|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Id | Source | Target |
| [Screen 1](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2)  [1\_C\_2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2) | In today’s business environment, where people are connected globally 24/7, communication is more important than ever.  This course will explain some simple steps we can all take to communicate ethically, responsibly, and professionally. | Dans le monde des affaires d’aujourd’hui, où les gens sont branchés partout au monde 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, les communications sont plus importantes que jamais.  Ce cours mettra en lumière quelques mesures simples que nous pouvons tous prendre pour nous assurer de communiquer de manière éthique, responsable et professionnelle. |
| [Screen 2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3)  [2\_C\_3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3) | Upon completion of this course, you will be able to:   * Use clear, precise, unambiguous language in business communications; * Regulate your tone and emotions to avoid misunderstandings; * Select the most appropriate channel for your message; and * Know where to go for help and support.   This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | À la fin de ce cours, vous serez capable :   * d’utiliser un langage clair, précis et sans ambiguïté dans vos communications commerciales; * de maîtriser votre ton et vos émotions afin d’éviter les malentendus; * de sélectionner la voie de communication qui convient le mieux à votre message; et * de savoir où trouver l’aide et le soutien dont vous avez besoin.   Le cours dure environ de 35 à 40 minutes. |
| [Screen 3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4)  [3\_C\_4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4) | The icons at the top of the screen provide one-click access to key resources:   * The Table of Contents, * Important contact information, and * Reference material.   In addition, you can use the Exit icon to close the course window. | Les icônes au haut de l’écran permettent d’accéder en un clic aux ressources clés :   * la table des matières; * les coordonnées importantes; et * les documents de référence.   De plus, vous pouvez utiliser l’icône Quitter pour fermer la fenêtre du cours. |
| [Screen 4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5)  [4\_C\_5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5) | There are several features to help guide you through the course:   * The Back and Forward arrows allow you to move from screen to screen. * A horizontal slider bar at the bottom of the screen allows you to see where you are in the course. * The Table of Contents lets you navigate from section to section. | Plusieurs fonctions vous aideront à naviguer dans le cours :   * les flèches Précédent et Suivant vous permettront de passer d’un écran à l’autre; * une barre coulissante horizontale située au bas de l’écran vous permettra de voir où vous êtes rendu-e dans le cours; * la table des matières vous permettra de naviguer d’une section à l’autre. |
| [Screen 5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6)  [5\_C\_6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6) | Knowledge Check  Once you have reviewed the content of this course, you will be required to complete a 10-question Knowledge Check.  The Knowledge Check can be taken at any time by clicking the Table of Contents icon and selecting Knowledge Check. | Vérification des connaissances  Une fois le contenu de ce cours consulté, vous devrez répondre à 10 questions de vérification des connaissances.  La vérification des connaissances peut être effectuée à tout moment en cliquant sur l’icône de la table des matières et en sélectionnant Vérification des connaissances. |
| [Screen 6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7)  [6\_C\_7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7) | In this section, we will explain why it is essential to always consider your audience when communicating.  We will demonstrate how language, tone, and emotions play a significant role in how your message is received and interpreted. | Dans cette section, nous expliquerons pourquoi il est essentiel de toujours tenir compte des personnes auxquelles nous nous adressons dans nos communications.  Nous allons démontrer comment le langage, le ton et les émotions jouent un rôle important dans la compréhension et l’interprétation de votre message. |
| [Screen 7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8)  [7\_C\_8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  It requires us to recognize that others have different beliefs, experiences, backgrounds, and identities than our own. | Afin de communiquer de façon attentive dans un contexte commercial, nous devons réfléchir à la façon dont les autres risquent d’interpréter nos paroles.  Nous devons reconnaître que les autres ont des croyances, des expériences, des antécédents et des identités qui leur sont propres. |
| [Screen 8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9)  [8\_C\_9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9) | Careful communication is more than simply avoiding offensive and discriminatory language or stopping yourself from making intolerant or threatening remarks.  It is recognizing that, while what you are saying may be clear to you, it may not be clear to others. | La communication attentive ne se résume pas à éviter le langage offensant et discriminatoire ou les remarques menaçantes ou intolérantes.  Il s’agit de reconnaître que, même si nos paroles nous semblent claires et compréhensibles, elles ne le sont pas nécessairement pour les autres. |
| [Screen 9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10)  [9\_C\_10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10) | A good way to think about communication is to imagine two people speaking to each other in person.  At its basic level, communication consists of a sender, a message, and a receiver. | Lorsqu’on réfléchit à la communication, il est utile de s’imaginer une conversation entre deux personnes.  À son niveau le plus élémentaire, la communication consiste en un émetteur, un message et un récepteur. |
| [Screen 10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11)  [10\_C\_11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11) | When we communicate, we often assume that our message and its meaning are identical.  Unfortunately, this may not always be the case, because the meaning of a message can be open to interpretation. | Lorsque nous communiquons, nous tenons souvent pour acquis que notre message et sa signification sont identiques.  Ce ne sera malheureusement pas toujours le cas, car la signification d’un message peut porter à interprétation. |
| [Screen 11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12)  [11\_C\_12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12) | Always consider your audience before you communicate.  Imagine how others might interpret what you are saying and adjust your choice of words, tone, and body language accordingly.  CLICK EACH OF THE ICONS TO REVEAL QUESTIONS YOU SHOULD CONSIDER WHEN COMMUNICATING IN A BUSINESS ENVIRONMENT.  Is this an internal or an external audience?  Does the audience speak the same language?  Is this going to an individual or a group of people?  Is this going to a customer?  Are you communicating with your manager or a peer? | Avant d’effectuer une communication, prenez toujours en compte les personnes auxquelles vous vous adressez.  Imaginez comment les autres pourraient interpréter ce que vous dites et adaptez votre choix de mots, votre ton et votre langage corporel en conséquence.  CLIQUEZ SUR CHACUNE DES ICÔNES POUR RÉVÉLER LES QUESTIONS À CONSIDÉRER LORSQUE VOUS EFFECTUEZ DES COMMUNICATIONS DANS UN CONTEXTE COMMERCIAL.  Les destinataires de mon message sont-ils internes ou externes?  Parlent-ils la même langue?  La communication est-elle destinée à un individu ou à un groupe?  Est-elle destinée à un-e client-e?  Communiquez-vous avec votre gestionnaire ou avec un pair? |
| [Screen 12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13)  [12\_C\_13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13) | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. | La communication attentive exige l’utilisation d’un langage clair, concis et sans ambiguïté. |
| [Screen 13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14)  [13\_C\_14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14) | Your message may be clear to you, but it doesn't mean it’s going to be clear to your audience.  This risk increases in written communications, where feedback isn’t always immediate, and it is difficult to gauge whether the intended message is being received. | Bien que votre message soit clair à vos yeux, il ne le sera pas nécessairement pour vos destinataires.  Ce risque est plus important dans le cas de communications écrites, puisque la rétroaction n’est pas toujours immédiate et qu’il est difficile de déterminer si le message prévu est bien reçu. |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15)  Activity: Scenario  [14\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15) | Imagine . . .  A country manager sends a group email to employees:  We need to get this product moving. We are way behind where we are supposed to be. So, I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers this month.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Imaginez...  Un-e directeur/directrice national-e envoie un courriel de groupe à ses employés :  « Nous devons faire avancer les choses pour ce produit. Nous sommes très en retard sur notre objectif établi. J’aimerais donc que vous fassiez tout ce qu’il faut pour nous permettre d’atteindre notre objectif ce mois-ci. »  Cette communication n’est pas juste.  Cette communication est juste.  Cette communication est partiellement juste. |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15)  Activity: Questions  [16\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15) | Do you think this message could pose a risk to the company?  [1] Yes  [2] No.  Submit | Selon vous, ce message peut-il constituer un risque pour l’entreprise?  [1] Oui  [2] Non.  Soumettre |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15)  Activity: Feedback  [15\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15) | While it is unlikely that the country manager’s intention is to encourage anything illegal, the fact is that the phrase, “I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers,” is vague and open to interpretation.  If one of the employees, for instance, secured a contract while acting against company policy, they could point to the email and claim that the manager had given the green light to do whatever it takes to win the business. | Même s’il est peu probable que le/la directeur/directrice national-e souhaite inciter ses employé-e-s à commettre des actions illégales, la phrase « J’aimerais que vous fassiez tout ce qu’il faut pour nous permettre d’atteindre notre objectif » est vague et sujette à interprétation.  Si, par exemple, un-e des employés signait un contrat qui allait à l’encontre des politiques de l’entreprise, il/elle pourrait se défendre en indiquant que le courriel de la direction lui avait donné le feu vert pour utiliser tous les moyens imaginables afin de décrocher le contrat. |
| [Screen 15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16)  [17\_C\_16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16) | Here is a simple technique to help ensure the meaning of your message is as clear as possible. | Voici une technique simple pour augmenter vos chances de livrer un message aussi clair que possible. |
| [Screen 16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17)  [18\_C\_17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17) | First, consider your word choice.  Make sure that the words you are using are clear, precise, and unambiguous. Simply put, choose words that are simple to understand. | Premièrement, choisissez soigneusement les mots utilisés.  Assurez-vous de choisir des termes clairs, précis et qui ne peuvent porter à confusion. Bref, choisissez des mots simples à comprendre. |
