

**BTS Assistant de Manager  
Session 2015**

<b>ÉPREUVE E4 :</b> COMMUNICATION PROFESSIONNELLE EN FRANÇAIS ET EN LANGUE ÉTRANGÈRE	Fiche de situation n° : 3
Nom et prénom du candidat : Bègue Héloïse	N° d'inscription du candidat :
Situation d'évaluation (A ou B) : <b>B</b>	Langue vivante choisie (pour la situation B) : Anglais

**LA SITUATION DE COMMUNICATION**

Vécue	X	Observée		Date : le 5 novembre 2015
Intitulé de la situation : <b>Accueil d'un invité</b>				
Type de situation : <b>Accueillir et informer</b>				
Contrôle de la composition du dossier :				
- 4 situations présentées de types différents.....	<b>OUI</b>			NON
- dont une relative à la collaboration avec le manage.....	<b>OUI</b>			NON
dont deux dans un contexte de travail international mobilisant une langue étrangère.....	<b>OUI</b>			NON

**L'ORGANISATION CONCERNÉE**

Nom : XXXX	
Adresse : XXXX	
Activité : Communication, relations presse & publiques, événementiel...	Département ou service : Relations publiques

**LE CONTEXTE DE LA SITUATION**

<p><b>Contexte managérial :</b></p> <p>XXXXest une SARL au capital de XXXX€ créée en décembre XXXX et basée en région parisienne. Elle est dirigée par Mme XXXX (ma tutrice), ses deux associés et un employé à temps partiel. Cependant, elle embauche régulièrement de manière ponctuelle pour des besoins précis (bookers, assistants, etc).</p> <p>XXXX est divisé en deux secteurs :</p> <table border="0"> <tr> <td>XXXX spécialisé en :</td> <td>XXXX spécialisé en :</td> </tr> <tr> <td>- Conseil en communication</td> <td>- Road Show</td> </tr> <tr> <td>- Relations presse</td> <td>- Geomarketing</td> </tr> <tr> <td>- Relations publiques</td> <td>- Production de véhicules théâtralisés</td> </tr> <tr> <td>- Événementiel</td> <td>- Street marketing</td> </tr> <tr> <td></td> <td>- Tournées festives</td> </tr> <tr> <td></td> <td>- Booking</td> </tr> <tr> <td></td> <td>- Direction Artistique</td> </tr> </table> <p>La cible de la société est donc essentiellement des organisations.</p> <p>Dans l'entreprise les rapports sont directs, les membres s'appellent par leur prénom. Le style de management de Mme XXXX est déléгатif. Elle n'hésite pas à faire confiance en donnant des responsabilités. Elle se déplace souvent chez les clients afin de connaître davantage leur personnalité et ainsi pouvoir satisfaire leurs attentes.</p>	XXXX spécialisé en :	XXXX spécialisé en :	- Conseil en communication	- Road Show	- Relations presse	- Geomarketing	- Relations publiques	- Production de véhicules théâtralisés	- Événementiel	- Street marketing		- Tournées festives		- Booking		- Direction Artistique
XXXX spécialisé en :	XXXX spécialisé en :															
- Conseil en communication	- Road Show															
- Relations presse	- Geomarketing															
- Relations publiques	- Production de véhicules théâtralisés															
- Événementiel	- Street marketing															
	- Tournées festives															
	- Booking															
	- Direction Artistique															

Ici, c'est le XXXX qui a demandé les services de XXXX pour organiser l'inauguration de leur établissement (entièrement redécoré récemment). C'est une société comportant plusieurs établissements (XXXX St Tropez, XXXX Monaco, XXXX Dubaï, XXXX New York, etc). C'est un établissement prestigieux, accueillant régulièrement des stars internationales. Le directeur est M. XXXX et son style de leadership est autoritaire. Il prend toutes les décisions et vérifie toujours le travail de ses collaborateurs.

Avant l'inauguration, ma manager, son assistante et moi, avons envoyé les invitations. Nous nous sommes chargées d'inviter les bonnes personnes. C'est-à-dire soit des personnes influentes du fait de leur notoriété, soit des personnes susceptibles devenir des clients (car XXXX peut être privatisé pour des soirées). Parmi ces personnes se trouvaient des invités VIP dont nous devions prévoir un accueil particulier. En effet, tous les invités pouvaient entrer (sur liste uniquement), visiter l'établissement librement, boire et manger gratuitement. Cependant, lorsqu'un invité VIP arrivait, nous devions nous même le faire visiter l'établissement en veillant à ce qu'il se sente à l'aise et qu'il ne manque de rien.

**Contexte organisationnel :** La société ne dispose que d'ordinateurs portables car le personnel est amené à se déplacer régulièrement. Sur tous les ordinateurs se trouvent les principaux logiciels bureautiques ainsi qu'un navigateur. La société dispose également d'un téléphone fixe, d'une imprimante, scanner et photocopieur. Mon bureau se trouve dans la même pièce que le bureau de ma manager ainsi que celui de son assistante. Cela peut poser des problèmes lors de relations téléphoniques, mais il est rare que nous nous retrouvions toutes les trois en même temps dans ce bureau car les déplacements sont nombreux.

