

ECOLE DE LA CHAMBRE SYNDICALE *de la couture parisienne*

L'INTERCULTUREL

Malgré la globalisation des marques de luxe et de leur clientèle, les différences culturelles restent au cœur des représentations sociales et des échanges humains et professionnels.

■ OBJECTIF

Décoder les principaux aspects du management ou de la relation commerciale interculturelle pour améliorer la relation client et l'image que celui-ci conservera de son expérience de la marque.

■ PLAN DETAILLE

Où commence l'altérité?

Codes et décodages spontanés : repérer et lutter contre les stéréotypes

Débats d'experts, pays à contexte forts et faibles, relation à la hiérarchie, au pouvoir, au savoir.

Une carte du monde revue par ces prismes et validation expérientielle de ces réalités
Spécificités des différentes cultures (USA, JAPON, CHINE, RUSSIE)

Cerner le profil de la cliente afin d'anticiper le conseil et la prise en charge
Le rapport au corps, à la couleur, les règles de courtoisie, la distance appropriée, la communication non verbale

Apprendre la Négociation à géographie variable : Le jeu du « ni non ni non » ; la particularité française et toutes les solutions pour apprendre à ne jamais dire non.

Jeux de rôle noté et synthèse

■ PERSONNES CONCERNEES

Encadrement et personnel des boutiques de luxe pour la Formation Retail
Hauts potentiels et cadres dont les fonctions sont internationales pour la formation management

■ DUREE & LIEU

2 journées de 7 heures

Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne,
119 rue Réaumur 75002 PARIS

Contact Milia Zoghbi : tel 01 42 61 00 77 - milia@modeaparis.com

Stages intra-entreprises

Les programmes sont conçus en fonction des besoins spécifiques des entreprises