| [Screen 17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18)  [19\_C\_18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18) | Second, check to make sure you have provided sufficient context.  By providing appropriate context, you can avoid confusion and ambiguity.  For example, if you are referencing someone or something, make sure you have provided enough detailed information to ensure it is clear who or what you are talking about. | Deuxièmement, assurez-vous de fournir suffisamment d’éléments contextuels.  En fournissant les éléments contextuels appropriés, vous pouvez éviter toute confusion et ambiguïté.  Par exemple, si vous faites référence à quelqu’un ou quelque chose, assurez-vous de fournir suffisamment de renseignements détaillés pour que vos destinataires comprennent de *qui* ou de *quoi* il est question. |
| [Screen 18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19)  [20\_C\_19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19) | Third, avoid using legal terms.  Inadvertent use of legal language can have serious repercussions. Unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion, always avoid using legal terms, such as “negligent,” “illegal,” “reckless,” or “liable.” These terms can alter the meaning of your message. They can also be interpreted and/or used by third parties as admissions of liability in litigation. | Troisièmement, évitez d’utiliser des termes juridiques.  L’utilisation par inadvertance de termes juridiques peut avoir de graves répercussions. À moins d’être un-e avocat-e et d’être autorisé-e à fournir un avis juridique, évitez toujours d’utiliser des termes juridiques comme « négligence », « illégal », « irresponsable » ou « redevable ». Ces termes peuvent altérer la signification de votre message. Ils peuvent aussi être interprétés et/ou utilisés par des tiers comme un aveu de responsabilité dans un litige. |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20)  Activity: Scenario  [21\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20) | Imagine . . .  A training manager emails a colleague about a virtual workshop attended as part of new product training.  The way they train on this product is unbelievable. Nobody learns anything. It is negligent!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Imaginez...  Un-e responsable de la formation envoie un courriel à un-e collègue à propos d’un atelier virtuel qui fait partie d’une formation sur un nouveau produit.  « Je n’en reviens pas de la formation qu’ils reçoivent sur ce produit. Personne n’apprend quoi que ce soit. C’est de la négligence! »  Cette communication n’est pas juste.  Cette communication est juste.  Cette communication est partiellement juste. |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20)  Activity: Questions  [23\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20) | What do you think the training manager is trying to say?  [1] They are trying to say that the training observed was not very good.  [2] They are trying to say that training does not comply with the minimum standards required by law.  Submit | Que pensez-vous que le/la responsable de la formation essaie de dire?  [1] La personne voulait dire que la formation n’était pas de très bonne qualité.  [2] La personne voulait dire que la formation ne respecte pas les normes minimales exigées par la loi.  Soumettre |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20)  Activity: Feedback  [22\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20) | What the training manager is trying to say is that, in their opinion, the training observed was not very good. Using the term “negligent” could be interpreted by others as a legal opinion that the training does not comply with the minimum standards required by law. This communication could be used by third parties to argue that Abbott’s training is insufficient, and the company is violating the law. | Le/la responsable de la formation veut dire que, selon lui/elle, la formation observée n’était pas très efficace. L’utilisation du terme « négligence » pourrait être interprétée par autrui comme un avis juridique indiquant que la formation ne respecte pas les normes minimales exigées par la loi. Cette communication pourrait être utilisée par des tiers pour soutenir que la formation d’Abbott est insuffisante, et que l’entreprise contrevient à la loi. |
| [Screen 20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21)  [24\_C\_21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21) | Finally, avoid the use of emojis and emoticons.  Even though emojis and emoticons are often considered harmless and playful, they can mean different things in different cultures and social settings. This can lead to serious misunderstandings in business communications. | Enfin, évitez l’utilisation d’émojis et d’émoticônes.  Même si ceux-ci sont souvent considérés comme inoffensifs et ludiques, leur signification peut varier selon le contexte culturel et social. Cela peut entraîner de graves malentendus dans le cadre de communications commerciales. |
| [Screen 21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22)  [25\_C\_22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22) | Careful communication also avoids assumptions and the presentation of opinions as facts.  This doesn't mean that you can't speculate on something. It means that if you do, you should be clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For example, in a personal context there may be little harm in suggesting to a friend, ". . . that Company X will be out of business in a couple of years." But in a business context, this kind of speculation could be misinterpreted as a fact or a well-informed conclusion. It could then be used as the basis for a business decision – possibly with unfortunate consequences. | La communication attentive évite aussi les suppositions et la présentation d’opinions comme s’il s’agissait de faits.  Cela ne signifie pas qu’il vous est impossible de spéculer sur un sujet. Vous devez toutefois indiquer clairement qu’il s’agit de votre opinion et non d’un fait si vous le faites.  Par exemple, dans un contexte personnel, il n’y a pas de mal à suggérer à un-e ami-e que « l’entreprise X fera faillite dans quelques années ». Par contre, dans un contexte commercial, ce type de spéculation pourrait être mal interprété et être considéré comme un fait ou comme une conclusion de source bien informée. On pourrait alors prendre une décision commerciale en fonction de cette information, ce qui pourrait avoir des conséquences déplorables. |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23)  Activity: Scenario  [26\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23) | Imagine . . .  A regional sales manager hears a rumor that a new product in development has run into quality issues. The manager then attends a meeting where it is announced that the launch of the new product is going to be delayed. After the meeting, the manager sends a text message to a colleague:  Just heard . . . They’ve canceled the launch for the second time. Major quality issues with the new product!  That’s partially correct!  That's correct!  That's partially correct! | Imaginez...  Un-e responsable régional-e des ventes entend une rumeur selon laquelle un nouveau produit en cours de développement présente des problèmes de qualité. Le/la responsable assiste ensuite à une réunion où l’on annonce que le lancement du nouveau produit a été repoussé. Après la réunion, le/la responsable envoie un message texte à un-e collègue :  « Je viens d’apprendre quelque chose... Le lancement a été annulé pour la deuxième fois. Problèmes de qualité majeurs avec le nouveau produit! »  Cette communication est juste.  Cette communication n’est pas juste.  Cette communication est partiellement juste. |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23)  Activity: Questions  [28\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23) | Based on this text message, which of the following statements would you assume to be true?  [1] The launch has been canceled.  [2] There are quality issues with the new product.  [3] Both 1 and 2.  Submit | D’après ce message texte, laquelle des affirmations suivantes considéreriez-vous comme vraie?  [1] Le lancement a été annulé.  [2] Il y a des problèmes de qualité avec le nouveau produit.  [3] Les deux, 1 et 2.  Soumettre |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23)  Activity: Feedback  [27\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23) | Most people would assume both statements were true – that the launch has been canceled and that the cancellation has been caused by “quality issues” with the new product.  The truth, however, is that the sales manager has no idea what has caused the delay. The manager has assumed the cancellation of the launch has been caused by (the rumor of) quality issues, consequently presenting that assumption as a fact. | La plupart des gens présumeraient que les deux affirmations sont vraies, soit que le lancement a été annulé et que cette annulation a été causée par des « problèmes de qualité » en lien avec le nouveau produit.  Pourtant, la vérité est plutôt que le/la gestionnaire des ventes n’a aucune idée de ce qui a causé le retard. Le/la responsable a présumé que l’annulation du lancement avait été causée par des problèmes de qualité (selon une rumeur à cet effet). Il/elle a ensuite présenté cette hypothèse comme un fait. |
| [Screen 23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24)  [29\_C\_24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24) | How we say something is just as important as what we say.  Using the wrong tone when communicating may result in misunderstandings about the meaning of your message, affect perceptions, and suggest something we do not intend. | Notre façon de dire les choses est aussi importante que ce que nous disons.  Le fait d’adopter un ton inadéquat dans vos communications peut entraîner des malentendus par rapport à la signification de votre message, influer sur les perceptions et laisser entendre un message que vous n’aviez pas l’intention de communiquer. |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25)  Activity: Scenario  [30\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25) | Imagine . . .  A sales representative who has just completed a contract negotiation with a customer at their office posts a sarcastic comment on social media:  OMG! Customer X has just remodeled their office. It is certainly different. LOL! They must think orange is the new black! 😊  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Imaginez...  Un-e représentant-e commercial-e qui vient de finaliser un contrat avec un-e client-e, affiche un commentaire sarcastique sur un média social en quittant ses bureaux :  Mon Dieu! Les bureaux du client/de la cliente X viennent tout juste d’être rénovés. C’est vraiment « différent ». MDR! Ils pensent sûrement que l’orange leur va si bien! 😊  Cette communication n’est pas juste.  Cette communication est juste.  Cette communication est partiellement juste. |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25)  Activity: Questions  [32\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25) | Now imagine that the post goes viral. How do you think Abbott’s customers and the public would react?  [1] They would wait for an official Abbott response before jumping to any conclusions.  [2] They would give the sales representative the benefit of the doubt and understand it is a joke.  [3] They would be shocked to see an Abbott employee display such an unprofessional attitude.  Submit | Imaginez maintenant que ce commentaire devienne viral. Comment croyez-vous que les clients d’Abbott et le public réagiraient?  [1] Ils attendraient une réponse officielle d’Abbott avant de tirer des conclusions prématurées.  [2] Ils accorderaient le bénéfice du doute au/à la représentant-e commercial-e et comprendraient qu’il s’agit d’une blague.  [3] Ils seraient outrés de voir un-e employé-e d’Abbott faire preuve d’une attitude si peu professionnelle.  Soumettre |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25)  Activity: Feedback  [31\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25) | Even though the sales representative was only joking, people who do not know this person or the situation are likely to think the customer’s taste in decor was being mocked. | Même si le/la représentant-e commercial-e ne faisait qu’une blague, les gens qui ne le/la connaissent pas ou qui ne sont pas au fait de la situation risquent de penser que l’on se moque des goûts de décoration du/de la client-e. |
