



*Epanouir l'Homme ...
Développer durablement l'Entreprise*

Catalogue de Formations Inter-Entreprise

2009

memorability
Management et Coaching

COACHING INDIVIDUEL ■ COACHING D'EQUIPE
FORMATION ■ CONDUITE DU CHANGEMENT ■ VISION STRATEGIQUE



« Qui suis-je ? Où suis-je ? Que veux-je ? Où vais-je ? ».

De nos jours, l'être humain évolue dans un contexte qui se caractérise par des changements profonds et permanents (environnement social, politique, économique, contexte familial et du couple, etc.). La découverte de la complexité de la réalité est un des éléments majeurs qui nous oriente vers un modèle théorique de pensée basé sur la recherche et la réflexion. Cette complexité de la réalité résulte à la fois de notre regard mais aussi de la réalité elle-même. Finalement, la complexité de la réalité tient aussi au mode de représentation du réel que nous nous faisons en projetant au-dehors ce que nous révèle la connaissance de soi.

D'une manière plus spécifique, je serais tentée de poursuivre ainsi...

Le monde aujourd'hui est en recherche de sens. Les temps difficiles entravent la réalisation de nos projets. L'incertitude du lendemain, l'évolution des mœurs perturbent chez nombre d'entre-nous la volonté d'entreprendre, élément essentiel de réussite. L'engagement dans la vie active demande plus de lucidité, de courage, de persévérance et de coopération. Les différents acteurs de l'entreprise, à quelque niveau soient-ils, se doivent d'être toujours plus rapides, toujours plus performants, toujours plus compétitifs. Il fut un temps pendant lequel la vie était moins fiévreuse que maintenant. L'humain d'aujourd'hui doit sauver les apparences en restant toujours dans la performance. Notre époque est celle de la qualité des vitrines qui interagissent sur la psychologie du décideur. Néanmoins, force est de constater que seule la personnalité, partagée entre le « moi social » superficiel et le « moi profond » créatif et imprévisible, permet de rester identique à soi-même dans ce flux agité de la vie personnelle et professionnelle.

Memorability, forte de sa culture humaniste, place l'être humain au centre des choix et des actions, seule condition à ses yeux pour apporter une haute qualité de performance et de développement durable aux organisations et aux entreprises contemporaines. Accompagner un changement, encourager, soutenir ou relever un challenge, éclairer une situation, révéler des aptitudes, définir un projet de vie, ..., autant de défis auxquels nous nous efforçons d'apporter des accompagnements personnalisés et vivants.

Les formations récurrentes de notre catalogue et les nombreuses nouveautés devraient vous permettre de programmer, avec succès, votre plan de formation.

Giorgia Sanfiore

Formations et tarifs

Formations	Durée	Prix par participant
Prendre la parole en public	3 + 2 jours	2450 € HT
Concevoir et mettre en œuvre le plan de communication interne	3 jours	1470 € HT
Réussir son événementiel	3 + 1 jour	1960 € HT
Communiquer efficacement avec les outils de la P.N.L.	5 jours	2450 € HT
Animer et conduire efficacement une réunion	3 jours	1470 € HT
Formation de formateur	5 jours	2450 € HT
Communiquer en utilisant la communication non violente de Marshall B. Rosenberg	3 jours	1470 € HT
Maîtriser les outils du management Parcours Management Niveau I	3 jours	1470 € HT
Partager sa vision et asseoir son leadership Parcours Management Niveau II	3 jours	1470 € HT

Formations	Durée	Prix par participant
Accompagner et motiver ses collaborateurs Parcours Management Niveau III	3 + 1 jour	1960 € HT
L'entretien d'évaluation	3 jours	1470 € HT
L'entretien de recrutement	3 jours	1470 € HT
Le manager coach	5 jours	2450 € HT
Du manager au leader: construire et développer son leadership	4 + 1 jour	2450 € HT
La gestion du stress	4 jours	1960 € HT
L'affirmation de soi	3 jours	1470 € HT
Gestion des conflits	3 jours	1470 € HT

N.B : Toutes nos formations peuvent être dispensées en anglais ainsi qu'en italien.



Calendrier

Formations	Dates
Prendre la parole en public	7, 8, 9 Janvier + 2,3 Février 10, 11, 12 Juin + 2,3 Septembre
Concevoir et mettre en œuvre le plan de communication interne	15, 16, 17 Janvier 17, 18, 19 Juin
Réussir son événementiel	21, 22, 23 Janvier + 16 Février 24, 25, 26 Juin + 4 Septembre
Communiquer efficacement avec les outils de la P.N.L.	26, 27, 28, 29, 30 Janvier 7, 8, 9, 10, 11 Septembre
Animer et conduire efficacement une réunion	4, 5, 6 Février 16, 17, 18 Septembre
Formation de formateur	9, 10, 11, 12, 13 Février 21,22,23,24,25 Septembre
Communiquer en utilisant la communication non violente de Marshall B. Rosenberg	18, 19, 20 Février 30 Septembre, 1, 2 Octobre
Maîtriser les outils du management Parcours Management Niveau I	11, 12, 13 Mars 7, 8, 9 Octobre

Formations	Dates
Partager sa vision et asseoir son leadership Parcours Management Niveau II	18, 19, 20 Mars 14, 15, 16 Octobre
Accompagner et motiver ses collaborateurs Parcours Management Niveau III	25, 26, 27 Mars + 14 Avril 21, 22, 23 Octobre + 16 Novembre
L'entretien d'évaluation	1,2,3 Avril 9, 10,12 Novembre
L'entretien de recrutement	8, 9, 10 Avril 18, 19, 20 Novembre
Le manager coach	4, 5, 6, 7, 11 Mai 23, 24, 25, 26, 27 Novembre
Du manager au leader: construire et développer son leadership	12, 13, 14, 15 Mai + 8 Juin 1, 2, 3, 4 Décembre + 15 Décembre
La gestion du stress	18, 19, 20, 22 Mai 8, 9, 10, 11 Décembre
L'affirmation de soi	27, 28, 29 Mai 16, 17, 18 Décembre
Gestion des conflits	8, 9, 10 Avril 3, 4, 5 Juin



PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

Objectifs de la formation

- Créer une première impression positive et donner une excellente image de soi.
- Capter l'attention et définir les objectifs de sa présentation.
- Communiquer ses idées avec clarté et force de conviction, tout en véhiculant crédibilité et confiance.
- Développer un message fort, structurer sa présentation autour de ce thème central.
- Etre à l'aise et naturel pendant son exposé et transmettre son enthousiasme.
- Utiliser les bons mots, les bons gestes et les bonnes intonations afin d'augmenter son impact.
- Impressionner son auditoire en utilisant les nouvelles technologies de la présentation.
- Faire mouche à tous les coups quel que soit l'auditoire. Motiver et persuader son auditoire à travers des exemples et des faits.
- Entraîner la crédibilité et vendre ses idées, son entreprise et soi-même.
- Etablir la confiance et construire la crédibilité d'un leader engagé au sein de ses équipes, de son département et de toute son entreprise.



Pour qui ?

- Toutes personnes amenées à prendre la parole en public.

