



CATALOGUE SPÉCIFIQUE INTER-ENTREPRISES 2019 MANAGEMENT & COMMUNICATION

Nous proposons de vous former grâce à une approche s'appuyant sur des outils originaux et des méthodes innovantes. Basés sur les apports des neurosciences, appliqués aux processus d'apprentissage, nos formations permettent d'optimiser les performances mémorielles de nos stagiaires.

Lors de nos sessions nous mettons en avant des moyens tels que le **brainmap**, les **jeux cadres (jeux de Thiagi)**, les techniques d'**hypnophotographie**, les **expériences métaphoriques** ou encore les **schémas neuro-cognitifs**.

Pionniers en la matière et fort d'une expérience de plus de 20 ans, nous avons constaté que les taux de pénétration, d'intégration, de rétention comme de restitution-réutilisation sont triplés par l'utilisation de techniques utilisant les 5 sens.

Ainsi, nous permettons à chacun, selon son mode de représentation, de créer les chaînes de sens qui lui sont pertinentes.

Nous vous invitons à explorer ce catalogue sans plus tarder dans lequel vous trouverez nos « prêts à former » qui se déclinent également sur mesure.



LEADER DE NIVEAU 5 : COACHING PERSONNALISE

TARIF PAR STAGIAIRE : 3 200,00€HT

Dates et lieux : 4 Jours (28 heures)

A Paris, du 8 au 11 Janvier

A Paris, du 7 au 10 Octobre

OBJECTIFS :

- Modéliser les leaders de niveau 5
- Changer de positionnement managérial et directorial
- Intégrer les stratégies d'excellence des dirigeants les plus performants

CONTENU :

J1 : le cadre du leadership de niveau 5

- Mesure de son niveau de leadership
- Les styles de gouvernance
- Critères de reconnaissance des entreprises dirigées par des leaders de niveau 5
- Les caractéristiques des leaders de niveaux 5 / synthèse des travaux de Jim Collins
- Identification des objectifs et besoins
- Analyse des situations, contexte et mode de gouvernance des entreprises représentées
- L'attitude d'humilité

J 2 : Engager la transformation

- Processus de transformation pour évoluer vers le leadership de niveau 5
- la vision à long terme et la claire voyance sur l'état de son entreprise
- la vérité sur l'état de l'entreprise et savoir la communiquer
- La défense de l'entreprise et du bien commun avant tout

J3 : passer à l'action et la décision à prendre

- installation d'une dynamique d'objectif
- les ressources ajustées à la réalité de l'entreprise et de ses capacités
- Visée de la rentabilité et de la performance

J4 : changement de paradigme de management

- Manager par la question et l'implication
- Développement de l'autonomie et responsabilité individuelle
- Co-coaching et coaching individuel entreprise par entreprise

PUBLICS :

Dirigeant, chef d'entreprise et top manager en activité ou en devenir

PREREQUIS :

Être dirigeant, chef d'entreprise ou top manager en activité

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre de l'apport méthodologique et du coaching collectif et individualisé et du co-développement
Utilisation de supports vidéo et d'analyse d'articles en mode co-développement
Travail à partir de jeux pédagogiques fait sur mesure pour le groupe
Adaptation des supports et contenus pédagogiques en fonction des données, contextes et natures des entreprises des participants

EVALUATIONS :

Synthèse et évaluation sous la forme d'un plan de transformation personnelle

FORMATEURS :

Clément BOYE et Rémy GERVAIS

SPECIFICITES :

Groupe 8 participants maximum

CREER ET ANIMER LA CULTURE DE L'ENTREPRISE

TARIF PAR STAGIAIRE : 2 500,00€HT

Dates et lieux : 5 Jours (35 heures)

A Paris, du 4 au 8 Février

OBJECTIFS :

- Savoir décrire les composantes de la culture de son entreprise
- Être capable d'évaluer l'état de fluidité de la culture de son entreprise
- Savoir conduire une évolution ou un changement de culture
- Acquérir des outils et méthodes pour animer la culture d'entreprise
- Savoir anticiper les crises d'identité culturelle d'une entreprise et/ ou savoir les gérer

