

Formation & Certification • Certiport Professional Communication

Professional Communication

La formation prépare à la certification Certiport – Professional Communication et enseigne la communication professionnelle, la création de livrables, la gestion des messages et l'analyse des situations en contexte professionnel.

Distributeur officiel Certiport

Centre d'examen Certiport

Learn • Practice • Certify

Durée 14–18 h (selon modalité)	Examen Certiport – PRO Communication
Modalité Distanciel	Niveau Fondamental / Professionnel

INSCRIPTION / RÉSERVATION



Je m'inscris maintenant

- **Learn** : Parcours complet couvrant tous les objectifs officiels de l'examen Professional Communication.
- **Practice** : Études de cas et exercices pour pratiquer la communication professionnelle.
- **Certify** : voucher de certification inclus, passage de l'examen dans un centre Certiport partenaire de Smartfuture.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les bases de la communication professionnelle.
- Adapter message, ton et canal au contexte.
- Rédiger des livrables écrits clairs et efficaces.
- Développer la communication orale, l'écoute active et gérer les interactions professionnelles.

PUBLIC CIBLE

- Lycéens, étudiants et apprenants en formation professionnelle.
- Personnes en reconversion ou en recherche d'emploi souhaitant améliorer leur employabilité.
- Collaborateurs en entreprise ayant besoin de renforcer leurs compétences de communication écrite et orale.

PRÉREQUIS

- Niveau de lecture et d'expression écrite suffisant pour suivre un cours secondaire ou post-secondaire.
- Motivation à améliorer sa communication dans un contexte académique ou professionnel.

PROGRAMME DE LA FORMATION – DÉTAILLÉ

Décrire les principes de base de la communication

Identifier les compétences de communication professionnelle

- Distinguer comportements professionnels et non professionnels.
- Reconnaître une adresse email professionnelle et une identité numérique adaptée.
- Adopter une présence responsable sur les réseaux sociaux (profil, publications, photos, vidéos).
- Comprendre l'importance de la ponctualité, de l'assiduité et de l'information en cas d'absence.

Identifier les compétences verbales, non verbales et d'écoute

- Respecter les standards de base : se tourner vers le public ou l'interlocuteur, maintenir le contact visuel.
- Transmettre un message ou un feedback cohérent via le langage corporel.
- Adapter intonation, débit, ton, volume et articulation.
- Se concentrer sur le message, différer son jugement et pratiquer l'écoute active.

Planifier une communication efficace

Analyser l'effet du public sur le message

- Identifier les informations nécessaires sur l'audience pour construire un message pertinent.
- Analyser les données démographiques : âge, niveau d'études, genre, état civil, culture, religion, etc.

Analyser l'effet de l'environnement sur le message

- Tenir compte du format : face à face, à distance, taille du public, taille de la salle, équipements disponibles.

Identifier l'objectif spécifique d'une communication

- Clarifier le message principal à délivrer.
- Distinguer les messages informatifs, persuasifs et motivationnels.
- Différencier les approches éthiques, émotionnelles et logiques de persuasion.

PROGRAMME DE LA FORMATION – DÉTAILLÉ

Traiter les enjeux éthiques et juridiques dans une situation de communication

- Identifier les notions d'accessibilité, attribution, communication non discriminante, confidentialité.
- Respecter le droit d'auteur, les marques, éviter le plagiat.
- Répondre aux demandes de données, supprimer les informations personnelles si nécessaire.

Choisir le média de communication le plus approprié

- Choisir entre message verbal (réunion, appel, message vocal), écrit (email, SMS, lettre, CV, agenda), visuel (présentation, vidéo).
- Utiliser les réseaux sociaux professionnels et d'entreprise : LinkedIn, Facebook, Instagram, X/Twitter, etc.

Structurer et résumer son message

- Créer un plan complet et concis.
- Structurer l'introduction, le développement et la conclusion.
- Savoir résumer un message pour l'adapter à différents supports.

Appliquer les bonnes pratiques aux livrables professionnels

Produire des livrables business précis

- Composer des lettres professionnelles, ordres du jour, comptes rendus de réunion, CV et autres documents.
- Analyser l'efficacité des différents types de communication écrite.
- Utiliser les outils de vérification orthographique et grammaticale.

Appliquer des standards de design visuel

- Reconnaître les principes de design : équilibre, proximité, alignement, répétition, contraste, espace, typographie, couleur.
- Différencier les designs efficaces et inefficaces pour des emails, documents ou présentations.

PROGRAMME DE LA FORMATION – DÉTAILLÉ

Utiliser la visualisation de données

- Identifier les formes de visualisation : graphiques, diagrammes, infographies.
- Garantir une représentation fidèle des données.
- Interpréter et expliquer le message transmis par un graphique.

Délivrer son message

Variables d'un message efficace

- Prendre en compte la présentation personnelle : tenue, hygiène, posture.
- Gérer les variables environnementales : lieu, espace, technologie, niveau de formalité.
- Être attentif au langage régional, au jargon, à la précision du vocabulaire, au contexte et aux perceptions.

Adapter son message au feedback

- Tenir compte des réactions directes (questions, remarques).
- Observer le langage corporel et les signaux non verbaux.
- Ajuster le contenu ou le ton en fonction des retours.

Recevoir et traiter les communications

Reformuler les points clés

Identifier l'objectif principal d'un message écrit ou oral.

Savoir résumer une communication en mettant en avant les éléments essentiels.

Choisir la réponse ou la question de clarification appropriée

Répondre de manière pertinente à un message professionnel.

Formuler des questions de clarification lorsque l'information n'est pas complète ou ambiguë.

Analyser des scénarios de communication

Facteurs liés à l'obtention d'un emploi

- Identifier les erreurs fréquentes des candidats et des recruteurs.
- Distinguer les documents de candidature appropriés et inappropriés.

PROGRAMME DE LA FORMATION – DÉTAILLÉ

Expressions et réponses au feedback

- Donner un feedback constructif.
- Recevoir une critique constructive ou négative et y répondre de manière professionnelle.
- Rechercher le feedback et clarifier les attentes.
- Montrer l'exemple par son propre comportement.

Communication dans la hiérarchie

- Adapter sa communication envers supérieurs, pairs et subordonnés.
- Collaborer efficacement au sein d'un groupe.

Service client et gestion des demandes

- Identifier et reformuler la demande client.
- Clarifier la solution souhaitée par le client et les options réellement disponibles.
- Travailler en équipe et avec le client pour aboutir à une résolution adaptée.