Contenu

- Apprendre à communiquer comme les meilleurs : les secrets de la communication.
- Votre corps parle, votre voix raconte ...
- Apprendre à utiliser l'espace, à apporter l'énergie et à utiliser les métaphores.
- Apprendre à préparer ses interventions : fiches conseils et soutien opérationnel.
- Les techniques de base de l'expression orale.
- Surmonter le trac et prendre confiance :
 - ◊ Les techniques de gestion des émotions.
 - ◊ La peur des autres.
 - ◊ Les états internes.
- Le travail sur la voix :
 - ◊ Les techniques de pose de la voix et la respiration dans l'expression orale.
 - ◊ La maîtrise du débit et du rythme de la parole.
 - ◊ Les 12 outils de l'oral.
- La communication non-verbale : tout un langage !
- Le contenu de la communication :
 - ◊ Savoir présenter ses idées.
 - ◊ Savoir organiser ses idées de façon méthodique.
 - ◊ Savoir argumenter et convaincre.
- Savoir s'adapter à l'interlocuteur et à l'auditoire :
 - ◊ Le choix du vocabulaire et des arguments.
- Savoir préparer ses interventions en utilisant la bonne méthodologie.
- Mise au point de son plan d'action de progrès en redéfinissant son style de communicateur en accord avec sa personnalité.
- Exercices d'entraînement sur le style expressif de chacun avec utilisation de la caméra vidéo.



Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux de la communication interne dans l'entreprise.
- Repérer les différents besoins de communication interne.
- Elaborer des plans d'action de communication interne compte-tenu des contraintes et les traduire en objectifs mesurables.
- Identifier les meilleures pratiques pour en faire des points forts.
- Apprendre à impliquer, à tous les niveaux, les différents acteurs relais de la communication.

« La communication n'est pas un discours ou une bande vidéo. Ce n'est pas un journal d'usine. La vraie communication, c'est une attitude, un environnement... C'est un processus constant, interactif, destiné à créer le consensus. » - Welch, John Francis Jr.



Pour qui ?

- Toutes personnes en charge de la communication interne.

Contenu

- Etat présent de la communication interne : état des lieux du perfectible ?
- Pourquoi développer une communication interne ?
- Le cadre théorique de la communication interne :
 - ◇ Les techniques de communication interne : orales, directes, médiatiques, synergies formation / communication interne.
- Les stratégies de communication interne :
 - ◇ Quand faut-il communiquer ?
- Outils d'analyse et compréhension des enjeux de la communication interne :
 - ◇ Comprendre l'entreprise comme système.
 - ◇ Culture et valeurs de l'entreprise : moteur ou frein du changement ?
- Auditer son système de communication interne.
- Diagnostiquer les besoins et définir les axes de communication :
 - ◇ Plan de mobilisation à l'évolution des systèmes de représentation des salariés.
- Etat désiré concernant la communication interne - Détermination des objectifs réalisables et évaluable dans le temps.
- Définir les moyens de mesurer les objectifs de la communication.
- Définir le rôle et les compétences du responsable de la communication interne.
- Identifier les enjeux et les différents acteurs de la communication interne :
 - ◇ Points forts, alliances et freins des différents acteurs.
- Définir les missions de la communication interne :
 - ◇ Articulation des objectifs, des cibles, des messages et des moyens de la communication.
- Apprendre à légitimer la fonction par une dimension « conseil ».
- Comment concevoir et faire vivre le plan de communication interne ?
 - ◇ Définir sa stratégie d'action en fonction de l'état désiré.
- Apprendre à « vendre » son plan de communication en renforçant ses compétences de communicant afin d'impliquer tous les acteurs :
 - ◇ Donner du sens pour favoriser l'appropriation.
 - ◇ Donner de l'âme pour favoriser la cohésion.
 - ◇ Inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun.
- Elaborer le cahier des charges des actions et suivre leur réalisation d'une manière concrète.
- Maîtriser les techniques adaptées de communication pour faire de son plan de communication un outil de progrès et de négociation.
- Evaluer pour améliorer les pratiques et les outils existants.
- Stratégies de mise en place d'un réseau de correspondants de communication à tous les niveaux.
- Mesurer les résultats du plan de communication interne :
 - ◇ Indicateurs de pilotage et suivi pour mener l'évaluation.
 - ◇ Concevoir l'évaluation comme une action de communication interne.
- Intégrer les nouvelles technologies du moment en communication électronique et vidéo.

REUSSIR SON EVENEMENTIEL

Objectifs de la formation

- Identifier les enjeux de la communication événementielle dans la stratégie de l'entreprise.
- Vendre son événement en interne.
- Préparer, gérer et évaluer l'événement.



Pour qui ?

- Responsables et chargés de communication.
- Collaborateurs des services marketing.
- Assistant(e)s de communication.

Contenu

- Déterminer l'objectif de la manifestation :
 - ◇ Valider l'opportunité de monter un événement.
 - ◇ Les différents types de manifestations : choisir l'événement.
 - ◇ Identifier les enjeux et les retours attendus : définir les cibles et les objectifs.
 - ◇ Évaluer le budget.
- Préparer sa manifestation :
 - ◇ Identifier et gérer les contraintes matérielles.
 - ◇ Établir un rétro planning.
 - ◇ Repérer un lieu adéquat : les conditions de succès.
 - ◇ Identifier ses fournisseurs.
 - ◇ Créer un thème et une image pour l'événement.
 - ◇ Définir une liste d'intervenants.
 - ◇ Coordonner la consistance du contenu.
- Réussir sa communication autour de l'événement :
 - ◇ Identifier la cible.
 - ◇ Préparer et envoyer les invitations.
 - ◇ Établir un suivi des réponses et relancer.
 - ◇ Choisir les bons supports : les documents à remettre aux participants.
 - ◇ Sélectionner les produits à présenter.
 - ◇ Vérifier avant le jour J : signalétique, agencement, accueil...
- Vivre le jour J : être acteur de l'événement :
 - ◇ Recevoir les intervenants.
 - ◇ Accueillir les invités ou visiteurs.
 - ◇ Se rendre disponible pour prendre en compte les demandes particulières.
 - ◇ Assurer les relations publiques.
 - ◇ Assumer son rôle de coordinateur auprès des représentants de l'entreprise.
- Évaluer les "retombées" de l'événement :
 - ◇ Mesurer les retombées "image", commerciales.
 - ◇ Consolider sa base de données en vue d'une suite.
 - ◇ Préparer une suite.
 - ◇ Valoriser l'événement en interne.

La valeur ajoutée de cette formation :

- ⇒ Avant la formation : diagnostic personnalisé entre le consultant et chaque participant. Une approche méthodologique et des conseils pratiques sont proposés pour chacun des thèmes évoqués.
- ⇒ Les participants sont invités à apporter une proposition issue de leur entreprise afin de profiter des conseils de l'animateur et du groupe.

« Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité ; un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté » - Churchill

Tarifs et Durée : page 4 et 5
Dates : calendrier page 6 et 7

Objectifs de la formation

- Apprendre à mieux se connaître pour gérer avec succès les difficultés relationnelles.
- Atteindre son objectif en sachant l'élaborer et bien le formuler pour le rendre opérationnel.
- Apprendre comment diagnostiquer et traiter un problème qui empêche d'atteindre son objectif.
- Apprendre à s'exprimer avec authenticité par le langage.
- Apprendre le rôle des sens dans la situation de communication.
- Etablir un bon rapport de confiance avec votre interlocuteur.



