

RÉSUMÉ

Avec la volonté d'améliorer l'efficacité de l'énonciation des vendeurs pour avoir des transactions commerciales efficaces, surtout développer les chiffres d'affaires des vendeurs vietnamiens auprès des clients français, nous voudrions lancer une problématique : « Comment les vendeurs peuvent-ils utiliser les moyens d'expression de la modalité en fonction de chaque étape de vente ? » À travers ce mémoire, je vais étudier l'application du domaine de la modalité dans les interactions commerciales françaises.

J'ai choisi la théorie de Culioli, avec la systématisation de 4 valeurs modales qui est considérée comme le fil conducteur de tout l'ensemble de mon analyse:

- ✓ Modalité 1 (μ_1) prend en compte l'existence de P ou non-P :
- ✓ Modalité 2 (μ_2) prend en compte les possibilités entre 0 ou 1 (ni l'un ni l'autre)
- ✓ Modalité 3 (μ_3) prend en compte le jugement de So sur 0 ou 1
- ✓ Modalité 4 (μ_4) prend en compte la relation So-S1

Sur la base du corpus qui se compose des vidéos et extraits de conversations intégrant un caractère pédagogique, je ferai une analyse sur les énonciations des vendeurs et des clients afin d'étudier l'utilisation de modalisateurs et leur efficacité dans la communication dans le cadre d'une transaction de vente réussie en français. Dans mon travail, je souligne la différence dans l'énonciation du bon vendeur et du mauvais vendeur.

Grâce à la recherche, nous confirmons que la modalité joue un rôle important dans les transactions de vente. Les quatre valeurs modales que nous avons mentionnées dans le cadre théorique apparaissent consécutivement à chaque étape de vente. Ainsi, le vendeur ne se contente pas seulement d'effectuer l'acte de vente, mais il doit également être muni de compétences communicatives, et de la capacité de persuasion. Ainsi, l'expression des différentes valeurs modales dans un discours commercial contribue très nettement à une transaction de vente réussie.