

## Relations Interculturelles

**Maîtriser les codes interculturels, c'est offrir à chaque client le sentiment d'être compris, respecté et valorisé, d'où qu'il vienne.**



### Objectifs

Comprendre les différences culturelles est essentiel pour garantir une expérience fluide, respectueuse et personnalisée.

Développer la capacité à accueillir, communiquer et interagir avec des clients internationaux aux attentes variées.

Maîtriser les codes, usages et sensibilités culturelles afin d'éviter les maladroites et renforcer la qualité relationnelle.

Savoir adapter son comportement, sa communication et sa posture pour offrir une expérience client irréprochable et universellement élégante.



#### Durée

14 Heures



#### Suivi de formation

- Feuille d'émargement
- Suivi: Test de positionnement, évaluation enquête



#### Tarif

2.200€ Nets de taxe  
1-10 participants.

1

#### THÉORIE

Transmission des codes et pratiques d'être et savoir être interculturel

2

#### MISE EN SITUATION

Jeux de rôle et cas concrets inspirés du management interculturel

3

#### COACHING PERSONNALISÉ

Retour individualisé pour se perfectionner en attitude et gestuelle

## Contenu de la formation

La formation débute par la découverte des grandes zones culturelles et de leurs particularités relationnelles. Les participants apprennent à reconnaître les attentes, valeurs et sensibilités propres à chaque culture. Un module est consacré aux différences de communication : ton, distance, regard, contact visuel. Les comportements à adopter et ceux à éviter selon les nationalités sont présentés de manière concrète. Un focus est fait sur les clients premium internationaux : MENA, Asie, US, Europe. La gestion des incompréhensions et des situations sensibles est travaillée à travers des exemples réels. Les participants apprennent à adapter accueil, langage et attitude en fonction du client. La dimension émotionnelle des cultures est analysée : expressivité, pudeur, formalité. Un module aborde les codes de respect, de politesse et de priorité selon les régions du monde. Un plan opérationnel final permet d'appliquer ces bonnes pratiques dès le terrain.



- Adapter son langage et sa posture selon les attentes internationales.
- Éviter les maladresses grâce à une connaissance précise des sensibilités culturelles.
- Renforcer la relation client grâce à une approche respectueuse et personnalisée.
- Apporter une expérience universellement élégante et rassurante.
- Comprendre les différences culturelles et leurs impacts en situation professionnelle.

## MÉTHODOLOGIE

- **Apports théoriques** : cultures, zones géographiques, codes relationnels.
- **Études de cas** : situations vécues en hôtellerie, retail et service premium.
- **Mises en situation** : jeux de rôle selon les profils clients internationaux.
- **Ateliers pratiques** : décryptage de comportements et adaptation immédiate.
- **Coaching individuel** : amélioration de la posture et de la communication interculturelles.