« La communication est une science difficile. Ce n'est pas une science exacte. Ça s'apprend et ça se cultive. » - Lagardère, J.L.

Pour qui ?

- Toutes personnes souhaitant améliorer sa capacité à communiquer en interne ou en externe.

Contenu

- Les fondements de la P.N.L. et ses cinq domaines clés.
- Les préceptes de base :
 - ◇ Perception du monde.
 - ◇ Capacités et Ressources.
 - ◇ Relation et Communication.
 - ◇ Evolution et changement : d'inconsciemment incompetent à inconsciemment compétent.
- La carte n'est pas le territoire :
 - ◇ Les trois mécanismes pour établir notre carte du monde.
 - ◇ Faire attention aux distorsions cognitives.
- Cohérence et crédibilité : le verbal, le non verbal et le para verbal.
- Un monde sensoriel : le V.A.K.O.G.
 - ◇ Les trois principaux systèmes de représentation sensorielle : le V.A.K.
 - ◇ Les messages du regard pour observer le comportement non verbal.
 - ◇ L'importance du non verbal pour comprendre ou faire passer un message.
 - ◇ Le calibrage.
- Créer du lien, établir le rapport avec l'autre :
 - ◇ La distance conversationnelle.
 - ◇ La synchronisation : mimétisme comportemental et registre sensoriel dominant.
- La P.N.L. à la découverte des objectifs :
 - ◇ Omissions, généralisations, distorsions : le méta-modèle pour clarifier les ambiguïtés du langage.
 - ◇ La mise en œuvre du méta-modèle pour le langage : les questions à poser.
- L'authenticité dans la communication :
 - ◇ Détecter les incongruences.
 - ◇ Les équivalences complexes.
 - ◇ L'état de ressource.
 - ◇ L'ancrage.
- La pyramide des niveaux logiques de Bateson :
 - ◇ Croyances et Valeurs.
 - ◇ Le travail sur les croyances.
 - ◇ Identifier et utiliser les présupposés.
- Les techniques de visualisation créatives :
 - ◇ Les sous-modalités sensorielles.
- Les méta programmes :
 - ◇ Méta programmes de perception.
 - ◇ Méta programmes d'organisation et d'évaluation de l'information.
 - ◇ Méta programme de choix : motivation et décision.
- L'intervention en vue d'un changement :
 - ◇ L'état présent et l'état désiré.
 - ◇ Le recadrage en six points.
 - ◇ Association et dissociation.
- Mises en pratique des différentes techniques abordées, jour après jour, pendant la formation et débriefing.

ANIMER ET CONDUIRE EFFICACEMENT UNE REUNION

Objectifs de la formation

- Préparer efficacement une réunion productive tant sur le fond que sur la forme.
- Mieux communiquer face à un groupe.
- Maîtriser le fonctionnement des petits et des grands groupes.
- Anticiper les conflits et gérer les comportements difficiles et négatifs.
- Gérer sans difficulté les objections et les incidents.
- Stimuler l'écoute des participants.
- Faire preuve d'empathie.
- Gérer et réguler les temps de parole.
- Créer une synergie dans le groupe.
- Stimuler les idées et la créativité de ses participants.
- Faire prendre une décision collective.

« Une audience rassemblée dans un but spécifique ou pour célébrer un événement particulier, présente, par construction, un lien commun. Un bon orateur ne se contente pas de le savoir, il en tire parti. » - Bakshian, Aram Jr

Pour qui ?

- Toutes personnes qui doivent animer des réunions, qu'il s'agisse de réunions de service, de réunions d'information, de réunions de groupes de projet, ...

Contenu

- S'assurer de l'utilité de la réunion :
 - ◇ Les critères d'évaluation.
 - ◇ Les différents cas d'une réunion indispensable.
 - ◇ Les atouts de la réunion.
- Les différents types de réunion et leurs particularités.
- Techniques pour maîtriser les différents types de réunion.
- Importance d'un cadre matériel adapté dans la conduite de la réunion.
- Comment préparer la trame de la réunion ?
- Comment se préparer à animer un groupe ?
 - ◇ Maîtriser son langage corporel et son mental.
 - ◇ Apprendre à captiver l'auditoire.
 - ◇ Apprendre à guider les discussions.
 - ◇ Apprendre à être convaincant.
 - ◇ Savoir synthétiser et conclure.
- Quelles techniques d'animation favorisent le mieux la participation ?
 - ◇ Comment appréhender la technique d'animation la mieux adaptée ?
 - ◇ Les différentes techniques d'animation.
- Quelles sont les clés psychologiques qui permettent de comprendre tant le fonctionnement des petits groupes que des grands groupes ?
- Le rôle de l'animateur dans les impératifs de la réussite :
 - ◇ Bien choisir les participants.
 - ◇ Comprendre les spécificités de la dynamique collective.
 - ◇ Déceler les profils des différents acteurs.
 - ◇ L'art de savoir écouter et de savoir répondre.
- Les grandes qualités d'un animateur pour des réunions efficaces.
- Les techniques de prise de parole et la gestion des différentes personnalités.
- Comment rester maître du jeu face aux imprévus ?
- L'après-réunion.



FORMATION DE FORMATEUR

Objectifs de la formation

- Maîtriser les règles de base de la communication et de la pédagogie des adultes afin d'animer, en tant que formateur, des sessions de formation "transfert de compétences".
- Optimiser la dynamique du groupe et la motivation des participants pour accroître l'efficacité de la formation.
- Préparer son intervention et construire le déroulé pédagogique.
- Utiliser les différentes techniques de communication orales et gestuelles.
- Choisir des méthodes pédagogiques adaptées à la gestion des groupes.
- Analyser la demande de formation.
- Rédiger le cahier des charges pour préparer son intervention.
- Animer en utilisant différents outils pédagogiques.



Pour qui ?

- Toutes personnes amenées à prendre la parole en public.
- Formateurs permanents ou occasionnels souhaitant acquérir l'aisance indispensable à une animation réussie.

Contenu

- Les règles de la communication appliquées à la formation : se faire comprendre pour former.
 - ◇ Comprendre les mécanismes de la communication et ses freins.
- Les notions de base de la pédagogie des adultes :
 - ◇ La psychologie de l'adulte en formation (résistance au changement, phases d'apprentissage, motivation à la formation, rythme d'apprentissage, courbes d'attention...).
 - ◇ L'importance du contexte socio-affectif dans l'acquisition des connaissances.
- Le rôle du groupe dans la formation :
 - ◇ Personnalités et spécificités des groupes (interactions, rôle du groupe dans la formation de chacun de ses membres,...).
 - ◇ Créer une dynamique de groupe (ANIMER) et réguler les dysfonctionnements.
- Les différentes méthodes et techniques pédagogiques (didactiques, actives, non directives, par objectif,...).
- Conception et préparation d'une intervention :
 - ◇ Mener un entretien avec le décideur (critères et structures).
 - ◇ Définir les objectifs pédagogiques généraux et opérationnels en prenant en compte les objectifs transversaux et les enjeux.
- Déroulement d'une action de formation :
 - ◇ Entraînement à la gestion des difficultés rencontrées lors d'une animation.
 - ◇ Les étapes de l'appropriation : motivation, écoute, compréhension, mémorisation, appropriation, restitution.
- Modes d'intervention, styles d'animation et choix pédagogiques :
 - ◇ L'intervention informative, non directive, démonstrative, recherche-action, consultation-action et formation-action.
- Les modes d'évaluation :
 - ◇ Evaluer les acquisitions, le fonctionnement du groupe, l'activité d'un groupe en formation.
- Mesure de l'effet Formation :
 - ◇ Evaluer les acquis et engager les participants sur un plan de progrès.
 - ◇ L'évaluation formative.
- Auto-évaluation du formateur :
 - ◇ Construire une grille d'auto-évaluation et définir d'un plan de progrès-action.