| [Screen 25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26)  [33\_C\_26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26) | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. | Les tons sarcastiques, ironiques et humoristiques sont souvent mal interprétés dans les communications commerciales.  Cela est particulièrement vrai pour les communications écrites, qui ne comprennent aucun indice visuel (comme le langage corporel) ou oral (comme les inflexions vocales). |
| [Screen 26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27)  [34\_C\_27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27) | Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For example, phrases such as “Keep this between us,” “You won’t believe this, but,” or “For your eyes only” can make a completely appropriate activity appear inappropriate or unlawful. | De fausses perceptions peuvent également être causées par un ton ou un langage conspirateur et teinté de secret.  L’utilisation de phrases comme « Ça reste entre nous », « Tu ne croiras pas ça » ou « Ultra confidentiel » peut donner l’impression que des activités entièrement appropriées sont inappropriées ou illégales. |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28)  Activity: Scenario  [35\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28) | Imagine . . .  A government official is investigating a fraud allegation against a health care company accused of concealing negative information about one of its products.  During the investigation, the official comes across an email from one of the company’s researchers to a colleague:  Regarding what I told you earlier, let’s just keep that to ourselves. It would be a nightmare if this got out.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | Imaginez...  Un-e représentant-e du gouvernement mène une enquête sur une fraude qui aurait été commise par une entreprise de soins de santé accusée de dissimuler des informations négatives sur l’un de ses produits.  Au cours de l’enquête, il/elle tombe par hasard sur un courriel envoyé à un-e collègue par un-e chercheur/chercheuse de l’entreprise :  « À propos de ce dont je t’ai parlé précédemment, mieux vaut garder ça pour nous. Cela va tourner au cauchemar si ça se sait. »  Cette communication n’est pas juste.  Cette communication est juste.  Cette communication est partiellement juste. |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28)  Activity: Questions  [37\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28) | Given the fraud allegations, do you think it’s likely that this individual’s activities would be investigated further?  [1] Yes.  [2] No.  Submit | Étant donné les allégations de fraude, croyez-vous qu’il est probable que les activités de cet individu soient examinées davantage?  [1] Oui.  [2] Non.  Soumettre |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28)  Activity: Feedback  [36\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28) | Even though the researcher may not be involved in any fraudulent activity or cover-up, the secretive and conspiratorial tone of the email makes it appear so.  As it turns out, the email is about a personal matter; because of the tone and choice of words, the researcher could possibly be implicated in the allegations. | Même si le/la chercheur/chercheuse n’est pas nécessairement impliqué-e dans une activité frauduleuse ou de dissimulation, le ton conspirateur et teinté de secret utilisé dans le courriel porte à croire le contraire.  Il s’avère que le courriel traite d’un sujet personnel, mais à cause du ton et du choix des mots, le/la chercheur/chercheuse peut se retrouver impliqué-e dans les allégations de fraude. |
| [Screen 28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29)  [38\_C\_29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29) | Our ability to control our emotions when we communicate has the potential to greatly affect others’ perceptions of what we are saying, and, ultimately, how they view us. | Notre capacité de contrôler nos émotions lorsque nous communiquons peut grandement influer sur la perception que se font les autres de notre message et de notre personne. |
| [Screen 29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30)  [39\_C\_30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30) | While at times we may feel justified in venting our frustration or disappointment with a work colleague or business partner, it is important to maintain a healthy work environment.  Even if the outburst is brief, your colleagues may remember it long after your emotions have subsided. | Bien que nous puissions parfois nous sentir justifiés d’exprimer notre frustration ou notre déception à un-e collègue ou un-e partenaire commercial-e, il est important de préserver un environnement de travail sain.  Même si l’emportement est bref, vos collègues peuvent s’en souvenir bien longtemps après que vos émotions se sont stabilisées. |
| [Screen 30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31)  [40\_C\_31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31) | Always take the time to calm down before you respond to someone.  Never send a message when you are upset. Instead, save a draft of the message for a period of time, re-read and adjust it, or consider not sending it at all. | Prenez toujours le temps de vous calmer avant de répondre à quelqu’un.  N’envoyez jamais un message lorsque vous êtes en colère. Sauvegardez plutôt le brouillon du message pendant un certain temps, relisez-le et adaptez-le ou supprimez-le. |
| [Screen 31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32)  [41\_C\_32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32) | Here are some other ways to regulate your emotions when communicating.  Use neutral language. For example, using "issue" instead of "problem" or "challenge" rather than "disaster" keeps things more objective and less emotional.  Avoid emotionally loaded terms, for example, “stupid,” “lazy,” or “dangerous.” Such words can be easily taken out of context.  Finally, if you ever have any doubt about something you are about to communicate, consult a colleague or your manager. | Voici quelques moyens de maîtriser vos émotions lorsque vous communiquez.  Employez un langage neutre. Par exemple, vous pouvez utiliser le terme « enjeu » au lieu de « problème », ou encore le terme « défi » plutôt que « désastre » afin de transmettre un message plus objectif et moins émotif.  Évitez les termes empreints d’émotion, par exemple : stupide, paresseux ou dangereux. Ces mots peuvent facilement être sortis de leur contexte.  Enfin, si vous avez des doutes à propos de ce que vous êtes sur le point de communiquer, consultez un-e collègue ou votre supérieur-e. |
| [Screen 32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33)  [42\_C\_33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  Use clear, precise, unambiguous language   * Choose words that are simple to understand. * Check to make sure you have provided sufficient context. * Avoid using legal terms - unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion. * Avoid the use of emojis and emoticons. * Avoid assumptions and the presentation of opinions as facts.   Regulate your tone  How we say something is just as important as what we say:   * Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications. * Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.   Control your emotions   * Always take the time to calm down before you respond to someone. * Use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. | Afin de communiquer de manière attentive dans un contexte commercial, nous devons réfléchir à la façon dont les autres risquent d’interpréter nos paroles.  Utilisez un langage clair, précis et sans ambiguïté.   * Choisissez des mots simples à comprendre. * Assurez-vous de fournir suffisamment d’éléments contextuels. * Évitez d’utiliser des termes juridiques, à moins d’être un-e avocat-e et d’être autorisé-e à fournir un avis juridique. * Évitez l’utilisation d’émojis et d’émoticônes. * Évitez les suppositions et la présentation d’opinions comme s’il s’agissait de faits.   Contrôlez le ton utilisé.  Notre façon de dire les choses est aussi importante que ce que nous disons :   * Les tons sarcastiques, ironiques et humoristiques sont souvent mal interprétés dans les communications commerciales. * De fausses perceptions peuvent également être causées par un ton ou un langage conspirateur et teinté de secret.   Maîtrisez vos émotions.   * Prenez toujours le temps de vous calmer avant de répondre à quelqu’un. * Employez un langage neutre. * Évitez les termes empreints d’émotion. |
| [Screen 33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34)  [43\_C\_34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34) | In this section, you will learn how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. | Dans cette section, nous apprendrons comment sélectionner la voie et les outils qui conviennent à la communication de votre message. |
| [Screen 34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35)  [44\_C\_35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35) | The channel we use to communicate can have a significant impact on how we construct and convey our messages.  This also determines how much control we have over messages once they have been created. | La voie de communication utilisée peut avoir une importante incidence sur la manière dont nous élaborons et transmettons nos messages.  Elle détermine également la mesure dans laquelle nous exercerons un contrôle sur les messages que nous aurons créés. |
| [Screen 35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36)  [45\_C\_36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information. | Certains moyens de communication sont plus efficaces et plus appropriés que d’autres lorsque l’on veut communiquer certains types d’information. |
| [Screen 36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37)  [46\_C\_37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37) | Email, for example, is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information.  Its speed and convenience make it a great tool for answering customer queries, updating colleagues on projects, forwarding proposals and reports, etc.  Email, however, is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature. | Les courriels, par exemple, constituent une excellente voie pour créer et transmettre de l’information commerciale courante.  La rapidité et la commodité de cette voie de communication en font un excellent outil pour répondre aux questions des client-e-s, informer nos collègues des mises à jour relatives aux projets, transmettre des propositions et des rapports, etc.  Toutefois, les courriels ne sont pas adéquats pour partager des renseignements hautement confidentiels de nature exclusive. |
| [Screen 37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38)  [47\_C\_38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38) | Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Always think about the type of information you are sharing, the audience receiving this information, and the best channel to use to communicate. | Les messages de nature hautement confidentielle ou qui exigent un long rappel des faits et une bonne mise en situation se transmettent le mieux en temps réel, soit en personne ou par téléphone.  Pensez toujours au genre d’information que vous voulez communiquer, aux destinataires de cette information et à la voie de communication la mieux adaptée pour la transmettre. |
| [Screen 38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39)  [48\_C\_39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39) | Instant messaging (IM) and text messaging (TM) are popular forms of communication increasingly used for business-related activities.  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not, however, appropriate channels for creating or transmitting substantive business information such as sales information or performance reviews. | La messagerie instantanée et les messages textes sont des formes de communication populaires de plus en plus utilisées pour les activités commerciales.  Les messages instantanés et les messages textes sont d’excellents outils pouvant servir à transmettre à nos collègues des mises à jour sur nos activités, à poser une question rapide, à prévenir nos partenaires de conflits d’horaire ou à planifier des réunions. Les messages instantanés et les messages textes ne sont toutefois pas des voies adéquates pour la création et la transmission d’informations commerciales importantes comme les renseignements sur les ventes ou les évaluations de rendement. |