CONTENU :

J1 : la culture d'entreprise comme fondation

Les composantes de la culture d'entreprise

Le mythe fondateur d'une entreprise et identité de l'entreprise

Impact de la personnalité de son créateur

Les modèles existants de culture d'entreprise, de structuration et de fonctionnement

La conception biodynamique de la culture d'entreprise et de son fonctionnement

Culture et contexte lien organique

J2 : Alignement et désalignement

Anamnèse de la culture de votre entreprise

Les niveaux de logique de l'entreprise

Alignement : culture/structure/stratégie

Place des valeurs, critères et croyances, fondatrices de l'entreprise

Poids des habitudes, pratiques et héritages du passé

Impact des choix de gouvernance et modèle managérial

Le poids de l'intention

J 3 : Diagnostic et plan d'action

Diagnostic du besoin de changer de culture ou non/ adéquation avec l'environnement

Les indicateurs de bons fonctionnement et élaboration d'un tableau de bord

Les signaux forts et signaux faibles de disfonctionnement et pesanteur

Pour quoi changer de culture / recalage sur les évolutions temporaires

Les étapes d'un changement de culture et mise en place d'un plan d'évolution de la culture

Les points de vigilance pour conduire le changement et risques à prévenir

Entraîner et faire adhérer plutôt d'imposer, affaire de sécurité et de durabilité

J 4 : l'animation de la culture d'entreprise

Les modèles d'animation (partage ou co-construction de la vision, auto-organisation, co-développement etc...)

Les compétences de l'animateur / savoir faire adhérer

Les outils de l'animateur : jeux, co-projet, cercle de création, etc...

On commence par la cohésion et la fédération autour des valeurs et vision

Exercices pratiques d'animation / Utilisation des jeux et de l'interaction
Rappels des fondamentaux de la relation, base de l'animation réussie

J 5 : Prévention des risques de dégradation de la culture de l'entreprise
Les crises d'identité culturelle d'une entreprise
origine de ses crises pour les prévenir
les degrés de maturité / la spirale dynamique comme outils de diagnostic et recadrage
La médiation collective
La révision des fondations de l'entreprise de sa finalité au contexte et environnement
La prévention par l'entretien de la vitalité culturelle

PUBLICS :

Dirigeant d'entreprise, manager

PREREQUIS :

Manager et chef d'entreprise garant de la bonne vitalité de la culture de leur entreprise

METHODE PEDAGOGIQUE :

Nous appuyons sur les connaissances en inter culturalité, dynamique de groupe et fonctionnement neurocognitif des personnes et des groupes nous travaillons avec des jeux pédagogique, et les stagiaires appliques les concepts et outils à leurs entreprises en directe

EVALUATIONS :

Evaluation à chaud avec une grille en étoile
Chaque stagiaire établi un plan d'évolution des changements de cultures qu'ils ont identifié

FORMATEURS :

Clément BOYE et Éléonore DECROYE

SPECIFICITES :

Groupe de 10 personnes

QUEL MANAGER SUIS-JE ? (CYCLE LONG)

TARIF PAR STAGIAIRE : 3 700,00€HT

Dates et lieux : 8 Jours (56 heures)

A Paris, 11-12 Février, 11-12 Mars, 8-9 Avril, 16-17 Mai

OBJECTIFS :

- Connaître ses forces et ses faiblesses
- Prendre conscience de son style de management
- Identifier ses différents modes de fonctionnement relationnel, mental, créatif, émotionnel
- Établir un chemin et programme d'évolution vers l'excellence

CONTENU :

Jour 1 et 2

- Identification de ses forces et faiblesses
- Tour d'horizons des modèles d'organisations et de management
- Son style de manager et le « management situationnel »
- Management évolutif et adaptatif
- Analyse de contexte

Jour 3 et 4

- Découverte de son profil psychologique avec le MBTI
- Utilisation en management
- Connaissances de ses stratégies de motivation avec le « Labprofil »
- Connaissance des motivations de ses équipiers
- Son mode de prise de décision avec les attitudes de porter