Pour ce projet, nous venions souvent travailler dans l'établissement XXXX. Nous pouvions nous installer sur les tables du restaurant. Celui-ci se trouve au troisième étage, à côté des bureaux du personnel. Nous avions à notre disposition tout le matériel nécessaire pour travailler (téléphone, imprimante, wifi, etc).

### **Contexte relationnel :**

- Composantes de la communication

Acteurs :

- Un invité VIP à l'inauguration du XXXX Paris
- Héloïse Bègue, assistante manager stagiaire
- Mme XXXX, manager, délègue la mission à l'assistante stagiaire

Interactions : La relation était **professionnelle** sans lien de subordination hiérarchique. Mon rôle était d'accueillir l'invité. J'étais **stressée et intimidée** car je ne suis pas très à l'aise avec la langue anglaise. Cependant, j'essayais de ne pas le montrer et l'échange fut très **chaleureux**. Le client était très **ouvert** et tout comme moi, utilisait des **techniques de reformulations** pour être certain de bien se faire comprendre

Canal : communication orale en face à face

Contexte spatial : XXXX Paris qui est établissement très spacieux comportant trois étages se trouvant en plein centre de Paris.

Contexte temporel : Visite de 10 minutes dans l'établissement, un jeudi soir vers 21h.

- Enjeux :

Assistante : Je souhaite satisfaire la demande de ma manager en accueillant cet invité pour que celui-ci ait une bonne image de l'établissement. De plus, j'ai un **enjeu commercial** car j'aimerais que le client souhaite entretenir des relations commerciales avec nous. J'ai également un **enjeu identitaire** car je souhaite avoir la reconnaissance de ma manager et satisfaire les attentes de l'invité.

Invité : Il a un **enjeu opératoire** puisque s'il est venu c'est qu'il souhaitait des informations sur le lieu. Il a également un **enjeu identitaire** puisqu'il souhaite être reconnu et véhiculer une bonne image en vue d'une future collaboration.

- Forme de la communication :

La communication est **interpersonnelle** et **externe** puisqu'il ne s'agit pas d'une personne de la société. De plus, elle est **immédiate** puisqu'elle s'est effectuée en **face à face** et de façon **formelle**.

- Techniques et outils de communication utilisés : écoute active, techniques de reformulations...

## LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION MISES EN ŒUVRE \*

Afin d'accueillir et informer au mieux les invités aussi bien français qu'étrangers, je me suis préparé en apprenant les phrases dont j'allais avoir besoin (telles que des rituels de salutations ainsi que des mots précis).

Concernant l'accueil de cet invité :

J'ai tout d'abord pris contact avec lui avec tous les **rituels de salutations**, ce qui m'a permis de me rendre compte qu'il parlait anglais. Ensuite je lui ai demandé son nom pour m'assurer qu'il faisait partie de la liste d'invités. Grâce à cette information j'ai immédiatement vu qu'il faisait partie des invités VIP.

Je l'ai donc accueilli personnellement en veillant à ce qu'il perçoive qu'il a été pris en considération. De plus j'ai fait attention à ce qu'il comprenne ce que je disais en utilisant des **techniques de reformulations** et en lui posant des questions. Nous faisons tous deux preuve d'**écoute active** pour que la communication soit réussie, bien que cela fut difficile (bruits, musique forte, etc). Puis je l'ai laissé profiter de la soirée et des animations avec une **prise de congé**.

Stratégies des acteurs :

Les deux acteurs ont utilisé, de manière **consciente**, une **stratégie de coopération** en souhaitant tous deux avoir un bon contact et réussir la communication. **Notre communication non-verbale était en cohérence** avec cette stratégie car nous sourions naturellement et étions ouverts à la communication.

Cependant, j'adopte également une **stratégie d'influence** en faisant attention à mes attitudes et mes paroles pour que l'invité ait une très bonne image de l'établissement.

## L'ÉVALUATION DE LA RELATION

Résultats : La communication a donc été réussie puisque nous sommes parvenus à nous comprendre malgré les difficultés. De plus l'invité m'a fait part de sa satisfaction, il était ravi d'être convié car il a beaucoup apprécié l'établissement. Il est resté longtemps et toujours souriant. J'ai pu lui véhiculer une bonne première image de l'établissement.

Conséquences : Tous les acteurs sont satisfaits. Cet invité reviendra quelques jours plus tard pour obtenir des informations sur la privatisation de l'établissement car il en a eu une bonne image et envisage une relation commerciale. De plus, ma manager et le dirigeant de l'établissement ont obtenu plusieurs rendez-vous d'invités souhaitant une collaboration commerciale, ce qui impacte positivement l'établissement mais également la vision que notre client a de nous.