| [Screen 39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40)  [49\_C\_40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40) | Virtual meetings such as conference calls and video conferences are being used more frequently.  They provide us with an ideal way to manage remote teams, conduct interactive demonstrations, etc. While virtual meetings offer multiple benefits, they also present challenges and risks. For example, virtual meetings are not as secure as face-to-face communications, which are often conducted behind closed doors. Thus, they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information. | Les réunions virtuelles comme les conférences téléphoniques et les vidéoconférences sont de plus en plus utilisées.  Elles constituent un moyen idéal de gérer des équipes à distance, d’effectuer des démonstrations interactives, etc. Si les réunions virtuelles offrent de nombreux avantages, elles présentent également des risques et des défis. Par exemple, les réunions virtuelles ne sont pas aussi sécuritaires que les communications en face à face, qui se déroulent souvent en privé. Elles ne conviennent donc pas aux discussions concernant des renseignements sensibles ou confidentiels ou à la transmission de tels renseignements. |
| [Screen 40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41)  [50\_C\_41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41) | Social media, is perhaps, the most dynamic of all communication channels.  It offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing with customers, consumers, patients, other Abbott employees, and the public. This opportunity also presents a major challenge. Since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued. As a result, improper use of social media can represent a significant risk to Abbott’s reputation. | Les médias sociaux sont sans doute les voies de communication les plus dynamiques.  Ils offrent une possibilité unique d’interaction, de collaboration et de partage d’information directs en ligne, que ce soit avec les clients, les consommateurs, les patients, d’autres employés d’Abbott ou le public. Cette possibilité présente aussi un défi majeur. Puisque les interactions sur les médias sociaux sont rapides et dynamiques, sans compter qu’elles ont le potentiel de devenir virales, les informations, les avis et les opinions peuvent rapidement prendre de l’ampleur, être divulgués ou être mal compris. Par conséquent, l’utilisation inappropriée des médias sociaux représente un risque important pour la réputation d’Abbott. |
| [Screen 41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42)  [51\_C\_42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42) | It is important to recognize that the channel we use to communicate can have an impact on how we construct and convey our messages.  This is particularly true in the case of electronic communications, where we tend to:   * Respond to messages very quickly, * Use a less formal tone, and * Take less care in our word choice. | Il est important de reconnaître que la voie de communication utilisée peut avoir une incidence sur la manière dont nous élaborons et transmettons nos messages.  Cela est particulièrement vrai dans le cas des communications électroniques, où nous avons tendance :   * à répondre aux messages très rapidement; * à utiliser un ton moins formel; et * à être moins prudents dans notre choix de mots. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43)  [52\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43) | Using electronic media can sometimes result in us saying things we don’t intend, sharing information with people we shouldn’t, or expressing views that might offend others.  This doesn’t mean that we shouldn’t use email, instant messaging, virtual meetings, or social media if they are the most appropriate or effective channels, but rather that we need to exercise care when using these media.  CLICK THE CAREFUL COMMUNICATION BUTTON TO LEARN MORE. | L’utilisation des moyens de communication électroniques peut quelquefois nous amener à dire des choses que nous ne pensons pas, à partager de l’information avec des personnes qui ne devraient pas la recevoir ou à exprimer des opinions qui peuvent offenser autrui.  Cela ne signifie pas que nous ne devrions pas utiliser les courriels, la messagerie instantanée, les réunions virtuelles ou les médias sociaux si ce sont les voies de communication les plus appropriées ou efficaces, mais plutôt que nous devons faire preuve de prudence lorsque nous les utilisons.  CLIQUEZ SUR LE BOUTON « COMMUNICATION ATTENTIVE » POUR EN APPRENDRE DAVANTAGE. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43)  [53\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43) | CAREFUL COMMUNICATION  Before sending an email, you should always re-read what you have written and ask yourself:   * Am I using an appropriate choice of words? * Am I maintaining a professional tone? * Is everything clear and unambiguous? * Is the information I am planning on sharing relevant to every person I am planning on sharing it with? | COMMUNICATION ATTENTIVE  Avant d’envoyer un courriel, nous devrions toujours relire ce que nous avons écrit et nous demander :   * Ai-je bien choisi mes mots? * Est-ce que je maintiens un ton professionnel? * Est-ce que tout est clair et sans ambiguïté? * Est-ce que cette information est pertinente pour toutes les personnes avec lesquelles je prévois de la partager? |
| [Screen 43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44)  [54\_C\_44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44) | Before selecting a channel, we also need to think about how much control we are likely to have over our message once it is created. | Avant de choisir une voie de communication, nous devons également nous demander dans quelle mesure nous exercerons un contrôle sur les messages que nous aurons créés. |
| [Screen 44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45)  [55\_C\_45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45) | Many of us underestimate the potential scope of public disclosure when it comes to communicating electronically.  Emails can be mistakenly sent or copied to the wrong recipient.  Messages can be forwarded to others.  Online posts can easily go viral. | Nombre d’entre nous sous-estiment la portée potentielle d’une divulgation publique lorsqu’il est question de communications électroniques.  Les courriels peuvent être envoyés par erreur au mauvais destinataire.  Les messages envoyés peuvent par la suite être transmis à d’autres personnes.  Les publications en ligne peuvent facilement devenir virales. |
| [Screen 45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46)  [56\_C\_46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46) | We forget that there are essentially no boundaries online, and that, once we press the send button, what happens to our message is largely out of our control.  This can result in information, views and opinions quickly becoming elevated, co-opted, or misconstrued. | Nous oublions qu’il n’y a essentiellement aucune limite en ligne et qu’une fois qu’on a cliqué sur « Envoyer », ce qui arrive à notre message est largement hors de notre contrôle.  Ainsi, l’information, les avis et les opinions peuvent rapidement prendre de l’ampleur, être repris ou être mal interprétés. |
| [Screen 46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47)  [57\_C\_47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47) | We also forget that electronic communications can last a lifetime.  While Abbott has very strict rules regarding document retention and destruction, others may not. That means that the comments you once posted on an obscure website while still in college could still be with you today. | Nous oublions également que les communications électroniques peuvent être éternelles.  Bien qu’Abbott applique des règles très rigoureuses au sujet de la conservation et de la destruction des documents, les autres n’en font pas nécessairement autant. Cela signifie que les commentaires que vous avez publiés sur un site Web méconnu pendant vos études universitaires peuvent vous avoir suivis jusqu’à aujourd’hui. |
| [Screen 47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48)  [58\_C\_48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48) | Finally, we need to remember that personal views and information shared, especially on social media, may have a negative effect on our professional lives, our company, our customers, our stakeholders, and our patients.  For example, we need to be aware that when using social media, our personal and business identities are likely to overlap. Content and related comments we originally intended only for family and friends may be viewed by others, even if privacy settings are enabled. | Finalement, nous devons nous rappeler que les avis et les renseignements personnels partagés, surtout à l’aide des médias sociaux, peuvent avoir un effet négatif sur notre vie professionnelle, notre entreprise, nos clients, nos actionnaires et nos patients.  Par exemple, nous devons prendre conscience que lorsque nous utilisons les médias sociaux, notre identité personnelle et notre identité commerciale ont tendance à se fondre l’une dans l’autre. Les commentaires et le contenu que nous partageons exclusivement avec notre famille et nos amis peuvent parfois être vus par d’autres personnes, même si les paramètres de confidentialité sont activés. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49)  [59\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49) | Because of the heightened risk that social media poses to Abbott and its stakeholders, there are Social Media Guidelines that apply to all users of social media both inside and outside the Company.  CLICK THE PANELS TO LEARN MORE. | En raison du risque accru que représentent les médias sociaux pour Abbott et ses parties prenantes, les Lignes directrices relatives aux médias sociaux s’appliquent à tous les utilisateurs de médias sociaux, qu’ils soient à l’intérieur ou à l’extérieur de la Société.  CLIQUEZ SUR LES VOLETS POUR EN APPRENDRE DAVANTAGE. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49)  [60\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49) | [1] Understand the Medium  Understand the Medium  Follow each platform’s terms of use, and make sure you keep up with changes, which can happen at any time. Also, understand the culture of the online communities with which you interact and how your intended audience communicates. | [1] Comprenez le moyen de communication  Comprenez le moyen de communication  Respectez les conditions d’utilisation de chaque plateforme et veillez à vous tenir au courant des modifications qui peuvent être apportées à tout moment. Vous devez aussi comprendre la culture des communautés en ligne avec lesquelles vous interagissez et la façon dont communique votre public cible. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49)  [61\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49) | [2] Be Transparent  Be Transparent  When talking about Abbott, its brands, or its products, be sure to clearly disclose your connection to Abbott in your posts. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  To disclose your Abbott connection, use statements such as:  “Check out my company’s new …!”  “ I work for Abbott and am excited about our new campaign.”  “Love my company’s new ....”  You can also use a hashtag at the end of your post to disclose your connection to Abbott, for example:  #IWorkAtAbbott  #ProudToBeAbbott | [2] Faites preuve de transparence  Faites preuve de transparence  Lorsque vous parlez d’Abbott, de ses marques ou de ses produits, assurez-vous de divulguer clairement votre lien avec Abbott dans vos publications. Cela contribue à garantir que toutes les personnes qui vous suivent sur vos réseaux sociaux comprennent que vous avez un intérêt personnel dans Abbott.  