php
Adidas	http://www.adidas.com/fr/shared/aboutadidas.asp
Sport 2000	http://www.sport2000.fr/fr/header/le-groupe.aspx
Yves rocher	http://www.groupeyvesrocher.com/
H&M	http://www.hm.com/ca_fr/proposdehm/ensavoirplussurhm/hmenbrief_hminbrief.nhtml

Document - iPhones

Les trois quarts (77 %) des téléphones vendus à Noël avec un forfait par Orange ont été des iPhones d'Apple, affirme le PDG de France Télécom, dans un entretien aux Echos. Fin décembre, Orange en avait vendu 1,7 million et SFR plus de 500 000 à fin octobre 2009, tandis que Bouygues Telecom en a commercialisé 330 000 à fin novembre 2009.

Document - Nike

Nike : marque américaine de chaussures, accessoires, vêtements et matériels de sport.

L'histoire de Nike débute dans les années 1950 aux Etats-Unis. Deux hommes sont à l'origine de l'histoire de Nike : Bill Bowerman un entraîneur d'athlétisme, et Phil Knight un étudiant en comptabilité et sportif amateur. Ils commencent modestement en vendant des chaussures Tiger, un modèle remis à la mode depuis par Asics. À l'époque, des géants comme Puma ou Adidas représentent le plus gros des ventes de chaussures de sport et de vêtements de sport.

L'utilisation des Converse Shoes est alors cantonnée à la pratique du basket-ball. Un commercial, Jeff Johnson rejoint l'équipe à l'origine de l'histoire de Nike et devient le premier vendeur à plein temps de l'entreprise. C'est à Jeff Johnson que l'on doit l'ouverture du premier des magasins Nike en 1966, en Californie. Avec le temps, le désir de vendre ses propres produits devient de plus en plus fort. Nike souhaite se séparer de ses Tiger et devenir indépendante. Le nom Nike, dérivé du grec signifiant « victoire », sera trouvé par Jeff Johnson, alors que Bill Bowerman s'occupe du design des futures

chaussures. L'histoire de Nike est sur les rails. L'histoire de Nike est étroitement liée à celle de son logo. Ce fameux logo Nike est créé en 1971. On doit ce logo Nike en forme de virgule à une étudiante en art graphique, Carolyn Davidson. Pour la petite histoire, le logo Nike aura rapporté en tout trente-cinq dollars à cette étudiante qui continuera par la suite à assurer la communication de Nike. C'est en 1973 que la chaussure de sport Nike la plus célèbre, la « Waffle », est commercialisée.

La structure de cette tennis Nike est totalement révolutionnaire et aide le sportif à amortir le choc et rebondir. En 1981, Nike devient la première marque de chaussures de sport aux Etats- Unis, devant les géants allemands Puma et Adidas jusqu'alors intouchables. L'histoire de Nike sera couronnée par beaucoup d'autres succès. On retrouve progressivement des tennis Nike conçues pour différents sports. On assiste alors à la naissance des divisions Nike basketball, Nike Golf et même Nike Shoes qui conçoit des chaussures de sport Nike destinées à ne pas servir pour le sport !



Une révolution culturelle s'engage, de plus en plus de jeunes portent des baskets dans leur vie de tous les jours, à la place des traditionnelles chaussures de ville. Une des plus grandes réussites de Nike dans le basket-ball viendra en 1982 avec la Nike Air Force One Basketball. Elle sera suivie en 1984 de la Nike Air Jordan, popularisée par le basketteur Michael Jordan. A la fin des années 1980, de nombreux sportifs sont sous contrat avec Nike et concourent à la renommée de la marque à la virgule. Le groupe sera mis à mal en 1997 lorsque le grand public découvre les conditions de fabrication des chaussures de sport Nike. Aujourd'hui, plus que jamais, le street-wear fait partie intégrante des collections Nike.

Les magasins Nike ressemblent d'ailleurs à des magasins de prêt-à-porter, à l'instar de leurs concurrents Puma et Adidas qui déploient des moyens similaires. Les magasins Nike vous proposent une vaste gamme allant des vêtements pour la vie de tous les jours à la gamme Nike Basketball, en passant par Nike Golf.

Histoire de logo : Nike



Simple, fluide et rapide. Ce sont les mots utilisés pour décrire le symbole dans le logo de Nike qui est devenu l'un des symboles les plus connus dans le monde. Le premier logo de Nike a été conçu par Carolyn Davidson en 1971 pour seulement 35 \$. Phil Knight, fondateur de Blue Ribbon Sports a engagé Davidson pour concevoir un logo pour une marque de chaussures. Bien que le design ne passionne pas Knight, en raison de contraintes de temps, le logo a été sélectionné.

Le logo Nike représente l'aile dans la célèbre statue de la déesse grecque de la victoire, Nike, qui était la source d'inspiration pour de nombreux. Selon les légendes, un Grec disait: « Quand nous allons à la guerre et que nous gagnons, nous disons que c'est grâce à Nike. »

Au printemps de 1972, la première chaussure avec le Logo Nike est lancée. Plus tard, le logo de Nike est enregistré comme marque de commerce en 1995 et est devenu l'identité visuelle de Nike. Le logo de Nike a énormément favorisé la réussite globale de la marque.

Par la suite, Nike s'est diversifié des chaussures athlétiques aux appareils de sport et des vêtements aux accessoires. Nike a révolutionné l'industrie du sportswear. Approuvé par les athlètes comme la superstar Michael Jordan, André Agassi, Roger Federer, les soeurs Williams et bien d'autres, Nike a réussi sa mission de «donner de l'inspiration et de l'innovation à tous les athlètes dans le monde».

GRILLE D'EVALUATION

FONDS

Exposé oral structuré	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
Introduction	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
Développement	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
Conclusion	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>

FORME

- Voix claire	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Voix présente	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Débit de parole normale	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Regard présent	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Regarde tout le public	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Utilisation de la gestuelle	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Utilisation d'outils de présentation	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Utilise l'espace	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Temps de l'exposé oral respecté (entre 5 et 10 mn)	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Exposé oral sérieux	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Gère le stress	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>
- Orateur souriant	Oui <input type="checkbox"/>	Non <input type="checkbox"/>

Commentaire général sur l'exposé :

PISTES A OUVRIR

A la suite de cette séquence, le professeur va pouvoir orienter les élèves dans des groupes d'AP en fonction de leurs besoins.

Groupe	Activités de remédiation
1 ^{er} groupe : élèves qui ont des difficultés à trouver des informations pertinentes sur un sujet	A partir d'articles de presse, constituer une revue de presse hebdomadaire à l'écrit et ensuite la présenter à l'oral
2 ^{ème} groupe : élèves qui ont du mal à lire, comprendre et reformuler des idées essentielles	
3 ^{ème} groupe : élèves qui ont du mal à s'exprimer à l'oral	Jeux de rôle 1 ^{er} exemple : Dire à voix haute et sur différents tons (colère, tristesse, moquerie, indifférence) « nous avons RDV à 17 H, je l'ai attendu mais il n'est pas venu » 2 ^{ème} exemple : « Le bateau qui coule », par groupe de 4 élèves