« La connaissance s'acquiert par l'expérience. Tout le reste n'est que de l'information. »

Einstein, A.

Tarifs et Durée : page 4 et 5
Dates : calendrier page 6 et 7

Objectifs de la formation

- Eviter la colère et la frustration qui peuvent conduire à la violence.
- Conduire à une bonne compréhension de l'autre.
- Acquérir une communication de qualité en exprimant ce que nous disons sans susciter l'hostilité.
- Briser les schémas de pensée qui conduisent à la colère ou à la déprime.
- Rendre authentique notre relation aux autres.
- Manifester une compréhension respectueuse à tout message reçu.



Pour qui ?

- Toute personne intéressée par un outil de communication principalement verbal servant à la résolution de conflits entre deux personnes ou au sein de groupes.
- Toute personne désirant améliorer sa relation à soi-même et aux autres, de manière autonome et responsable.

Contenu

- Introduction à la communication non violente.
- Le langage « chacal » et le langage « girafe ».
- Les quatre composantes de la communication non violente.
- Les deux phases de la communication non violente.
- Communication aliénante :
 - ◇ Jugements moralisateurs, comparaisons, refus de personnalité,...
- Observer sans évaluer :
 - ◇ Risque de l'amalgame « observation et évaluation ».
 - ◇ Distinction entre observation et évaluation.
- Identifier et exprimer les sentiments :
 - ◇ Coût élevé des sentiments inexprimés.
 - ◇ L'interprétation mentale.
 - ◇ Distinction entre sentiments et interprétations mentales.
 - ◇ Développer un vocabulaire des sentiments.
- Assumer la responsabilité de ses sentiments :
 - ◇ Quatre possibilités face à un message négatif.
 - ◇ Identifier ses besoins.
 - ◇ Exprimer ses besoins ou les taire ?
- Le langage d'action positif.
- Formuler d'une demande consciemment.
- L'importance du retour face à l'émission d'un message.
- Adresser une demande à un groupe.
- Demandes et exigences.
- Définir l'objectif derrière notre demande.
- Les pouvoirs de l'empathie.
- La colère :
 - ◇ Différence entre cause et facteur déclenchant.
 - ◇ La fonction vitale de la colère.
 - ◇ Exprimer sa colère en quatre temps.
- Exprimer sa reconnaissance.



Objectifs de la formation

- Identifier son propre style de management et définir ses axes d'amélioration par rapport à son savoir, son savoir-faire et son savoir-être.
- Comparer son style de management avec celui des autres.
- Intégrer les concepts des différents styles de management.
- Travailler sur soi-même afin de prendre conscience du nouveau rôle occupé.
- Améliorer sa relation avec le temps en apprenant à déléguer.
- Mieux comprendre les enjeux du nouveau poste.
- Découvrir, à travers les jeux de rôles, ses points forts et ses points d'amélioration.
- Donner des outils pratiques indispensables et applicables aux situations journalières dans le cadre du management.
- Gérer les situations délicates liées à la prise de fonction.
- Construire sa feuille de route pour les premiers mois de prise de fonction.



Pour qui ?

- Toute personne accédant à la nouvelle fonction de manager.
- Cadres et agents de maîtrise ayant des responsabilités d'encadrement nouvelles ou à venir.



Contenu

- Les règles fondamentales du management.
- Les compétences essentielles du manager.
- Les différents styles de management.
- Sécuriser sa prise de fonction de responsable hiérarchique en sachant analyser son environnement avant d'agir.
- Connaître son style de management et l'adapter à l'équipe. Quel type de manager suis-je ? Quel type de manager veux-je devenir ?
- Apprendre à savoir déléguer et quand déléguer : les six étapes de la délégation.
- Assurer la cohésion de l'équipe : de la logique individuelle à la performance collective.
- Apprendre à s'affirmer au quotidien en maîtrisant le changement de niveau de responsabilité.
- Gérer les situations délicates en sachant construire de nouvelles relations avec son entourage.
- Construire le tableau de bord de son équipe et choisir les indicateurs adaptés.

En option (valeur ajoutée) : Analyse du test personnalisé « Le Puzzle »

« **Le Puzzle** » : Analyse comportementale rapide, informatisée, instantanée et sur mesure d'une personne. Va donner le « **Comment** » d'une personne. Permet de mieux se connaître, de mieux se comprendre et de mieux comprendre les autres. Analyse basée sur le modèle du DISC de William Moulton Marston.

Chaque participant sera invité à compléter le test en ligne quelques jours avant la formation.

Tarif : 72 € H.T. par participant (valeur indicative susceptible d'être modifiée).



Objectifs de la formation

- Permettre au manager d'assurer un rôle de leader de proximité en conduisant l'équipe vers l'accomplissement de ses buts, dans un climat relationnel de qualité et de confiance.
- Se sentir en confiance dans son rôle de leader.
- Agir en leader de proximité.
- Faire grandir l'équipe en développant la coopération et l'adhésion des collaborateurs.
- Découvrir son leadership naturel et de prendre conscience des points personnels d'amélioration.
- Travailler sur soi-même, en partant du niveau des comportements pour arriver au niveau de l'identité en tant que leader.
- Donner des techniques permettant de construire une vision et de la communiquer.
- Donner une méthodologie pour construire une vision et la faire appliquer concrètement jusqu'à la mise en place du projet.



Pour qui ?

- Managers disposant de plusieurs années d'expérience.



Contenu

- Distinguer le leadership du management.
- La notion de leadership : développer son impact personnel en appréhendant les qualités principales d'un leader.
- Clarifier les fonctions de chacun et responsabiliser.
- Créer un climat de confiance : créer les conditions favorables à l'écoute et à l'expression de chacun.
- Communiquer son savoir et le faire partager.
- Agir sur les comportements, les capacités, les croyances et valeurs et l'identité.
- Gérer les résistances et optimiser les potentiels.
- Construire une vision claire et mobilisatrice.
- S'affirmer en tant que leader : exprimer une critique constructive, savoir dire non.
- Evaluer pour faire évoluer.
- Transformer la vision en projet opérationnel.

- Construire son plan d'action pour piloter son projet avec succès.
- Mise en situation : construire une vision, la communiquer et définir un projet opérationnel.

En option (valeur ajoutée): Analyse du test personnalisé « La carotte »

« La carotte » : Analyse des facteurs de motivation d'une personne. Va souligner les forces motrices et va donner le « Pourquoi » de la personne analysée. Analyse basée sur les travaux d'Eduard Spranger.

Chaque participant sera invité à compléter le test en ligne quelques jours avant la formation.

Tarif : 42 € H.T. par participant (valeur indicative susceptible d'être modifiée).