Pour divulguer votre lien avec Abbott, vous pouvez utiliser des phrases comme :  « Découvrez le nouveau… de l’entreprise pour laquelle je travaille! »  « Je travaille chez Abbott et je suis très enthousiaste face à notre nouvelle campagne. »  « J’aime la nouvelle… de l’entreprise pour laquelle je travaille. »  Vous pouvez aussi utiliser un mot-clic à la fin de votre publication pour divulguer votre lien avec Abbott, par exemple :  #IWorkAtAbbott (#JeTravailleChezAbbott)  #ProudToBeAbbott (#FièreDeTravaillerChezAbbott) |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49)  [62\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49) | [3] Respect Others and Use Sound Judgment  Respect Others and Use Sound Judgment  Be respectful of your intended (and unintended) audiences and their perspectives. Remember that there are no geographic boundaries online. Local posts and comments may have global significance and vice versa.  Avoid using ethnic slurs, obscenities, or any language or activity that would violate Abbott’s policies. Also avoid making disparaging or false statements about anyone or anything, including our competitors or their products.  Consult Public Affairs when considering whether to respond to a negative comment posted on an Abbott external social media channel. | [3] Respectez autrui et faites preuve d’un jugement sûr  Respectez autrui et faites preuve d’un jugement sûr  Faites preuve de respect envers votre public cible (et votre public potentiel) ainsi que leurs points de vue. N’oubliez pas que les frontières géographiques n’existent pas en ligne. Les publications et les commentaires locaux peuvent avoir une portée mondiale. L’inverse est aussi vrai.  Évitez d’utiliser des insultes à caractère ethnique, des obscénités ou du langage ou des activités qui contreviennent aux politiques d’Abbott. Évitez aussi de faire de fausses affirmations ou des affirmations désobligeantes à propos de quiconque ou de quoi que ce soit, notamment nos concurrents ou leurs produits.  Consultez le Service des affaires publiques lorsque vous vous questionnez à savoir si vous devez répondre à un commentaire négatif publié sur un réseau social externe à Abbott. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49)  [63\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49) | [4] Pause Before You Post  Pause Before You Post  Speak truthfully and follow all local laws and regulations on what we can say about our businesses and products. Don’t make false or misleading statements or off-label claims about our products, and don’t comment on or share content for products that aren’t available for sale in your country. | [4] Faites une pause avant de publier  Faites une pause avant de publier  Exprimez-vous en toute honnêteté et respectez l’ensemble des lois et règlements locaux sur ce que vous pouvez dire à propos de nos entreprises et de nos produits. Ne faites aucune déclaration fausse ou trompeuse. Ne mentionnez aucune indication n’ayant pas été officiellement approuvée pour nos produits. Ne commentez pas et ne partagez pas de contenu sur nos produits qui ne sont pas vendus dans votre pays. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49)  [64\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49) | [5] Let the Experts Respond  Let the Experts Respond  If you are not an official Abbott spokesperson, do not respond to comments or media inquiries related to Abbott’s company position. Abbott responds to comments or media inquiries only through designated spokespersons. When in doubt, seek further guidance and pass the comments on to Public Affairs.  Don’t forget that, even when you are using social media in a personal capacity, people may perceive you to be speaking on behalf of Abbott. So always clarify which comments are your own. Avoid giving the impression that you are an official Abbott spokesperson when sharing official Abbott content. | [5] Laissez le soin aux experts de répondre  Laissez le soin aux experts de répondre  Si vous n’êtes pas un-e porte-parole officiel-le d’Abbott, ne répondez pas aux commentaires ou aux demandes des médias concernant la position d’Abbott en tant qu’entreprise. Abbott répond aux commentaires ou aux demandes des médias uniquement par l’entremise de ses porte-parole désignés. En cas de doute, renseignez-vous et transmettez les commentaires au Service des affaires publiques.  N’oubliez pas que, même si vous utilisez un média social en votre nom personnel, les gens peuvent avoir l’impression que vous vous exprimez au nom d’Abbott. Il est donc important de toujours préciser que vos commentaires vous appartiennent. Évitez de donner l’impression que vous êtes un-e porte-parole officiel-le d’Abbott lorsque vous partagez du contenu officiel d’Abbott. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49)  [65\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49) | [6] Protect Privacy and Confidential Information  Protect Privacy and Confidential Information  Never share personal information, for example, another person’s name, address, phone number, government ID, email address, or credit card information without permission.  Never share sensitive and confidential information, like trade secrets, personally identifiable information, and intellectual property.  Never use or post copyrighted, trademarked, rights of publicity, and other information that belongs to Abbott or other parties without permission.  Remember that, even if a site has privacy settings, information can often be viewed and shared by others.  If you create or control an Abbott-sponsored social media forum, consult Legal to make sure you’re following laws regarding cookies and online tracking. | [6] Protégez les renseignements confidentiels et la vie privée  Protégez les renseignements confidentiels et la vie privée  Ne partagez jamais de renseignements personnels, par exemple, le nom, l’adresse, le numéro de téléphone, une pièce d’identité gouvernementale, l’adresse de courriel ou les renseignements de carte de crédit d’une autre personne sans son autorisation.  Ne partagez jamais de renseignements sensibles et confidentiels comme des secrets commerciaux, des renseignements permettant d’identifier une personne et des éléments de propriété intellectuelle.  N’utilisez ni ne publiez aucun renseignement protégé par un droit d’auteur, une marque de commerce ou un droit de publicité ni aucun autre renseignement appartenant à Abbott ou à d’autres parties, sans leur autorisation.  N’oubliez pas que, même si un site comporte des paramètres de confidentialité, des renseignements peuvent souvent être vus et partagés par d’autres personnes.  Si vous créez ou contrôlez un forum commandité par Abbott sur un réseau social, consultez le Service des affaires juridiques pour vous assurer de respecter les lois concernant les fichiers témoins et les systèmes de suivi en ligne. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49)  [66\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49) | [7] Use Care with What You Share  Use Care with What You Share  Guard your passwords, don’t post your personally identifiable information, and learn to use privacy settings.  Do not use your Abbott email address and password on social media sites. Attackers may steal your login information and use it to access Abbott systems.  Never post your personally identifiable information (including birth date, home address, or phone number), as it can be used to steal your identity or socially engineer attacks targeted against you and your contacts.  Learn to configure the social media platform’s privacy settings and read its privacy statement to understand how the company will share your information.  Only befriend people whom you personally know. | [7] Partagez avec prudence  Partagez avec prudence  Protégez vos mots de passe, ne publiez aucun renseignement permettant de vous identifier et apprenez à utiliser les paramètres de confidentialité.  N’utilisez pas votre adresse de courriel et votre mot de passe d’Abbott sur les sites de médias sociaux. Des pirates informatiques pourraient subtiliser vos renseignements de connexion et les utiliser pour avoir accès aux systèmes d’Abbott.  Ne publiez jamais de renseignements permettant de vous identifier (comme votre date de naissance, votre adresse domiciliaire ou votre numéro de téléphone) puisque ceux-ci peuvent être utilisés pour voler votre identité ou orchestrer des attaques par piratage psychologique ciblant vos contacts et vous-même.  Apprenez à configurer les paramètres de confidentialité des plateformes de médias sociaux que vous utilisez et lisez les énoncés de confidentialité afin de comprendre comment les entreprises qui dirigent ces plateformes partageront vos renseignements.  Devenez ami-e seulement avec des personnes que vous connaissez. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49)  [67\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49) | [8] Always Follow Company Policies and Local Laws  Always Follow Company Policies and Local Laws  When talking about Abbott on social media – in both your job and personally – follow Abbott’s Code of Business Conduct, Abbott policies, and all applicable local laws.  For social media governance, refer to External Social Media Policy (MKT05) and the Brand Resource Center.  The links to these and other resources can be found in the Resources section of this course. | [8] Respectez toujours les lois locales et les politiques de l’entreprise  Respectez toujours les lois locales et les politiques de l’entreprise  Lorsque vous discutez d’Abbott sur les médias sociaux — dans le cadre de votre travail et personnellement — respectez le Code de conduite professionnelle d’Abbott, les politiques d’Abbott et l’ensemble des lois locales en vigueur.  En ce qui concerne la gouvernance des médias sociaux, consultez la politique relative aux médias sociaux externes (MKT05) et le Centre de ressources de la marque.  Les liens vers ces ressources et d’autres se trouvent dans la section Ressources de la présente formation. |
| [Screen 49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50)  [68\_C\_50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50) | Finally, always be aware that any time you communicate on any media, whether it is writing an email, answering a text message, or posting on social media, you are creating a record.  Before you communicate, stop, reflect, and ask yourself: Is this really what I want to say, and is this the best way to say it? Be sure that what you are saying and the way you are saying it are in line with Abbott’s policies. | Enfin, soyez conscient-e que chaque fois que vous envoyez un message, peu importe la voie de communication que vous utilisez (courriel, message texte, publication sur un réseau social), vous créez une trace écrite.  Avant de communiquer, faites une pause, réfléchissez et demandez-vous : Est-ce vraiment ce que je souhaite dire, et est-ce la meilleure manière de l’exprimer? Assurez-vous que ce que vous exprimez et la manière dont vous l’exprimez respectent les politiques d’Abbott. |
| [Screen 50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51)  [69\_C\_51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51) | Using Abbott-approved tools and software when communicating is another important aspect of properly managing your communications. | L’emploi des outils et des logiciels approuvés par Abbott pour communiquer est un autre aspect important de la gestion adéquate de vos communications. |
| [Screen 51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52)  [70\_C\_52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52) | These tools and software should always be used in a responsible manner, and in accordance with applicable laws, Abbott’s Code of Business Conduct, and Abbott policies.  For more information on how to safeguard your communications, visit the Information Security and Risk Management (ISRM) site on Abbott World. | Ces outils et logiciels doivent toujours être utilisés de manière responsable et conformément aux lois en vigueur, au Code de conduite professionnelle d’Abbott et aux politiques d’Abbott.  Pour de plus amples renseignements sur la manière de protéger vos communications, consultez le site de la sécurité et de la gestion des risques liés à l’information (SGRI) dans Abbott World. |