Jour 5 et 6

- Connaissance de son quotient émotionnel
- Conséquence sur le management
- Son profil de créatif (« forsigth ») et ses préférences de fonctionnement créatif (« creativeprofiler »)
- Repérage des profils de ses collaborateurs et ajustement des fonctions

Jour 7 et 8

- Son profil de communicant avec la « processcom »
- Adaptation de sa façon de communiquer selon son interlocuteur
- Composantes du modèle du monde de l'autre
- Revenir aux fondamentaux, langage sensoriel,
- management par la question et la contractualisation,
- plan d'évolution personnalisée

PUBLICS :

Dirigeant, chef d'entreprise et top manager

PREREQUIS :

Être en activité en tant que dirigeant ou en passe de le devenir (avoir un projet)

METHODE PEDAGOGIQUE :

Cette formation est basée sur le fait de faire passer aux participants plusieurs tests pour avoir une compréhension de leurs complexités à 360 degrés et relativiser leurs connaissances de leurs collaborateurs. Le prix du test est inclus dans le montant du stage par stagiaires

Les questionnaires sont envoyés 20 jours avant le démarrage de la formation

EVALUATIONS :

Questionnaire bilan sur ce que les stagiaires connaissent d'eux et ce qu'ils ont découvert

Élaboration d'un plan d'évolution personnelle

FORMATEURS :

Clément BOYE et Nathalie GRAFFAND-BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 12 personnes maximum

DEVENIR MANAGER

TARIF PAR STAGIAIRE : 4 200,00€HT

Dates et lieux : 10 Jours (70 heures)

A Paris, 25-26 Mars, 2-3 Mai, 8-9 Juillet, 2-3 Septembre, 28-29 Octobre

OBJECTIFS :

- Découvrir le paradigme du management
- Adapter son style de management à son environnement
- Animer et motiver son équipe au quotidien
- Communiquer efficacement avec son équipe et sa hiérarchie
- S'organiser et organiser
- Conduire des réunions et des entretiens (annuel, recadrage)
- Conduire un recrutement jusqu'à la prise de fonction

CONTENU :

J1 et J2 : Être Manager, c'est quoi ?

- Recueil des attentes et des besoins des participants
- Identification des croyances, à priori et habitudes managériale (questionnaire)
- La triangulation des relations, le contrat
- Définir un objectif commun pour le groupe et des objectifs individuels
- Les rôles du manager
 - ✓ Recueillir les différentes perceptions du rôle du manager
 - ✓ Exploration de la fonction managériale
 - ✓ Les avantages et contraintes du manager
 - ✓ La pyramide du management et le modèle des 3P
 - ✓ les différents niveaux de management
 - ✓ Méthode ACDA (Adapter, Chercher, Décider, Agir)
 - ✓ Avoir une vision globale de sa fonction de management
 - ✓ L'environnement du manager
- Avoir une perception claire de l'organisation et la dynamique de l'organisation
 - ✓ Positions dans l'organigramme et relations hiérarchiques
 - ✓ Connaître et intégrer les objectifs de l'établissement
 - ✓ Alignement désalignement
 - ✓ La force du contexte

J3 et J4 : La Communication efficace

- Présupposés de la communication efficace
- Principe et nécessité du cadre gagnant-gagnant
- La relation contractuelle, gagnant-gagnant en contexte professionnel
- Gérer la relation : le rapport, la synchronisation, écoute, reformulation
- Importance d'une communication basée sur le feed-back
- Le recadrage constructif (Dire avec empathie mais dire)
- S'ajuster verbalement et non verbalement (La boussole du langage)
- Produire des messages clairs, précis, vérifiés
- Comprendre des situations complexes : approche systémique et schématisation

J5 et J6 : Se gérer et accompagner ses collaborateurs

- le système de représentation,
- les schémas psychologiques et structures de fonctionnement personnelles
- les jeux relationnels / les états du moi en AT
- interactions et jeux pervers
- l'autonomie et approche différenciée des collaborateurs
- Se connaître et bien se gérer soi-même
- La structure de son fonctionnement subjectif
- Les prédispositions à la réussite
- Gérer son temps
- Gérer son stress et ses émotions