Objectifs de la formation

- Permettre au manager de déployer une démarche de motivation en lien avec la stratégie de l'entreprise et les besoins des collaborateurs.
- Maîtriser les outils de motivation et d'implication.
- Développer son intelligence émotionnelle pour favoriser la motivation de son équipe.
- Prendre conscience de la différence entre le management classique et le management avec une « coach attitude ».
- Donner aux participants les outils de base de coaching et les faire travailler sur ceux-ci.
- Donner aux participants des techniques de gestion des émotions et des outils permettant de comprendre et de s'appuyer sur les leviers de motivation de leurs collaborateurs.
- Donner aux participants la possibilité de s'exprimer sur l'expérience vécue, de recevoir des feedback.
- Donner aux participants la possibilité d'expérimenter les techniques de coaching acquises en endossant la casquette du coach ainsi que celle de la personne coachée qui devra être amenée à donner un feedback constructif dans le cadre du débriefing.



Pour qui ?

- Directeurs et / ou Managers disposant d'une solide expérience.



Contenu

- Développer la position d'entraîneur auprès de son équipe.
 - Les grands principes du coaching : confiance, respect, écoute.
 - Evoluer de son rôle de manager à celui de manager-coach (spécificités du rôle de manager-coach, les limites ou quand le manager-coach doit redevenir manager ?, les conditions de réussite).
 - Maîtriser les outils fondamentaux dans la démarche de coaching : art du questionnement, écoute active, reformulation, feedback.
 - Développer le potentiel de ses collaborateurs :
 - ◇ Faire un diagnostic des besoins, des motivations / démotivations et du niveau d'autonomie de chacun.
 - ◇ Identifier les causes d'insuffisance de performance (résultats, relations,...).
 - ◇ Connaître et identifier les freins de ses collaborateurs (généralisation, omission, interprétation, préjugés,...).
 - ◇ Définir avec ses collaborateurs des objectifs opérationnels adaptés.
 - Personnaliser l'accompagnement de ses collaborateurs :
 - ◇ Faire bon usage des émotions et sentiments pour motiver et impliquer.
 - ◇ Distinguer les motivations collectives et individuelles.
 - Gérer les situations difficiles avec un collaborateur.
 - Expérimentation des techniques de coaching : tout participant jouera le rôle du coach et du coaché, en partant sur la base de problématiques réelles.
- 1 journée consacrée au feed-back de groupe, au coaching individualisé pour favoriser les prises de conscience et l'intégration des nouvelles compétences (retour sur l'expérience vécue).

En option (valeur ajoutée) : Test personnalisé « Le Thermomètre » ou « Le Boomerang »

« Le Thermomètre » : Analyse anonyme du climat de travail et/ou de la communication au sein d'une équipe. Système de notation et d'évaluations anonymes de plusieurs domaines. Nombreuses données démographiques renseignées qui permettent un tri des données fin et pertinent afin de mettre le doigt sur les points à améliorer.

Tarif : 100 € H.T. par participant (valeur indicative susceptible d'être modifiée).

« Le Boomerang » : Analyse « 360° » d'évaluation des compétences en management. Les participants « s'auto-évaluent » et d'autres personnes prédéfinies (managers, collègues) l'évaluent elles aussi. Croisement des résultats et développement en conséquence de la personne centrale analysée.

Tarif : 50 € H.T. par participant (valeur indicative susceptible d'être modifiée).

Chaque participant sera invité à compléter le test en ligne quelques jours avant la formation.

Durée : 3 jours + 1 jour, quelques mois plus tard, dédié au feed-back de groupe et coaching individualisé pour favoriser les prises de conscience et l'intégration des nouvelles compétences (retour sur l'expérience vécue).

L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION

Objectifs de la formation

- Apprendre à transformer le moment de l'entretien en un moment d'échange constructif et dynamisant pour chaque individu et à concorder des engagements communs.
- Comprendre les rapports de pouvoir.
- Apprendre l'ensemble des règles à appliquer lors de l'entretien.
- Solutions concrètes pour faciliter le déroulement de l'entretien d'évaluation:
 - ◇ Préparation de l'entretien.
 - ◇ Définition des objectifs.
 - ◇ Gestion des conflits.
- Les erreurs à éviter tant pour l'évaluateur que pour la personne évaluée.
- Apprendre à l'évaluateur ou à la personne évaluée comment s'y comporter et comment mener l'entretien d'évaluation.



Pour qui ?

- Managers et responsable de l'entretien d'évaluation.
- Personnes soumises à l'entretien d'évaluation.

Contenu

- Qu'est-ce que l'entretien d'évaluation ?
 - ◇ Les caractéristiques bien spécifiques de l'entretien d'évaluation.
- Les conditions préalables qui facilitent l'entretien :
 - ◇ Définir et clarifier les normes.
 - ◇ Déterminer les objectifs.
 - ◇ Fixer les critères d'évaluation.
 - ◇ Importance de la préparation de l'entretien (responsable et collaborateur).
- Les différents outils de la communication adaptés à l'entretien d'évaluation.
- L'importance du verbal, du non-verbal et du para-verbal lors de l'entretien d'évaluation.
- Techniques d'entretien et feed-back.
- Comment se comporter face aux critiques ?
- Les étapes de l'entretien d'évaluation.
- Les erreurs à ne pas commettre lors de l'entretien d'évaluation.
- L'importance du « fil rouge » lors de l'entretien d'évaluation.
- La gestion des conflits durant l'entretien individuel :
 - ◇ Déterminer les causes du conflit.
 - ◇ Comment observer l'inobservable ?
 - ◇ Les différents types de conflits et leurs phases.
 - ◇ Les quatre grandes stratégies pour participer activement à la résolution des conflits.
- Définition des objectifs communs et comment les atteindre ?
- Les différents systèmes d'appréciation.
- Mises en situation et débriefing.

« Poser les bonnes questions demande autant de talent que de donner les bonnes réponses. »

Andy Robert

L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

Objectifs de la formation

- Apprendre à faire face à toutes les situations.
- Donner des outils pratiques concernant les techniques de l'entretien de recrutement.
- Apprendre à adapter son comportement à celui du recruteur.
- Identifier les critères secrets de l'évaluation.
- Faire de l'entretien un allié pour convaincre.
- Etre à terme un vrai conseil auprès des personnes accompagnées dans le domaine du recrutement.



Pour qui ?

- Managers et toutes personnes responsables de l'entretien de recrutement.
- Toutes personnes soumises à l'entretien de recrutement.

Contenu

- Qu'est-ce qu'un entretien de recrutement ?
- Objectifs et attentes différents selon sa position d'interviewer ou de candidat.
- Comment se préparer efficacement à l'entretien ?
 - ◇ Préparation générale et spécifique.
- Comment se comporter face aux différents profils d'interviewers ?
- Comment se comporter face aux différents types d'entretiens ?
- Les outils et les méthodes les plus utilisés dans l'entretien de recrutement.
- L'importance d'une bonne connaissance de soi et de son parcours professionnel.
- Les critères d'évaluation de l'entretien de recrutement :
 - ◇ Les critères susceptibles d'être évalués au cours de l'entretien.
- Communiquer avec efficacité :
 - ◇ Postulats de base.
 - ◇ La carte n'est pas le territoire.
 - ◇ Les trois mécanismes pour établir sa carte du monde.
- ◇ Une parenthèse : la distorsion.
- ◇ Cohérence et crédibilité.
- ◇ La distance conversationnelle.
- ◇ Le mimétisme comportemental.
- Comprendre et utiliser la dynamique et les mécanismes de l'interviewer dans la formation de son jugement :
 - ◇ Les premières impressions sont déterminantes.
 - ◇ La communication consciente et inconsciente.
 - ◇ La communication n'est pas que verbale.
 - ◇ Le danger des distorsions cognitives.
 - ◇ Quand un seul critère peut influencer le jugement.
 - ◇ La décision finale intervient dans le premier tiers de l'entretien.
- Faire émerger les valeurs et découvrir les motivations profondes du candidat.
- Les étapes de l'entretien de recrutement.
- Quelques règles de base pour optimiser l'entretien.
- Stratégies de recrutement face aux mutations de l'emploi.