| [Screen 52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53)  [71\_C\_53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53) | If you have a question or concern about a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, it is usually best to speak to your manager first.  Your manager knows you, the work environment and is closest to the issue.  You can also contact the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs, or call our multilingual Ethics and Compliance Helpline available globally 24/7. | Si vous avez des questions ou des craintes au sujet d’une communication que vous avez reçue de la part d’un-e autre employé-e d’Abbott, d’un-e partenaire commercial-e, d’un-e client-e ou de toute autre personne liée à Abbott, il serait préférable d’en discuter premièrement avec votre supérieur-e immédiat-e.  Votre supérieur-e vous connaît, il/elle connaît votre environnement de travail, et il/elle est au plus près du problème qui vous touche.  Vous pouvez communiquer avec le Bureau d’éthique et de conformité (BEC), le Service des affaires juridiques, le Service des ressources humaines ou le Service des affaires publiques, ou encore appeler la ligne d’assistance multilingue en matière d’éthique et de conformité accessible partout au monde 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. |
| [Screen 53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54)  [72\_C\_54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54) | If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM).  Please refer to the Resources section of this course for links to the above resources. | Pour toute question ou préoccupation à propos de la façon de vous protéger et de protéger Abbott contre tout risque potentiel lié à la cybersécurité, communiquez avec le Service de la sécurité et la gestion des risques liés à l’information (SGRI).  Veuillez consulter la section Ressources de la présente formation pour obtenir des liens vers les ressources énoncées ci-dessus. |
| [Screen 54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55)  [73\_C\_55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information.  Email communications  Email is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information. Email is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature.  In person communications  Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Instant messaging (IM) and text messaging (TM)  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not appropriate channels for creating or transmitting substantive business information.  Conference calls and video conferences  Virtual meetings offer multiple benefits, but they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information.  Social media  Social media offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing. However, since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued.  Abbott-approved tools  Always use Abbott-approved tools and software.  Getting support  If you have a question or concern about a communication, talk to your manager, or someone in the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs. If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM). | Certains moyens de communication sont plus efficaces et plus appropriés que d’autres lorsqu’on veut communiquer certains types d’information.  Communications par courriel  Les courriels constituent une excellente voie pour créer et transmettre de l’information commerciale courante. Toutefois, les courriels ne sont pas adéquats pour partager des renseignements hautement confidentiels de nature exclusive.  Communications en personne  Les messages de nature hautement confidentielle ou qui exigent un long rappel des faits et une bonne mise en situation se transmettent le mieux en temps réel, soit en personne ou par téléphone.  Messages instantanés et messages textes  Les messages instantanés et les messages textes sont d’excellents outils pouvant servir à transmettre à nos collègues des mises à jour sur nos activités, à poser une question rapide, à prévenir nos partenaires de conflits d’horaire ou à planifier des réunions. Les messages instantanés et les messages textes ne sont pas des voies appropriées pour créer ou transmettre de l’information commerciale importante.  Conférences téléphoniques et vidéoconférences  Les réunions virtuelles offrent de multiples avantages, mais elles ne conviennent pas lorsqu’il est question de discuter de renseignements sensibles ou confidentiels ou de partager de tels renseignements.  Médias sociaux  Les médias sociaux offrent une occasion unique d’interaction, de collaboration et de partage d’information directs en ligne. Toutefois, puisque les interactions sur les médias sociaux sont rapides et dynamiques, sans compter qu’elles ont le potentiel de devenir virales, les informations, les avis et les opinions peuvent rapidement prendre de l’ampleur, être divulgués ou être mal compris.  Outils approuvés par Abbott  Utilisez toujours des logiciels et des outils approuvés par Abbott.  Obtenir de l’assistance  Pour toute question ou préoccupation à propos d’une communication, discutez avec votre supérieur-e ou avec un-e membre de l’équipe du Bureau d’éthique et de conformité (BEC), du Service des affaires juridiques, du Service des ressources humaines ou du Service des affaires publiques. Pour toute question ou préoccupation à propos de la façon de vous protéger et de protéger Abbott contre tout risque potentiel lié à la cybersécurité, communiquez avec le Service de la sécurité et de la gestion des risques liés à l’information (SGRI). |
| [Screen 55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56)  [74\_C\_56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56) | Manager  If you have a question or concern about your own communication, or a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, the best place to start is with your manager.  Public Affairs  Contact a Public Affairs representative if you have questions about Abbott’s expectations for communicating both internally and externally while working at Abbott.  Public Affairs Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access the Public Affairs website on Abbott World.   Public Affairs Policies and Procedures   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) to access communication related policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Social Media Resource Center   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) to access the Social Media Resource Center on Abbott World for tools to help guide you while using social media at Abbott. The External Social Media Policy (MKT05) can be found in the Social Media Resource Center.   Human Resources (HR)  Contact a Human Resources representative for employee-related issues, including your concerns about interactions with other Abbott employees or anyone else connected with Abbott.  Human Resources Website   * Click [here](http://myhr.abbott.com/) to access the myHR Portal on Abbott World.   Human Resources Policies and Procedures – The following global HR policies describe conduct prohibited in the workplace: Workplace Harassment (C-111) and Violence (C-113).   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx) to access the above policies on Abbott World.   Legal  Contact the Legal Division with questions or concerns about legal implications of careless communication.  Legal Website   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) to access the Legal website on Abbott World. The [Legal Hold Information](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) page on the Legal website provides important information about employee compliance with Legal Hold Orders (LHOs).   Legal Policies and Procedures – Refer to Legal policies and procedures for requirements related to confidential information, antitrust, and other legal matters.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies) to access Legal policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Information Governance Resources   * For important policies, procedures, and resources on information and records management, Abbott employees should visit the [Information Governance](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) website on Abbott World.   Office of Ethics and Compliance (OEC)  The OEC is a global resource available to address your questions or concerns about our company’s values and standards of conduct.  OEC Website – Refer to the OEC website for answers to a variety of compliance questions.   * Click [here](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) to access the OEC website on Abbott World.   OEC Policies and Procedures – For our company’s global and country-specific OEC policies and procedures:   * Abbott employees should visit [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   OEC Contacts – You are encouraged to contact the OEC at any time with any ethics and compliance questions, or to discuss concerns about possible violations of our written standards, laws, or regulations.   * Visit the [Contact OEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) page on the [OEC website](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) on Abbott World.   Ethics and Compliance Helpline – Visit our multilingual Ethics and Compliance [“Speak Up” Helpline](http://speakup.abbott.com/) to voice your concerns about a potential violation of our company’s values and standards of conduct. The Helpline is available 24 hours a day, 7 days a week and allows you to submit concerns online or by calling an operator who speaks your language. You can also email [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com) to report a potential violation. | Votre supérieur-e  Si vous avez des questions ou des craintes au sujet d’une communication que vous avez effectuée ou que vous avez reçue de la part d’un-e autre employé-e d’Abbott, d’un-e partenaire commercial-e, d’un-e client-e ou de toute autre personne liée à Abbott, il serait préférable d’en discuter d’abord avec votre supérieur-e.  Affaires publiques  Contactez un-e représentant-e du Service des affaires publiques pour toute question relative aux attentes d’Abbott en matière de communications internes et externes durant votre emploi chez Abbott.  Site Web du Service des affaires publiques   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) pour consulter le site Web du Service des Affaires publiques dans Abbott World.   Politiques et procédures en matière d’affaires publiques   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) pour consulter les politiques et procédures touchant les communications, sur le portail mondial des politiques dans Abbott World.   Centre de ressources liées aux médias sociaux   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) pour consulter le Centre de ressources liées aux médias sociaux dans Abbott World pour obtenir les outils qui vous aideront dans votre utilisation des médias sociaux chez Abbott. La *Politique relative aux médias sociaux externes (MKT05)* se trouve dans le Centre de ressources liées aux médias sociaux.   Ressources humaines (RH)  Communiquez avec un-e représentant-e du Service des ressources humaines pour toute question touchant les employé-e-s, notamment vos préoccupations en lien avec les interactions avec d’autres employé-e-s d’Abbott ou toute autre personne en lien avec Abbott.  Site Web du Service des ressources humaines   * Cliquez [ici](http://myhr.abbott.com/) pour accéder au portail monCentreRH dans Abbott World.   Politiques et procédures en matière de ressources humaines – Les politiques mondiales en matière de ressources humaines suivantes décrivent les comportements interdits en milieu de travail : *Harcèlement en milieu de travail (C-111)* et *Violence en milieu de travail (C-113)*.   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx) pour consulter les politiques mentionnées ci-dessus dans Abbott World.   Affaires juridiques  Contactez le Service des affaires juridiques pour toute question ou préoccupation concernant les conséquences juridiques des communications négligentes.  Site Web des Affaires juridiques   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) pour accéder au site Web des Affaires juridiques dans Abbott World. La page [d’information sur l’obligation de préservation](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) qui se trouve sur le site Web du Service des affaires juridiques présente des renseignements importants au sujet du respect par les employé-e-s des ordonnances de préservation de la preuve.   