J7 et J8 - Le Manager, son équipe

- la dynamique de groupe et les jeux de territoire
- les types de management
- Direction, leadership et la délégation

- Organiser le travail de l'équipe :
 - ✓ La gestion par les objectifs et par projet
 - ✓ Définir et planifier les grandes orientations de son action
 - ✓ définir des priorités et suivre les évolutions
 - ✓ Organiser et canaliser le travail de son équipe
 - ✓ trier et décider des priorités
 - ✓ la place des procédures légères
 - ✓ Motiver ses collaborateurs et donner des signes de reconnaissance
 - ✓ Identifier les capacités et lacunes des collaborateurs et apporter des ressources
 - ✓ Développement des compétences
 - ✓ Faire confiance / le trio sécurité, compétence, droit à l'erreur
 - ✓ La concertation

J9 et J10 : Acquisition de méthodes, outils et moyens

- Organiser des briefings d'information
- Cadrer un entretien face à face
- Les principes de l'entretien annuel
- Les règles de base de la conduite de réunion
- les bases de la gestion des conflits
- La prise de note efficace
- Les bases de communication visuelle pour faire passer un message
- Évaluation du stage
 - ✓ Auto-évaluation sur les apprentissages et leurs projections dans les actions quotidiennes
 - ✓ Bilan de ses points forts
 - ✓ Définition d'un programme personnel d'évolution

PUBLICS :

Futur manager, manager opérationnel, chef d'équipe

PREREQUIS :

Être en poste depuis moins de 3 ans où n'avoir jamais fait de formation de management ou en passe de le devenir

METHODE PEDAGOGIQUE :

Le recueil des attentes et des besoins permettra d'ajuster les contenus et la progression de la formation, en fonction du niveau de connaissance de l'ensemble des participants et des objectifs définis par les prescripteurs.

La formation est conçue de manière interactive et participative, afin de fonder l'acquisition et l'intégration de nouvelles connaissances et compétences sur les savoirs et l'expérience des participants. - nous utilisons de nombreux jeux coopératif et des exercices de mise en situation en groupe de 2 et plus

EVALUATIONS :

Évaluation pré et post formation mesurant l'écart de connaissance sur le management. Identification par les stagiaires de cinq changements de conception et perception qu'il avait en début de formation

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 10 personnes maximum

GESTION DU TEMPS ET MANAGEMENT

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 400,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 24 au 26 Juin

A Paris, du 6 au 8 Novembre

OBJECTIFS :

- Intégrer les secrets pour optimiser la ressource temps
- Avoir la méthodologie pour comprendre sa gestion du temps et faire un autodiagnostic
- Définir les objectifs d'amélioration de la gestion du temps, la sienne et celle du service
- Savoir identifier la valeur ajoutée d'un métier et ou d'une collaboration
- Être capable de recadrer les fonctions, limites et possibilités
- Développer l'efficacité et l'efficience (priorités /urgence – importance,...),

CONTENU :

J1

Objectifs de gestion de son temps

- Ses marges de progrès en matière de gestion de son temps
- Recueil des besoins et attentes (questionnaire)
- préparation des indicateurs d'évaluation

Les cadres de référence du management

- Rôles et place du manager dans un système
- La vision globale

Le temps spécifique du manager

- La place de la responsabilité
- Connaître l'utilisation effective de son temps (méthode et analyse)

Les secrets du temps maîtrisé,

- les différents temps
- L'important l'urgent/ loi de Pareto et grille d'Eisenhower
- L'anticipation
- les lois de gestion du temps

J2

Spécificités de son métier et valeur ajoutée et limites

- Les responsabilités ; organisation et gestion des missions, fonctions et tâches.
- Analyse du rapport entre l'organisation de son travail et l'utilisation du temps
- La loi de Pareto appliquées à son propre cas,
- recherche de l'essentiel,
- Notions de contrat et de limites.