Tarifs et Durée : page 4 et 5

Dates : calendrier page 6 et 7

LE MANAGER COACH

Objectifs de la formation

- Développer et motiver son équipe et faire en sorte que le travail soit réalisé en facilitant la mise en œuvre des solutions consensuelles retenues.
- Apprendre à voir, à lire les signes, à écouter en profondeur ses collaborateurs au-delà des apparences.
- Développer son intuition et apprendre à bien communiquer, c'est-à-dire apprendre à échanger en étant ouvert à l'écoute et en restant intègre avec soi-même.
- Adopter une posture de manager coach dans ses actes de management.



Pour qui ?

- Managers qui maîtrisent les fondamentaux du management et qui souhaitent évoluer vers un rôle de manager coach pour développer le potentiel et les compétences de leurs collaborateurs.

Contenu

- Qu'est-ce que le coaching ?
- Qu'est-ce qu'un manager coach ?
- Le coaching d'équipe ou accompagner le développement de la performance collective.
- Le cadre de référence d'intervention en coaching d'équipe.
- Equipe et méta-modèles de communication.
- Les différents outils structurels de coaching d'équipe.
- Le coaching d'équipe et les cultures d'entreprise.
- Évoluer dans son rôle de manager : de responsable hiérarchique à manager coach :
 - ◇ Comprendre et utiliser son intelligence émotionnelle.
- Appréhender les différentes techniques du manager coach pour en faire de bonnes pratiques.
- Développer le potentiel, les compétences et l'autonomie de vos collaborateurs.
- Accompagner chaque collaborateur sur le parcours de l'autonomie :
 - ◇ La valeur ajoutée de la réunion déléguée.
- Développer les compétences-clés du coach : le modèle d'entretien de coaching :
 - ◇ Construire une relation de qualité.
 - ◇ Apprendre à valoriser.
 - ◇ Clarifier le présent.
- Les outils du coach au service du manager :
 - ◇ Communication verbale, non-verbale et para-verbale.
 - ◇ Synchronisation et désynchronisation.
 - ◇ L'écoute active.
 - ◇ La reformulation.
 - ◇ L'art du questionnement pertinent.
 - ◇ Echanger des informations claires et précises.
 - ◇ Apprendre à déterminer, formuler et fixer un objectif.
 - ◇ Le modèle SCORE : outil de clarification d'objectif.
 - ◇ Explorer les options pour orienter le collaborateur dans un espace "solution".
- Management des individus, management du métier et des processus.
 - ◇ La gestion des conflits en instaurant une relation gagnant / gagnant.
 - ◇ Trouver un cadre commun pour gérer les situations difficiles.
 - ◇ Répondre aux objections et aux critiques avec la « coach-attitude ».
- Management et coaching avec les bases de la P.N.L. :
 - ◇ Principes fondateurs.
 - ◇ Gestion des états internes.
 - ◇ La communication opérationnelle.
- Entraînement à la conduite des entretiens de coaching (art du questionnement) et débriefing.

Objectifs de la formation

- Permettre aux managers de « franchir le pas » en prenant conscience des différences entre le management et le leadership
- Appréhender le leadership comme une notion incontournable pour toute personne ayant vocation, aujourd'hui, à diriger des équipes et/ou confrontée à un public.
- Etre capable de créer un milieu propice à l'excellence entre les différents acteurs de son système.
- Exercer une influence sur les autres en vue d'atteindre des objectifs.
- Développer son efficacité personnelle et l'adhésion en communiquant efficacement sa vision.
- Apprendre à développer son impact personnel dans la conduite au changement en identifiant ses traits de caractère, ses valeurs personnelles et en revendiquant ses valeurs morales.
- Décliner sa vision avec charisme en actions opérationnelles validées de tous.
- Tenir compte du jeu des différents acteurs du système : alliances et freins.



Pour qui ?

- Managers confirmés souhaitant construire et développer leur leadership.

Contenu

- Distinguer le leadership du management : manager ou leader ?
 - ◇ L'évolution des rôles managériaux : de manager à leader.
 - ◇ En quoi le leadership est-il une réponse à l'environnement actuel des entreprises et des équipes ?
- L'analyse du leadership et les différents styles de leadership.
- Un modèle simple et intégré du leadership :
 - ◇ Les trois étages : traits personnels, compétences et fonctions.
 - ◇ Les trois aspects clés du leadership.
 - ◇ Les neuf principes du leadership.
 - ◇ Les dix activités liées au leadership.
 - ◇ Les cinq grands thèmes du leadership et les compétences inhérentes.
- Leadership versus autorité et pouvoir.
- Types et étapes du conflit : les identifier, les comprendre et en sortir dans une relation Gagnant / Gagnant.
- Appréhender les différentes étapes du changement dans le développement de ses qualités de leader :
 - ◇ Identifier ses talents de leader.
 - ◇ Mettre en cohérence son système de valeurs avec les modes de fonctionnement de l'entreprise et de l'équipe.
- Les principes de base pour établir la confiance dans l'entreprise.
- Développer son impact et son efficacité personnelle pour obtenir la confiance des autres :
 - ◇ Prendre conscience de sa personnalité et de ses comportements.
 - ◇ Développer la confiance en soi.
 - ◇ Gérer son stress.
 - ◇ Développer son esprit d'analyse.
 - ◇ Méthodologie pour apprendre à mieux connaître les autres.
- Etablir la confiance dans le travail en équipe :
 - ◇ Impact personnel et charisme.
 - ◇ L'importance et le rôle du groupe.
 - ◇ Le rôle des différents acteurs composant le groupe.
 - ◇ Les quatre fondamentaux du travail en équipe.
- Mobiliser son équipe en exerçant une influence sur les autres autour d'une vision commune :
 - ◇ Construire une vision de l'avenir claire et mobilisatrice : les ingrédients d'une vision partagée et méthodologie pour la construire.
 - ◇ Communiquer sa vision et la faire partager : les clés pour obtenir l'adhésion.
 - ◇ S'appuyer sur les ressources existantes en évaluant les opportunités du contexte.
 - ◇ Transformer sa vision en projets opérationnels réussis en adoptant une attitude de stratégie.
- Construire son plan de progrès :
 - ◇ Se donner les bonnes priorités.
 - ◇ Définir son plan d'actions.

LA GESTION DU STRESS

Objectifs de la formation

- Apprendre à repérer ses ressources et trouver des moyens d'accès rapides et faciles pour gérer le stress.
- Apprendre, sans stress, à retrouver le sourire dans sa vie.
- Anticiper la montée du stress.
- Gérer les situations difficiles et le stress s'y rapportant.
- Prévenir l'épuisement professionnel.
- Gérer ses émotions.



