

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE DE FORMATION**

**METIERS DES SOINS DE BEAUTE ET DU CORPS :  
SERVICE A LA CLIENTELE – INITIATION**

**ENSEIGNEMENT SECONDAIRE INFERIEUR DE TRANSITION**

<p><b>CODE : 83 01 05 U11 D1</b> <b>CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 805</b> <b>DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</b></p>
---

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 7 février 2002**  
**sur avis conforme de la Commission de concertation**

**METIERS DES SOINS DE BEAUTE ET DU CORPS :  
SERVICE A LA CLIENTELE – INITIATION  
ENSEIGNEMENT SECONDAIRE INFERIEUR DE TRANSITION**

**1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION**

**1.1. Finalités générales**

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et, d'une manière générale, des milieux socio-économiques et culturels.

**1.2. Finalités particulières**

Cette unité de formation vise à permettre à l'étudiant de développer des compétences de base pour les métiers de services notamment dans l'accueil de la clientèle.

**2. CAPACITES PREALABLES REQUISES**

**2.1. Capacités**

En français,

- ◆ lire et comprendre un message simple, lié à la vie quotidienne, plus précisément :
  - ◆ lire couramment, avec une prononciation correcte et en respectant les pauses de sens correspondant à la ponctuation ;
  - ◆ répondre à des questions de compréhension pour, par exemple, retrouver des informations explicites ;
  - ◆ consulter des ouvrages de références familiers, tels que dictionnaires, annuaires, tables de matières ;
- ◆ s'exprimer oralement et par écrit :
  - ◆ produire des énoncés variés (informatifs, narratifs, injonctifs, expressifs), au message simple mais clair.

A l'oral, le débit sera fluide et la prononciation correcte.

L'écrit respectera les règles fondamentales d'orthographe, la ponctuation, les majuscules et l'écriture sera lisible.

En mathématiques,

- ◆ savoir calculer :
  - ◆ maîtriser le système de numération en base 10 ;
  - ◆ opérer sur les nombres naturels et les décimaux positifs limités (addition, soustraction, multiplication, division) ;
  - ◆ connaître les produits de deux nombres naturels inférieurs à 10 ;
  - ◆ prendre une fraction d'un nombre ;
  - ◆ calculer un pourcentage d'un nombre ;
- ◆ savoir structurer l'espace et ses composants :
  - ◆ reconnaître et différencier les solides et les figures planes classiques ;
  - ◆ calculer le périmètre et l'aire de ces figures planes ;
  - ◆ calculer l'aire et le volume de ces solides ;
  - ◆ dans un plan donné, construire une droite parallèle (perpendiculaire) à une droite donnée ;
- ◆ savoir mesurer :
  - ◆ mesurer et construire un angle à l'aide du rapporteur ;
  - ◆ pratiquer les conversions de mesures de longueur, d'aire, de volume, de capacité, de masse, de durée, de monnaie et d'angle (cas simples).

## 2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat d'études de base (CEB).

## 3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination des cours	Classement	Code U	Nombre de périodes
Communication orale et écrite orientée vers les services	CT	B	32
Pratique de l'accueil et du service à la clientèle	PP	L	32
<b>3.2. Part d'autonomie</b>		P	16
Total des périodes			80

## 4. PROGRAMME

l'étudiant sera capable :

**en accueil clientèle : organisation et services,**

*face à situations-problèmes d'accueil et de communication à la clientèle pour une entreprise de production de services donnée,*

- ◆ d'analyser les différents types de services sollicités par la clientèle :
  - ◆ pour les produits mis en vente :

- ♦ modes d'application, d'utilisation et de conservation,
- ♦ précautions à prendre, mesures de sécurité,
- ♦ choix, rapport qualité-prix ;
- ♦ pour les services :
  - ♦ l'utilité, les modes opératoires, les avantages, les critères de choix,
  - ♦ le coût, le délai, ... ;
- ♦ sur le plan de la déontologie :
  - ♦ d'adapter ses comportements (formulation des phrases, ton, questionnement) pour assurer l'autre de son respect et de sa discrétion ;
  - ♦ d'utiliser les formules de politesse d'une manière appropriée ;
- ♦ de produire des messages adaptés aux divers contextes du service à la clientèle :
  - ♦ calculer le délai, le coût d'un service, le prix d'un produit d'après un tarif et le communiquer ;
  - ♦ communiquer le report d'un rendez-vous (à la cliente ou au responsable du salon) ;
  - ♦ présenter un produit, un service ;
  - ♦ prendre en charge correctement une communication téléphonique :
    - ♦ se présenter, questionner et répondre d'une manière précise et adaptée ;
    - ♦ prendre des notes lors de la communication et en reporter les informations essentielles (oralement ou par écrit) au responsable de la clientèle ;
- ♦ de produire des messages écrits d'un niveau de langue courant en utilisant des ouvrages de référence (dictionnaires, ouvrages techniques) ;
- ♦ de vérifier les résultats obtenus lors d'opérations telles que :
  - ♦ calculer le coût d'un service, d'un produit ;
  - ♦ encaisser et rendre la monnaie ;
  - ♦ utiliser une calculatrice ou une caisse enregistreuse ;

#### **en pratique de l'accueil et du service à la clientèle,**

- ♦ de mettre en œuvre dans le contexte de la production de services à la clientèle les comportements suivants :
  - ♦ saluer, se présenter avec aisance ;
  - ♦ solliciter et favoriser la communication qu'elle soit interpersonnelle, informative, professionnelle ou déontologique ;
  - ♦ adapter ses attitudes et son langage corporel au contexte de l'accueil.

## **5. CAPACITES TERMINALES**

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant devra prouver qu'il est capable :

*face à des situations de communication avec la clientèle d'une entreprise de services, qu'elles soient interpersonnelles, informatives, professionnelles ou déontologiques,*

- ♦ de produire des messages écrits et oraux appropriés :
  - ♦ mettre en œuvre dans le contexte de la production de services à la clientèle les comportements suivants :
    - ♦ saluer, se présenter avec aisance ;
    - ♦ solliciter et favoriser la communication ;

- ◆ adapter ses attitudes et son langage corporel au contexte de l'accueil ;
- ◆ identifier le contexte de la communication et choisir le ton, la formulation et le vocabulaire le mieux adapté en faisant preuve :
  - ◆ de clarté et de précision dans l'expression,
  - ◆ de sollicitude et de respect ;
- ◆ d'expliquer en utilisant les termes techniques adéquats :
  - ◆ le but d'un service,
  - ◆ la qualité d'un produit.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ la qualité de la communication écrite (orthographe) et orale (fluidité et aisance),
- ◆ le niveau de connaissance du fonctionnement d'un service à la clientèle (niveau de prise en compte de la profession visée).

## **6. CHARGE(S) DE COURS**

Un enseignant ou un expert.

L'expert justifiera d'une expérience actualisée dans l'exercice d'une profession de production de service en fonction de l'option choisie (service aux personnes, hôtellerie ou services de réparation ou de dépannage).

## **7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT**

Aucune recommandation particulière.