Politiques et procédures relatives aux Affaires juridiques – Consultez les politiques et procédures relatives aux Affaires juridiques pour connaître les exigences liées aux renseignements confidentiels, aux questions antitrust et aux autres questions juridiques.   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies) pour consulter les politiques et procédures relatives aux Affaires juridiques sur le portail mondial des politiques dans Abbott World.   Ressources relatives à la gouvernance de l’information   * Pour connaître les politiques, les procédures et les ressources importantes en matière de gestion de l’information et des documents, les employé-e-s d’Abbott doivent consulter le site Web [Gouvernance de l’information](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) dans Abbott World.   Bureau d’éthique et de conformité (BEC)  Le BEC est une ressource mondiale qui est en mesure de répondre aux questions et préoccupations concernant les valeurs et les normes de conduite de notre société.  Site Web du BEC – Consultez le site du BEC pour obtenir des réponses à diverses questions sur la conformité.   * Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) pour accéder au site Web du BEC dans Abbott World.   Politiques et procédures du BEC – Pour lire les politiques et les procédures mondiales et nationales de notre entreprise :   * Les employé-e-s d’Abbott doivent consulter [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx).   Personnes-ressources du BEC – N’hésitez pas à contacter le BEC à tout moment pour des questions portant sur l’éthique et la conformité ou pour discuter de préoccupations relatives à de possibles infractions à nos normes écrites, aux lois ou à la réglementation en vigueur.   * Consultez la page [Personnes-ressources du BEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) du [site Web du BEC](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) dans Abbott World.   Ligne d’assistance en matière d’éthique et de conformité – Consultez le site de notre [ligne d’assistance multilingue « Exprimez-vous »](http://speakup.abbott.com/) relative à l’éthique et la conformité, pour faire part de vos préoccupations en lien avec une infraction potentielle aux valeurs et aux normes de conduite de notre société. La ligne d’assistance est accessible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, et vous permet d’exprimer vos préoccupations dans votre langue, en ligne ou au téléphone. Vous pouvez aussi envoyer un courriel à [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com) pour signaler une infraction potentielle. |
| [Screen 56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57)  [75\_C\_57](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57) | Quick Reference Cards  Click [here](https://abbott.sharepoint.com/teams/GLB-LGL-OECTRNG/Shared%20Documents/Careful%20Communication_ABB-980_NEW/Translation_Tables/reference/Quick_Reference.pdf) to review summaries of each section of this course.  Course Transcript  Click [here](https://abbott.sharepoint.com/teams/GLB-LGL-OECTRNG/Shared%20Documents/Careful%20Communication_ABB-980_NEW/Translation_Tables/reference/Transcript.pdf) for a full transcript of the course. | Fiches aide-mémoire  Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/teams/GLB-LGL-OECTRNG/Shared%20Documents/Careful%20Communication_ABB-980_NEW/Translation_Tables/reference/Quick_Reference.pdf) pour voir un résumé de chaque section de ce cours.  Transcription du cours  Cliquez [ici](https://abbott.sharepoint.com/teams/GLB-LGL-OECTRNG/Shared%20Documents/Careful%20Communication_ABB-980_NEW/Translation_Tables/reference/Transcript.pdf) pour accéder à la transcription complète du cours. |
| Screen 57  Activity: Introduction  76\_C\_58 | The Knowledge Check that follows consists of 10 questions. You must score 80% or higher to successfully complete this course. If you haven’t done so already, take a few minutes to review the Quick Reference Cards for each section. When you are ready, click the Knowledge Check button. | La vérification des connaissances qui suit comprend 10 questions. Vous devez obtenir un résultat de 80 % ou plus pour réussir ce cours. Si vous ne l’avez pas déjà fait, prenez quelques minutes pour examiner les fiches aide-mémoire pour chaque section. Lorsque vous êtes prêt-e, cliquez sur le bouton **Vérification des connaissances**. |
| Screen 58  Question 1: Scenario  77\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, you should clearly disclose your connection to Abbott. | Lorsque vous parlez d’Abbott, de ses marques ou de ses produits sur les médias sociaux, vous devez vous assurer de divulguer clairement votre lien avec Abbott dans vos publications. |
| Screen 58  Question 1: Options  78\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Vrai.  [2] Faux. |
| Screen 58  Question 1: Feedback  79\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, be sure to clearly disclose your connection to Abbott. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Lorsque vous parlez d’Abbott, de ses marques ou de ses produits sur les médias sociaux, assurez-vous de divulguer clairement votre lien avec Abbott dans vos publications. Cela contribue à garantir que toutes les personnes qui vous suivent sur vos réseaux sociaux comprennent que vous avez un intérêt personnel dans Abbott.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 3.2, Choisir la bonne voie.* |
| Screen 58  Question 2: Scenario  80\_C\_59 | In order to help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:  Check all that apply. | Afin de vous aider à formuler un message aussi clair que possible, vous devriez :  Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s’appliquent. |
| Screen 58  Question 2: Options  81\_C\_59 | [1] Use clear, precise, and unambiguous language.  [2] Check to make sure you have provided sufficient context.  [3] Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion.  [4] Avoid the use of emojis and emoticons. | [1] Utiliser un langage clair, précis et sans ambiguïté.  [2] Vous assurer de fournir suffisamment d’éléments contextuels.  [3] Éviter d’utiliser des termes juridiques, à moins d’être un-e avocat-e et d’être autorisé-e à fournir un avis juridique.  [4] Éviter l’utilisation d’émojis et d’émoticônes. |
| Screen 58  Question 2: Feedback  82\_C\_59 | To help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:   * Use clear, precise, and unambiguous language; * Check to make sure you have provided sufficient context; * Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion; and * Avoid the use of emojis and emoticons.   For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language | Pour vous aider à formuler un message aussi clair que possible, vous devriez :   * utiliser un langage clair, précis et sans ambiguïté; * vous assurer de fournir suffisamment d’éléments contextuels; * éviter d’utiliser des termes juridiques, à moins d’être un-e avocat-e et d’être autorisé-e à fournir un avis juridique; et * éviter l’utilisation d’émojis et d’émoticônes.   Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 2.3, Utiliser un langage clair et précis* |
| Screen 58  Question 3: Scenario  83\_C\_59 | When is it appropriate to include personal opinions in business communications? | Dans quel contexte est-ce approprié d’inclure des opinions personnelles dans les communications commerciales? |
| Screen 58  Question 3: Options  84\_C\_59 | [1] Never. There is never a place for personal opinions in business communications.  [2] Only when communicating face-to-face or via phone.  [3] Anytime, as long as you make it clear that you are stating an opinion and not presenting a fact.  [4] Only when communicating with close work colleagues. | [1] Jamais. Les opinions personnelles n’ont jamais leur place dans les communications commerciales.  [2] Seulement lorsque la communication se fait en personne ou par téléphone.  [3] En tout temps, tant qu’il est clair que vous énoncez une opinion et que vous ne présentez pas un fait.  [4] Seulement lorsque vous communiquez avec des collègues proches. |
| Screen 58  Question 3: Feedback  85\_C\_59 | It is okay to express personal opinions in business communications, as long as you make it clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For more information about the correct answer, see Section 2.4, Avoiding Presenting Opinions as Facts. | Il n’est pas interdit d’exprimer des opinions personnelles dans des communications commerciales, tant qu’il est clair que vous exprimez votre opinion et que vous ne présentez pas un fait.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 2.4, Éviter de présenter des opinions comme s’il s’agissait de faits.* |
| Screen 58  Question 4: Scenario  86\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated via electronic channels. | Les voies de communication électroniques sont les meilleurs moyens de transmission pour les messages qui exigent un long rappel des faits et une bonne mise en situation. |
| Screen 58  Question 4: Options  87\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Vrai.  [2] Faux. |
| Screen 58  Question 4: Feedback  88\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated in real time, either in person or over the phone.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Les messages qui exigent un long rappel des faits et une bonne mise en situation se transmettent beaucoup mieux en temps réel, soit en personne ou par téléphone.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 3.2, Choisir la bonne voie.* |
| Screen 58  Question 5: Scenario  89\_C\_59 | Which of the following are pitfalls you should avoid in your business communications?  Check all that apply. | Parmi les énoncés suivants, lesquels présentent des pièges à éviter dans vos communications commerciales?  Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s’appliquent. |
| Screen 58  Question 5: Options  90\_C\_59 | [1] Imagining how others are likely to interpret what you are saying.  [2] Using secretive and conspiratorial tones.  [3] Adjusting your choice of words, tone, and body language to your audience.  [4] Using jokes and sarcasm to insert some fun in your communications. | [1] Imaginer comment les autres risquent d’interpréter ce que vous dites.  [2] Adopter un ton empreint de secret et conspirateur.  [3] Adapter votre choix de termes, votre ton et votre langage corporel à votre public.  [4] Faire des blagues et miser sur le sarcasme pour ajouter de la légèreté dans vos communications. |
| Screen 58  Question 5: Feedback  91\_C\_59 | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For more information about the correct answer, see 2.5, Regulating Your Tone. | Les tons sarcastiques, ironiques et humoristiques sont souvent mal interprétés dans les communications commerciales.  Cela est particulièrement vrai pour les communications écrites, qui ne comprennent aucun indice visuel (comme le langage corporel) ou oral (comme les inflexions vocales). De fausses perceptions peuvent également être causées par un ton ou un langage conspirateur et teinté de secret.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 2.5, Contrôler le ton utilisé.* |
| Screen 58  Question 6: Scenario  92\_C\_59 | As long as you enable the privacy settings on a social media site, your comments and content will never be viewed by others. | Si vous activez les paramètres de confidentialité sur un réseau social, vos commentaires et leur contenu ne seront jamais vus par d’autres personnes. |
| Screen 58  Question 6: Options  93\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Vrai.  [2] Faux. |
| Screen 58  Question 6: Feedback  94\_C\_59 | Comments and content originally intended for only family and friends can often be viewed by others on social media, even if your privacy settings are enabled.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | Les commentaires et le contenu que nous partageons exclusivement avec notre famille et nos amis peuvent parfois être vus par d’autres personnes sur les réseaux sociaux, même si les paramètres de confidentialité sont activés.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 3.2, Choisir la bonne voie*. |
| Screen 58  Question 7: Scenario  95\_C\_59 | Which of the following are effective ways of controlling your emotions when communicating?  Check all that apply. | Parmi les énoncés suivants, lesquels présentent des moyens efficaces de contrôler vos émotions lorsque vous communiquez?  Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s’appliquent. |