Pour qui ?

- Toutes personnes soumises au stress et ne parvenant pas à le gérer.



Contenu

- Que représente pour vous le stress ?
- Pourquoi ne pas s'en faire un allié ?
- Qu'est-ce que le stress et à quoi sert-il ?
- Les deux formes de stress :
 - ◇ Le stress positif ou aidant.
 - ◇ Le stress négatif ou gênant.
 - ◇ Le cas particulier du stress post-traumatique.
- Le rapport stress / performances.
- Les deux effets stressseurs.
- Les trois phases d'adaptation.
- La spirale vicieuse du stress.
- Frustration et dévalorisation : le bon carburant du stress.
- Comment agir sur le stress ?
 - ◇ La température du stress.
 - ◇ Se mettre à l'écoute de son stress.
 - ◇ Répondre à ses besoins pour diminuer le stress.
 - ◇ Accéder à ses ressources pour trouver un état interne aidant.
- Comprendre et gérer la nature des émotions :
 - ◇ Analyser et évaluer son stress et ses attitudes.
 - ◇ Emotions et comportements : notion d'index de la conscience.
 - ◇ Approche cognitive.
 - ◇ Réactions psychologiques et comportements.
- Modifier ses habitudes de penser :
 - ◇ Association et dissociation.
 - ◇ Le recadrage.
 - ◇ Les positions de perception pour prendre de la distance.
- Travail sur les croyances et les valeurs pour renforcer la confiance en soi.
- Savoir négocier pour éviter les conflits.
- Savoir gérer son temps :
 - ◇ Une métaphore sur le thème du temps.
 - ◇ Vous et le temps.
 - ◇ Les 7 fondamentaux de la gestion du temps.
 - ◇ Les cinq domaines de vie.
- Une journée réussie... sans stress.
- Des outils pratiques, sous forme d'exercices, de gestion du stress :
 - ◇ Le calme par la visualisation.
 - ◇ La technique de surimpression.
 - ◇ La technique de la respiration énergétique.
 - ◇ L'ancrage ...
- Quand la communication entrave la bienveillance.
- Savoir canaliser ses émotions et toutes formes d'agressivité et de violence.
- Les six aptitudes à développer pour faire face au stress d'une manière équilibrée.
- Mettre au point sa méthode personnelle « antistress » pour construire son équilibre intérieur.

L'AFFIRMATION DE SOI

Objectifs de la formation

- Prendre conscience de votre propre personnalité et de vos comportements dominants.
- Mettre à jour vos pensées automatiques bloquantes pour l'affirmation de soi et les modifier.
- Oser s'exprimer et maîtriser les situations difficiles.
- Exprimer fermement vos points de vue, tout en défendant vos droits et en respectant ceux des autres.
- Exprimer votre assertivité.
- Dire « non » sans se sentir coupable.
- Adapter votre comportement pour faire face à la situation.
- Transformer vos émotions négatives en émotions positives.



Pour qui ?

- Toute personne souhaitant développer ses potentialités et s'affirmer sur les plans professionnels et personnels.

Contenu

- Exercice de présentation : oser se révéler en faisant part de ses demandes spécifiques.
- Identifier son style relationnel.
- Description des 4 stratégies d'adaptation :
 - ◇ Passivité.
 - ◇ Agressivité.
 - ◇ Manipulation.
 - ◇ Assertivité ou affirmation de soi.
- Les apports et les limites des 4 stratégies d'adaptation.
- Savoir se positionner par rapport aux autres en renforçant son assertivité :
 - ◇ Exprimer ses besoins.
 - ◇ Prendre position.
 - ◇ Inciter l'interlocuteur à modifier des comportements dérangeants.
- Apprendre à mieux se connaître :
 - ◇ La carte n'est pas le territoire.
 - ◇ Les trois mécanismes pour établir notre carte du monde.
 - ◇ Les distorsions cognitives.
 - ◇ Croyances et valeurs.
 - ◇ Croyances limitantes et croyances aidantes.
- La connaissance de soi :
 - ◇ Appréhender la notion d'index de la conscience : comportement externe, processus interne et état interne.
- Gestion des comportements difficiles :
 - ◇ Savoir se protéger contre l'agressivité et la manipulation.
 - ◇ Poser des limites claires face à une demande excessive : savoir dire « non » sans se culpabiliser.
 - ◇ Oser demander.
- Confiance en soi :
 - ◇ S'appuyer sur points forts, ses qualités et ses réussites.
 - ◇ Transférer dans la pratique les techniques d'affirmation de soi.
 - ◇ Apprendre à dépasser les résistances au changement.
- Savoir formuler une critique constructive avec assertivité.
- Apprendre à faire face aux critiques :
 - ◇ Accueillir la critique comme une information et non comme une remise en cause.
 - ◇ Répondre sereinement aux critiques en développant son sens de la répartie.
 - ◇ Se servir des critiques pour apprendre.
- Technique du « lâcher prise ».
- Identifier ses axes d'amélioration :
 - ◇ Comment utiliser positivement la perception de soi par les autres.
- Se fixer des objectifs de progrès réalistes : la méthode des petits pas.

GESTION DES CONFLITS

Objectifs de la formation

- Comprendre la nature de ses émotions pour faire face à la violence verbale et physique.
- Apprendre à anticiper les conflits et gérer les différentes personnalités difficiles.
- Trouver des solutions pour résoudre les conflits et rétablir un climat agréable.

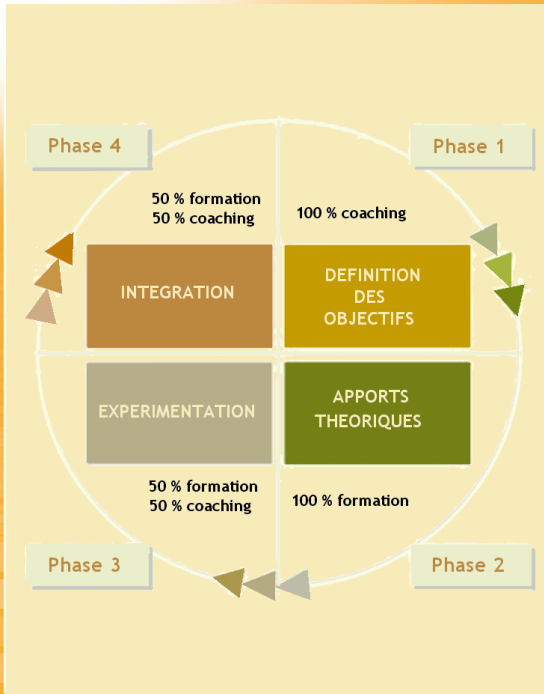


Pour qui ?

- Multi catégoriel.

