

Objectifs

- Aborder les fondamentaux de la culture chinoise, comprendre les valeurs morales, sociales et culturelle qui structurent la mentalité des Chinois.
- Maîtriser le processus de la communication, décrypter les messages de vos interlocuteurs Chinois et obtenir des réponses satisfaisantes.
- Adapter le style de communication au contexte pour se mettre sur la bonne « longueur d'onde ».
- Savoir instaurer un climat favorable à des relations stables et équilibrées avec vos « amis chinois ».

Présentation du formateur


Après des études de chimie organique à l'Université de Lille, il a occupé des responsabilités importantes à la direction de diverses entreprises de chimie pendant plus de 25 ans.

Il a poursuivi sa carrière en Asie pendant plus de 12 ans en tant que directeur général Chine et Asie du SE et responsable du réseau commercial d'entreprises européennes. Son expérience de la Chine lui a permis de parfaire ses aptitudes dans les négociations à haut niveau, et particulièrement les relations avec les autorités locales ou les JV.

Il a coécrit un livre « Réussir ses négociations avec les chinois ».

Introduction

C'est un véritable défi quotidien auquel vous êtes confronté, lorsque vous travaillez à distance avec des interlocuteurs chinois : incompréhension, malentendus et méfiance sont les obstacles que vous avez à contourner.

En décryptant les valeurs morales, sociales et culturelles de vos interlocuteurs, vous pourrez mieux appréhender les particularités de communication des Chinois et adapter votre propre style selon le mode de contact : e-mail, téléphone, internet ou visio-conférence.

En développant votre sensibilité culturelle vous serez en mesure de vous adapter au mieux aux différentes situations pratiques qui vous attendent.

Pédagogie

Préalablement, un questionnaire à remplir par chaque participant en vue de dégager ses centres d'intérêt. ChinForm adapte le contenu en fonction de ces éléments :

Présentation de slides, mise en situation, analyse de cas concrets.

Quand et où : Les 06/04/2017, 27/09/2017, 13/12/2017

Centre de formation à Saint-Lazare

Durée : Une journée de 9 :00 à 17 :00

Pour qui

- Directeur commercial ou responsable de développement international
- Personnel du back-office en charge des relations avec les fournisseurs ou les clients chinois...
- Responsable administration des Ventes ou Approvisionnements/Achats

Prix : 650 euros HT par participant

Programme de la formation
Partie A : Le contexte des échanges : approche culturelle

Les particularités de la mentalité chinoise : valeurs traditionnelles chinoises et leur évolution

- La relation et les Guanxi
- La Face
- La relation au temps
- La logique

L'identité culturelle des Chinois :

- Le culte des ancêtres et les superstitions
- Education et comportements : l'iceberg culturel
- Stéréotypes et préjugés : la France et les Français vus par les Chinois.

Partie B : Adapter son style de communication

Le contexte chinois

- Vérité, respect et confiance.
- Le discours indirect et implicite (*high-context*)
- Cartésianisme versus Pragmatisme.
- Structure et organisation de l'entreprise chinoise : le rôle de la hiérarchie.
- Internet en Chine : les règles, les limitations et les solutions disponibles

Communiquer au quotidien

- Les pièges de la langue : «lost in translation»
- « Il a 100 façons de dire OUI en Chinois, dont 99 signifient NON ».
- L'importance de la relation personnelle
- Savoir accueillir les Chinois ; le repas d'affaires et ses codes.

La pratique : maîtriser les outils, les utiliser à bon escient

- Communiquer par mail
- Communiquer par téléphone
- Communiquer par video conférence
- Communiquer par Skype
- Communiquer par WeChat
- La nécessité de la rencontre face à face
- Avantages et inconvénients comparés
- Conseils pour éviter les pièges et garantir l'efficacité

Partie C : Outils pédagogiques interactifs :

« Etudes de cas concrets »

« Quizz » la Chine en pratique

« A vous de jouer » exercices interactifs