| Screen 58  Question 7: Options  96\_C\_59 | [1] Using neutral language.  [2] Avoiding the use of emotionally loaded terms.  [3] Never sending a message when you are upset. | [1] Utiliser un langage neutre.  [2] Éviter d’utiliser des termes empreints d’émotion.  [3] Ne jamais envoyer un message lorsque vous êtes en colère. |
| Screen 58  Question 7: Feedback  97\_C\_59 | It is important to control your emotions when communicating in a business environment:   * Always use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. * Never send a message when you are upset.   For more information about the correct answer, see Section 2.6, Controlling Your Emotions. | Il est important de contrôler vos émotions lorsque vous effectuez des communications dans un contexte commercial.   * Employez toujours un langage neutre. * Évitez les termes empreints d’émotion. * N’envoyez jamais un message lorsque vous êtes en colère.   Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 2.6, Maîtriser ses émotions.* |
| Screen 58  Question 8: Scenario  98\_C\_59 | Which of the following would be appropriate to send via instant messaging? | Lequel des renseignements suivants conviendrait-il d’envoyer par messagerie instantanée? |
| Screen 58  Question 8: Options  99\_C\_59 | [1] Sales information.  [2] An alert of a scheduling conflict.  [3] A performance evaluation.  [4] Potentially hiring a doctor for an educational event. | [1] De l’information relative aux ventes.  [2] Une alerte concernant un conflit d’horaire.  [3] Une évaluation de rendement.  [4] Une communication sur l’embauche potentielle d’un médecin pour un événement éducatif. |
| Screen 58  Question 8: Feedback  100\_C\_59 | Instant messaging (IM) is a great tool that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM is not, however, an appropriate channel for creating or transmitting substantive business information, such as sales information, performance reviews, or discussions about whether HCPs should be engaged for services/events.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | La messagerie instantanée est un excellent outil pouvant servir à transmettre à nos collègues des mises à jour sur nos activités, à poser une question rapide, à aviser nos partenaires de conflits d’horaire ou à planifier des réunions. Cependant, la messagerie instantanée n’est pas une voie de communication appropriée pour créer ou transmettre de l’information commerciale importante comme des renseignements en lien avec les ventes, des évaluations de rendement ou des discussions visant à déterminer si un professionnel de la santé devrait être engagé pour des services ou des événements donnés.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 3.2, Choisir la bonne voie.* |
| Screen 58  Question 9: Scenario  101\_C\_59 | Communications related to Abbott business may be conducted using home computers and personal email addresses, provided you are careful not to disclose confidential or proprietary information. | Tant que vous faites attention de ne pas divulguer de l’information confidentielle ou exclusive, les communications liées aux activités commerciales d’Abbott peuvent s’effectuer en utilisant un ordinateur et un compte courriel personnels. |
| Screen 58  Question 9: Options  102\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] Vrai.  [2] Faux. |
| Screen 58  Question 9: Feedback  103\_C\_59 | Communications related to Abbott business should only be done via the devices, software, and tools approved by Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3. 3, Using the Right Tools. | Les communications liées aux activités commerciales d’Abbott devraient se faire seulement par l’entremise de dispositifs, de logiciels et d’outils autorisés par Abbott.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 3.3, Utiliser les bons outils.* |
| Screen 58  Question 10: Scenario  104\_C\_59 | Which of the following messages are examples of careful communications:  Check all that apply. | Lequel ou lesquels des messages suivants sont des exemples de communication attentive :  Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s’appliquent. |
| Screen 58  Question 10: Options  105\_C\_59 | [1] We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business.  [2] Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.  [3] We need to block our competitors.  [4] We need to plan for the competition. | [1] Nous devons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour obtenir la clientèle du Dr Smith.  [2] Le Dr Smith est un leader d’opinion clé dans le domaine thérapeutique et un excellent communicateur. Nous devons nous assurer qu’il figure à notre horaire de visites et qu’il connaît les avantages de nos produits.  [3] Nous devons contrecarrer nos concurrents.  [4] Nous devons tenir compte de la concurrence dans la planification de nos activités. |
| Screen 58  Question 10: Feedback  106\_C\_59 | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. The statement, “We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business,” is vague and open to potential negative interpretations. You should consider rephrasing using clear, unambiguous language: “Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.” Likewise, the statement, “We need to block our competitors,” could be misconstrued as a restriction of trade. A more precise, less ambiguous statement is, “We need to plan for the competition.”  For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language. | La communication attentive exige l’utilisation d’un langage clair, concis et sans ambiguïté. L’énoncé « Nous devons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour obtenir la clientèle du Dr Smith » est vague et laisse la place à de possibles interprétations négatives. Vous devriez envisager de reformuler en adoptant un langage clair qui ne peut porter à confusion : « Le Dr Smith est un leader d’opinion clé dans le domaine thérapeutique et un excellent communicateur. Nous devons nous assurer qu’il figure à notre horaire de visites et qu’il connaît les avantages de nos produits ». Dans le même ordre d’idées, l’énoncé, « Nous devons contrecarrer nos concurrents » pourrait être mal interprété et considéré comme une restriction au commerce. « Nous devons tenir compte de la concurrence dans la planification de nos activités » est un énoncé plus précis et moins ambigu.  Pour obtenir plus d’information sur la bonne réponse, reportez-vous à la *Section 2.3, Utiliser un langage clair et précis.* |
| Screen 58  107\_C\_59 | All questions remain unanswered | Vous n’avez répondu à aucune question |
| Screen 59  Activity: Overall Feedback  108\_C\_60 | No results are available, as you have not completed the Knowledge Check.  Congratulations! You have successfully passed the Knowledge Check and completed the course.  Please review your results below by clicking on each question.  Once you are done, you must click the Exit [X] button in the course title bar before closing your browser window or browser tab.  Sorry, you did not pass the Knowledge Check. Take a few minutes to review your results below by clicking on each question.  When you are done, click the Retake Knowledge Check button. | Aucun résultat n’est disponible, car vous n’avez pas terminé la vérification des connaissances.  Félicitations! Vous avez réussi la vérification des connaissances et terminé le cours.  Vous pouvez revoir vos résultats ci-dessous en cliquant sur chaque question.  Lorsque vous aurez terminé, cliquez sur le bouton **Quitter [X]** dans la barre de titre du cours avant de fermer la fenêtre ou l’onglet de votre navigateur.  Désolé, vous n’avez pas réussi la vérification des connaissances. Veuillez prendre quelques minutes pour revoir vos résultats ci-dessous en cliquant sur chaque question.  Lorsque vous aurez terminé, cliquez sur le bouton **Reprendre la vérification des connaissances**. |
| 109\_toc\_1 | Introduction | Introduction |
| 110\_toc\_2 | Welcome | Bienvenue |
| 111\_toc\_3 | Objectives | Objectifs |
| 112\_toc\_4 | Tutorial | Tutoriel |
| 113\_toc\_5 | Crafting Your Message Carefully | Élaborer soigneusement le message |
| 114\_toc\_6 | Overview | Aperçu |
| 115\_toc\_7 | Considering Your Audience | Tenir compte des destinataires |
| 116\_toc\_8 | Using Clear, Precise Language | Utiliser un langage clair et précis |
| 117\_toc\_9 | Avoiding Presenting Opinions as Facts | Éviter de présenter des opinions comme s’il s’agissait de faits |
| 118\_toc\_10 | Regulating Your Tone | Contrôler le ton utilisé |
| 119\_toc\_11 | Controlling Your Emotions | Maîtriser ses émotions |
| 120\_toc\_12 | Crafting Your Message Carefully: Quick Reference | Élaborer soigneusement le message : aide-mémoire |
| 121\_toc\_13 | Managing Communications Responsibly | Gérer les communications de manière responsable |
| 122\_toc\_14 | Overview | Aperçu |
| 123\_toc\_15 | Selecting the Right Channel | Sélectionner la voie appropriée |
| 124\_toc\_16 | Using the Right Tools | Utiliser les bons outils |
| 125\_toc\_17 | Where to Go for Support | Où obtenir de l’aide |
| 126\_toc\_18 | Managing Communications Responsibly: Quick reference | Gérer les communications de manière responsable : aide-mémoire |
| 127\_toc\_19 | Resources | Ressources |
| 128\_toc\_20 | Where to Get Help | Où obtenir de l’aide |
| 129\_toc\_21 | Reference Material | Documents de référence |
| 130\_toc\_22 | Knowledge Check | Vérification des connaissances |
| 131\_toc\_23 | Introduction | Introduction |
| 132\_toc\_24 | Knowledge Check | Vérification des connaissances |
| 133\_toc\_25 | Question 1 | Question 1 |
| 134\_toc\_26 | Question 2 | Question 2 |
| 135\_toc\_27 | Question 3 | Question 3 |
| 136\_toc\_28 | Question 4 | Question 4 |
| 137\_toc\_29 | Question 5 | Question 5 |
| 138\_toc\_30 | Question 6 | Question 6 |
| 139\_toc\_31 | Question 7 | Question 7 |
| 140\_toc\_32 | Question 8 | Question 8 |
| 141\_toc\_33 | Question 9 | Question 9 |
| 142\_toc\_34 | Question 10 | Question 10 |
| 143\_toc\_35 | Feedback | Rétroaction |
| 144\_string\_1 | The Course cannot contact the LMS. Click 'OK' to continue and review the course. Note, Course Certification may not be available. Click 'Cancel' to exit | Le cours ne peut se connecter au système de gestion de l’apprentissage. Cliquez sur « OK » pour continuer et revoir le cours. Remarque : l’attestation du cours pourrait ne pas être accessible. Cliquez sur « Annuler » pour quitter. |
| 145\_string\_2 | All questions remain unanswered | Vous n’avez répondu à aucune question |
| 146\_string\_3 | Questions | Questions |
| 147\_string\_4 | Question | Question |
| 148\_string\_5 | not answered | non répondue(s) |
| 149\_string\_6 | That's correct! | Bonne réponse! |
| 150\_string\_7 | That's not correct! | Mauvaise réponse! |
| 151\_string\_8 | Feedback: | Rétroaction : |
| 152\_string\_9 | Careful Communication | Communication attentive |
| 153\_string\_10 | Knowledge Check | Vérification des connaissances |
| 154\_string\_11 | Submit | Soumettre |
| 155\_string\_12 | Retake Knowledge Check | Reprendre la vérification des connaissances |
| 156\_string\_13 | Course Description: Careful communication is key to building, maintaining, and protecting Abbott’s reputation. The aim of this course is to demonstrate how language, tone, and emotion play a significant role in how business communications are received and interpreted, and to provide guidance on how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | Description du cours : La communication attentive est la clé pour bâtir, préserver et protéger la réputation d’Abbott. L’objectif de ce cours est de démontrer le rôle important que jouent le langage, le ton et les émotions dans la manière dont les communications commerciales sont reçues et interprétées, et de fournir des conseils sur la manière de sélectionner la voie et les outils qui conviennent le mieux à la communication de votre message. Le cours dure environ de 35 à 40 minutes. |
| 157\_string\_14 | Table of Contents | Table des matières |
| 158\_string\_15 | Where to Get Help | Où obtenir de l’aide |
| 159\_string\_16 | Reference Material | Documents de référence |
| 160\_string\_17 | Audio | Son |
| 161\_string\_18 | Exit | Quitter |
| 162\_string\_19 | Close | Fermer |