Contenu

- Votre attitude face aux conflits :
 - ◇ Répondre d'un ton brusque.
 - ◇ Se mettre sur la défensive au lieu de traiter le problème à résoudre.
 - ◇ Ignorer le sens des propos tenus tant vous êtes contrarié par la manière dont ils sont énoncés.
 - ◇ Se sentir troublé et effrayé.
 - ◇ Devenir muet de rage.
 - ◇ Etre incapable de penser à autre chose qu'à ce à quoi vous ressentiez sur le moment.
 - ◇ Se dire après le conflit : « J'aurais dû répondre... »
- Les sources de conflits et techniques d'anticipation
 - Sources externes :**
 - ◇ Clarification insuffisante de certaines questions.
 - ◇ Planification et ressources insuffisantes.
 - ◇ Répartition peu claire des fonctions et responsabilités.
 - ◇ Manque d'homogénéité de l'équipe.
 - Sources internes :**
 - ◇ Désaccords sur le plan professionnel.
 - ◇ Conflits portant sur les fonctions de chacun dans l'équipe.
 - ◇ Lutte de pouvoir : conflits d'intérêts personnels.
 - ◇ Systèmes de valeurs différents.
 - ◇ Conflits culturels.
 - ◇ Différences de caractère.
- Astuces pour travailler avec les personnalités difficiles :
 - ◇ Les coléreux.
 - ◇ Les hermétiques au changement.
 - ◇ Les impulsifs.
 - ◇ Les lunatiques.
 - ◇ Les frimeurs.
 - ◇ Les méfiants.
- Différents types de conflits :
 - ◇ 2 personnes de mon équipe sont en conflit.
 - ◇ Mon équipe est en conflit avec une autre.
 - ◇ Mon équipe a un bouc émissaire.
 - ◇ Mon équipe est en conflit avec la hiérarchie.
- Le rôle du manager dans la gestion des conflits :
 - ◇ Gérer.
 - ◇ Communiquer.
 - ◇ Capacité de médiation.
- La communication :
 - ◇ Reformuler.
 - ◇ Énoncer clairement des exemples précis du problème en question.
 - ◇ Être sensible aux sentiments des autres.
 - ◇ Veiller au pouvoir de ses gestes : communication non verbale.



Phase 1 :

Définition des objectifs individuels et des indicateurs de progrès.

Phase 2 :

Apports théoriques : Transmission par le coach formateur des fondamentaux de la formation.

Phase 3 :

Expérimentation : Mise en œuvre immédiate du savoir nouvellement acquis à travers des exercices pratiques, des études de cas, des mises en situation et autres jeux de rôles.

Phase 4 :

Intégration : Feedback de groupe et séances de débriefing individuelles pour favoriser les prises de conscience et l'ancrage des nouvelles compétences. Définition d'un plan d'action pour assurer la mise en œuvre et l'utilisation immédiate, dans le contexte professionnel, du savoir et des compétences nouvellement acquises.



Eveiller
Révéler
Perfectionner
Isoler
Transmettre
Développer
Accompagner
Initier

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Nos méthodes pédagogiques sont basées sur des approches pragmatiques permettant de mettre en place des actions de formation collant aux impératifs opérationnels des participants.

Nos outils de formation et d'accompagnement sont construits sur :

- Les techniques de programmation neuro-linguistique - P.N.L.
- Le coaching
- L'école de communication de Palo Alto (Californie - USA)
- L'analyse transactionnelle
- Les techniques « Alpha Leadership » de R. Dilts, A. Dearing et J. Russell
- Les techniques de N.V.C. de M. Rosenberg

Nous travaillons en priorité sur les attitudes, les réflexes et les comportements. Ce que nous apprenons aux individus et aux équipes peut être mis en œuvre dans des contextes très différents.

Les compétences acquises chez **Memorability** sont durables et universelles. Outre le développement professionnel, elles contribuent à un véritable équilibre de vie, à un état d'esprit positif en toutes circonstances.

Enfin, **la documentation** remise aux participants est enrichie d'outils directement exploitables dans leur environnement professionnel, facilitant le passage de l'acquisition des compétences à leurs mises en application immédiate.



RESPONSABLE PEDAGOGIQUE



Giorgia SANFIORI



Giorgia a exercé pendant 18 ans des responsabilités en entreprise dans le domaine du marketing international et de la communication.

Elle intervient en entreprise comme coach, consultante et formatrice spécialisée dans le coaching de dirigeants, la cohésion d'équipe, le team building et l'accompagnement des nouveaux talents.

Giorgia possède un doctorat en art moderne et un master de marketing & communication de l'Université de Padova (Italie).

Elle est certifiée Maître Praticien en Programmation Neuro-Linguistique par l'I.F.P.N.L. Certifiée coach professionnel par l'Institut de Coaching International de Genève, elle a aussi été formée à l'Analyse Transactionnelle. Giorgia est consultante en Investigation Appréciative (IAVision®).

Elle enseigne la « Prise de Parole en Public » à l'Université Internationale de Monaco - I.U.M.

Elle a été auparavant responsable de la communication, de l'événementiel et du sponsoring au sein de la société Nortel Networks, pour l'Europe, le Moyen Orient et l'Afrique. Giorgia est Présidente de l'I.C.F.F. (International Coach Federation France) pour la région Côte d'Azur.

MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Règlement par chèque à l'ordre de **Memorability**

Joindre deux chèques : le premier chèque égal à 30% du montant total et encaissable 20 jours avant le début de la formation, le second égal au solde est encaissé le premier jour de la formation.

La signature du bulletin d'inscription vaut l'acceptation sans réserve de nos conditions générales.

CONDITIONS GÉNÉRALES

Conformément à la loi sur la formation professionnelle :

- Les participants s'engagent à suivre chaque journée de formation.
- Les participants à nos stages sont enregistrés au fur et à mesure de la réception de leur bulletin d'inscription accompagné du règlement correspondant.
- Dans les sept jours, une confirmation de l'inscription est envoyée et chaque participant reçoit sa convocation 7 jours avant le début de la formation.
- Pour les inscriptions individuelles, en cas d'annulation par écrit dans les dix jours qui suivent l'inscription, les sommes versées sont remboursées.
- Passé ce délai de 10 jours, en cas de désistement par écrit 30 jours avant le début de la session, 30% du coût du stage reste acquis à Memorability. A défaut, la totalité du coût du stage reste acquis à Memorability.

- Pour des raisons pédagogiques, si le nombre des participants à un stage est insuffisant, Memorability se réserve le droit d'ajourner le stage trois semaines avant la date prévue. Dans ce cas, les sommes versées sont remboursées immédiatement.
- En cas de dépassement de l'effectif maximum (10 participants), une liste d'attente est établie. Avec l'accord de l'intéressé, son inscription est reportée sur une formation ultérieure.
- Pour les inscriptions professionnelles - entreprises - une convention de formation est jointe, sur demande, à la confirmation.
- La signature du bulletin d'inscription vaut contrat de formation professionnelle pour les participants à titre individuel.
- Les prix indiqués comprennent la formation dispensée ainsi que la documentation remise aux participants, les pauses café et les repas de midi pendant les jours de formation.
- Les frais de transport et les frais d'hébergement pour chaque participant ne sont pas compris.





BULLETIN D'INSCRIPTION

Nom :
Prénom :
Adresse :
Code postal : Ville :
Tél. personnel :
Tél. portable :
Email :
Activité professionnelle :
Société :
Adresse :
Code postal : Ville :
Téléphone : Fax :

Personne procédant à l'inscription :
Adresse de facturation :
TVA n° :
Intitulé de la formation :
Dates de la formation :
Lieu :
Coût total :
Ci-joint un chèque de (premier versement égal à 30% du montant total) :
.....€ (à l'ordre de MEMORABILITY)
2ème chèque de (solde égal aux 70% restants du montant total) :
.....€ (à l'ordre de MEMORABILITY)

Fait à : le :
Lu et approuvé,

Signature :