Concentration sur ses missions essentielles

- savoir dire non
- trier l'indispensable du futile
- déléguer

J3

Se connaître pour mieux agir / les différents aspects de son rapport au temps

- Le manque de temps : perception ou réalité, auto diagnostic.
- Efficacité et efficience,
- Les 4 temps, les 4 vies et la gestion des équilibres,
- Faire le point sur sa gestion du temps aujourd'hui, auto diagnostic,
- Identifier sa vision à court et moyen terme de l'utilisation de son temps,

- Bilan des satisfactions et insatisfactions.

Les possibilités d'agir sur l'organisation et la gestion de son temps

- Se fixer des objectifs,
- Déterminer les priorités de ses tâches,
- Le planning glissant et la gestion des imprévus,
- Identifier et gérer ses ressources,
- Trucs et astuces pour gérer les interruptions

Mettre en place un programme d'évolution

- Le contrat de progrès personnalisé

PUBLICS :

Manager et responsable d'équipe ou de projet

PREREQUIS :

Être en charge d'un projet et ou être manager en activité ou en devenir avec une équipe

METHODE PEDAGOGIQUE :

Notre approche pédagogique comprendra les séquences suivantes :

- Auto diagnostic, mise à plat des pratiques et analyse,
- Détermination d'objectifs planifiables et auto contractualisation,
- Apport de repères, éléments de réflexion,
- Intégration de ces données dans la réalité quotidienne des participants,
- Temps de discussion et d'échanges,
- Mesure des progrès par les participants,
- Définition d'un plan de progression.

EVALUATIONS :

Suivi des progrès journée par journée.

Mesure des progrès par deux Questionnaires avant-après

Feed-back à chaud

FORMATEURS :

Clément Boyé

SPECIFICITES :

8 à 10 personnes maximum

LES FONDAMENTAUX DE LA PNL (PROGRAMMATION NEURO LINGUISTIQUE)

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 200,00€HT

Dates et lieux : 4 Jours (28 heures)

A Paris, 21-22 Janvier et 14-15 Février

A Paris, 23-24 Mai et 24-25 Juin

A Paris, 23-24 Septembre et 4-5 Novembre

OBJECTIFS :

Comprendre la structure d'une expérience et le modèle du changement
Savoir créer les conditions pour obtenir une communication efficace et sécurisante
Pouvoir écouter, entendre, comprendre le fonctionnement des autres et se faire comprendre,
Apprendre à se mettre en état de ressource
Savoir définir un objectif atteignable
Comprendre le modèle et intégrer l'approche de la PNL

CONTENU :

Première journée : Les fondements d'une communication interpersonnelle efficace et efficace

- la structure d'une expérience (index de computation)
- Perception et place des cinq sens
- Aperçu des systèmes de représentation (apprendre à se connaître et repérer les différences de l'autre)
- Notion de modèle du monde
- la communication sensorielle
- L'index de computation selon la PNL et schéma de la communication
- les principes fondateurs de la PNL (les postulats)

Seconde journée : Acquérir les techniques de base de la communication efficace

- Création d'un rapport de confiance et de sécurité mutuelle
- Maîtrise de la synchronisation,
- développement du sens de l'observation (calibration des émotions, les mouvements oculaires)
- Place du contexte
- Reformulation et écoute active
- Déformation et interprétation du langage /La boussole du langage

Troisième journée : se mettre dans un état ressource

- Distinction entre les émotions aidantes et les émotions non appropriées
- Choix de ses émotions et l'état interne approprié à une situation selon le contexte
- Techniques d'auto ancrage
- Création des états « ressource » / le cercle d'excellence

Quatrième journée : Se fixer des objectifs

- Les critères d'un objectif bien formulés précis et réaliste
- Langage, raisonnement et logique du cerveau inconscient
- Détermination d'un objectif en huit questions
- Notion d'écologie
- Autoévaluation / utilisation du swot

PUBLICS :

Manager, collaborateurs et non professionnels

PREREQUIS :

Avoir besoin d'améliorer sa communication avec les autres et avec soi

METHODE PEDAGOGIQUE :

Enseignement pratique, expérientiel, complété par des apports théoriques et une approche systémique de l'être humain. Le séminaire propose des démonstrations et des exercices individuels et en sous-groupes avec des jeux de rôles et feedbacks en fonction des apprentissages

EVALUATIONS :

