**Orientations autours du travail**

1. **Orientations environnementales du pays X**

Aspect politique, aspect géographique, aspect recherche et trafique de transport, langues parlées, les religions, aspect culturel, symboles nationaux, etc.

1. **Situation économique du pays X**

Caractéristiques et historiques des bases économiques du pays, production locale, rapport avec la mondialisation, niveau d’export/import et PIB, etc.

1. **Pratiques d’affaires dans le pays X**

Culture du business au pays, manière de gérer leurs entreprises, processus de prise de décision, erreurs lors de l’implantation d’une entreprise dans le pays, limites de la culture du business.

1. **Style de négociation dans le pays X**

Classer la culture d’affaire du pays selon les différentes matrices d’analyses présentées dans la fiche support remise à chaque étudiant : ***SONCAS, Analyse transactionnelle, VAKOG, analyse du langage des couleurs, analyse selon le process communication, analyse des indicateurs de cultures, etc.***

***Mots à utiliser et à éviter*** face à votre négociateur du pays X, ***le comportement à adopter*** pour le convaincre, ***ses attentes et souhaits***, ***attitude*** du négociateur du pays X, sa ***communication verbale et non-verbale***, ce qu’il faut faire pour ***réussir sa négociation avec lui***, comment ***créer la confiance*** de ce négociateur, ses ***besoins relationnels*** et son ***comportement négatif***, ses ***opinions*** et ses ***canaux de communication***, comment gère t’il son ***temps*** ? Quel est ***son type de négociation*** win-win,… ?,

Comment réagir face à un problème dans le cas ou vous êtes ***acheteur et vendeur*** ?quel est son ***processus de négociation*** (se référer aux étapes du chapitre processus de négociation)

1. **Comportement du consommateur dans le pays X**

Caractéristiques des consommations et types de consommateurs, qu’en est il aujourd’hui et quels sont les changements relatifs à l’environnement qui font basculer le consommateur vers d’autres cultures et vers un autre comportement ?

----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. **Morphopsychologie :**

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| **Lymphatique (passivité pure)** | Diplomate, lent, freine, irrationnel, peu émotif |
| **Digestif (accumulation)** | Matérialiste, peu d’initiatives, besoin de sécurité, déteste la frustration |
| **Sanguin (vitalité pure)** | Entreprenant, sociable, polyvalent, aime faire plaisir, envahissant |
| **Respiratoire (propagation)** | Rendement à CT, critique, besoin de changement, domine, ne s’attache pas |
| **Musculaire (harmonisation)** | polyvalent, casse les obstacles, sociable mais prudent, rationnel |
| **Bilieux (activité pure)** | Manque de souplesse, pas de concession, orgueilleux, froid |
| **Cérébral (remise en question)** | Très critique, force les moyens de réalisation, peu sociable, peu réaliste |
| **Nerveux (exaltation)** | Aucune limite, instable, insatisfait, orgueil, peut faire illusion |

1. **Analyse transactionnelle :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Parent critique** | Critique, dégouté, autoritaire |
| **Parent nourricier** | Tendre, intéressé, accueillant, compréhensif |
| **Adulte** | Objectif, ouvert, égal, rationnel |
| **Enfant nature** | Changeant, libre, capricieux, amusant |
| **Enfant adapté** | Innocent, docile, respectueux, soumis |

1. **SONCAS :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sécurité** | Essaye, hésite, fidèle, décide en groupe |
| **Orgueil** | Fier, dominant, individualiste |
| **Nouveauté** | Curieux, cherche originalité |
| **Confort** | Calme, conservateur |
| **Argent** | Matérialiste, compare, analyse |
| **Sympathie** | Bavard, convivial, aime faire plaisir |

1. **VAKOG**

|  |  |
| --- | --- |
| **Visuel** | Voir, design, démonstration, calme, parle et écoute peu |
| **Auditif** | Aime parler et écouter, exprime ses émotions, instructions verbales |
| **Kinesthésique** | Joint le geste à la parole, manifeste ses émotions, expérimente et s’implique |
| **Gustatif** | Les bons repas font les bons amis |

1. **Process communication :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Empathique** | Compatissant, chaleureux, sensible, apparence soignée |
| **Travaillomane** | Logique, responsable, organisé, ordonné, pratique |
| **Persévérant** | Engagé, dévoué, observateur, traditionnel, conforme à l’entreprise |
| **Rêveur** | Imaginatif, calme, réfléchi, tient compte du temps et du confort |
| **Rebelle** | Spontané, créatif, ludique, original, attire l’attention |
| **Promoteur** | Adaptable, charmeur, persuasif, se valorise, témoin de sa réussite |

1. **Matrice des couleurs :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Bleu** | Exigeant, direct, autoritaire, résout les problèmes rapidement |
| **Rouge** | Amical, charmeur, optimiste, sens de l’humour |
| **Vert** | Calme, modeste, sens de l’écoute, démonstratif, fidèle |
| **Jaune** | Analytique, réservé, critique, diplomate |

1. **Dimensions d’analyse de la culture :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Faible distance hiérarchique** | **Forte distance** |
| Inégalités réduites, décentralisation du pouvoir | Privilèges et signes de prestiges très marqués |
| **Collectivisme** | **Individualisme** |
| Intérêts collectifs, vie privée + professionnelle | Intérêts individuels, vie privée/professionnelle |
| **Orientation féminine** | **Orientation masculine** |
| Compromis, modestie, solidarité | Affrontement, succès matériel |
| **Faible contrôle de l’incertitude** | **Fort contrôle** |
| Dissimuler ses émotions, soif d’innovation | Exprimer ses émotions, résistance à l’innovation |
| **Vision à long terme** | **Vision à court terme** |
| Esprit familial, respect des seniors | Créativité, individualisme, égalité des promotions |
| **Monochronie** | **Polychronie** |
| Une tache à la fois | Plusieurs taches à la fois |
| **Contrôle de l’environnement** | **Harmonie avec l’environnement** |
| Imposer un nouvel environnement | S’adapter aux nouveaux changements |
| **Communication directe** | **Communication indirecte** |
| Formelle, institutionnelle | Subtile, informelle |
| **Etre** | **Faire** |
| Le relationnel avant l’affaire | L’affaire avant le relationnel |

BOUNAZEF D