Grille en étoile pour une autoévaluation

FORMATEURS :

Clément BOYE (Enseignant certifié en PNL)

LE TECHNICIEN EN PNL (PROGRAMMATION NEURO LINGUISTIQUE)

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 500,00€HT

Dates et lieux : 6 Jours (42 heures)

A Paris, du 22 au 27 Juillet (intensif)

A Paris, 6 au 8 Novembre et 4 au 6 Décembre

OBJECTIFS :

Les présupposés de la communication efficiente et caractéristiques des très bons communicants
Développer sa communication sensorielle
Acquérir des outils pour entendre avec précision la structure du langage et se faire comprendre, (méta modèle ou modèle de précision du langage)
Maîtriser la stratégie d'objectif
Apprendre à recadrer avec élégance les jugements, généralisation abusives et les déformations du langage
Apprendre à découvrir et définir des stratégies de succès et générer de nouveaux comportements
Apprendre à se mettre à la place de l'autre et changer de point de vue (relation partenaire)

CONTENU :

1. Rappel Origine, fondement et présupposés de l'approche neuro linguistique de la communication
2. Rappel des fondamentaux de la communication de la communication efficace en PNL
 - Rappel des fondamentaux (le rapport, la sécurité mutuelle, la synchronisation, reformulation, calibration, les orientations)
 - Utilisation des cinq sens / action sur les systèmes de représentations
 - Les sous modalités de l'expérience sensorielle
3. Comprendre les mécanismes du cerveau
 - Notion de conscient et d'inconscient
 - Les modèles de compréhension du cerveau
 - Rôle et logique du cerveau biologique
 - Apport des neurosciences
4. Maîtrise du langage
 - Échanger des informations claires et précises / savoir-faire préciser
 - Les catégories du langage et le « méta modèle » (modèle de précision du langage)
 - Savoir poser les bonnes questions et répondre sur mesure critères
5. Traiter les objections, oppositions, reproches avec le langage
 - •Le principe du recadrage de sens et de contexte
 - Le feedback sandwich
 - Le recadrage en une phrase
6. Gestion des émotions
 - Gérer ses émotions et choisir l'état interne le plus approprié à un moment donné (ancrage et auto ancrage)
 - Créer à volonté des états « ressource »
 - Savoir désactiver des émotions gênantes, (désactivation)
 - Savoir se dissocier des souvenirs désagréables (dissociation simple)
7. Apprendre à se fixer des objectifs
 - Les critères d'un objectif Bonne formulation précis et réalistes
 - Raisonnement logique du cerveau inconscient
 - Méthodologie des questions spécifiques qui correspondent à ce raisonnement logique
8. Les étapes du changement et résolution de problèmes
 - Les niveaux logiques de l'expérience de DILTS

- Les principes du changement

9. Modifier des comportements gênants ou mettre en place de nouveaux comportements

- Désactivation
- Générateur de comportements nouveaux
- Changement de comportement en 5 étapes
- Programmation de la réussite

10. Place et rôle des croyances

- Les croyances (définition et caractéristiques, lexique, postulats)
- Les croyances fondamentales
- Schéma de la formation des croyances et des comportements rigides

11. Prendre en compte le modèle du monde de l'autre et développer sa flexibilité

- Les positions de perception
- Améliorer sa relation à l'autre avec les et positions de perception

PUBLICS :

Collaborateurs, manager et non professionnel

PREREQUIS :

Avoir suivi le stage " Les fondamentaux de la PNL"

METHODE PEDAGOGIQUE :

Enseignement pratique, expérientiel, complété par des apports théoriques et une approche systémique de l'être humain. Le séminaire propose des démonstrations et des exercices individuels et en sous-groupes avec des jeux de rôles et feedbacks en fonction des apprentissages

EVALUATIONS :

Questionnaire d'autoévaluation et test de capacités en situation d'accompagnement en fin de formation

FORMATEURS :

Clément BOYE (Enseignant certifié en PNL)

SPECIFICITES :

Groupe de 12 personnes minimum

PNL, COMMUNICATION EFFICACE ET DIRIGEANTS

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 400,00€HT

Dates et lieux : 4 Jour (28 heures)

A Paris, du 5 au 8 Mars

OBJECTIFS :

Passer du paradigme Expression à celui de la Communication
Développer ses capacités de synchronisation, observation, écoute et reformulation
Apprendre à repérer ses stratégies personnelles de communication
Savoir décrypter et utiliser les modèles de communication de son interlocuteur
Être capable d'entendre et décoder les structures du langage
Gérer ses états émotionnels et comportements dans une interaction

CONTENU :

Jour 1

- Différence entre s'exprimer et communiquer pour un dirigeant
- Le schéma de la communication
- La place de l'objectif dans la communication
- La sécurité comme base de l'efficacité
- importance du contexte et spécificité de la relation dirigeant / collaborateurs
- Établissement et maintien d'un rapport sécurisant,
- L'art d'observer et de tenir compte du feedback, la calibration
- Écoute et reformulation
- Le comportement comme un langage

Jour 2

- La perception et la communication
- Canaux sensoriels et systèmes de représentation
- Les mouvements oculaires pour comprendre les processus de pensée
- Utilisation du langage sensoriel
- Chacun sa stratégie de communication
- Les structures mentales influençant la communication/ les niveaux de logique
- Capacité à influencer et place spécifique des valeurs, critères et croyances
- Les métas programmes et notion de modèle du monde

Jour3

- Les niveaux conscients inconscients de la communication et le langage
- La structure emboîtée des langues et les niveaux de logiques de Bateson
- Le méta modèle, modèle de précision du langage
- Maîtrise du questionnement pour recadrer les déformations du langage
- Décryptage des structures du langage dans l'écrit, les échanges courant
- Lien entre langage et comportement

Jour 4

- Place des émotions dans le traitement de l'information

- Prendre du recul émotionnelle et ou se dissocier des émotions limitantes
- S'associer aux émotions ressources
- Comportement et émotions
- Installer un état ressources permanent, ancrage et auto ancrage
- Désactiver un état limitant
- Programmer un comportement aidant à partir des émotions (préparation d'entretien)
- Intégration maîtrise du langage, comportement et gestion de ses émotions

PUBLICS :

Chef d'entreprise, dirigeant, manager en fonction
Futur manager en phase préparatoire

PREREQUIS :

Avoir une expérience de management et de conduite de la relation
Être en projet de devenir manager ou de création d'entreprise

METHODE PEDAGOGIQUE :

Utilisation de jeux pédagogiques / deux personnes jusqu'à 5 personnes
Visionnage critique de sujets vidéo
Co-construction à partir des situations concrètes apportées par les participants
Apports théoriques et exercices

EVALUATIONS :

Recueil des besoins et attentes par écrit ainsi que la description de situation de communication à travailler envoyés 15 jours avant le démarrage du stage et reprise des éléments de ce recueil en fin de parcours pour évaluer l'évolution et définir un plan d'action personnalisé.

FORMATEURS :

Clément BOYE et Nathalie GRAFFAND

SPECIFICITES :

Ce parcours s'appuie sur des situations concrètes amenées par les participants communiquées 15 jours avant le démarrage du parcours

ATTITUDES RESPONSABLES

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 100,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 4 au 6 Septembre

OBJECTIFS :

- Prendre conscience que son seul pouvoir est celui que l'on exerce sur soi
- Expérimenter l'attitude d' « être responsable sans culpabilité de ce qui vous arrive »
- Apprendre à reprendre du pouvoir conscient sur ce que nous vivons au quotidien
- Expérimenter son pouvoir d'influence sur l'environnement en changeant soi-même
- Apprendre à aborder les situations de la vie professionnelle avec distanciation et détachement

CONTENU :

Le cadre du sujet

- Test de départ
- Les besoins de développer une attitude responsable au travail et dans sa vie personnelle
- Avoir le choix de positionnement acteur-responsable ou victime subissant
- Le choix d'avoir du pouvoir sur soi et du pouvoir d'influence

La spirale destructrice et inefficace de la plainte

- La peur de la peur ou aimer payer deux fois
- Seuls ceux qui se laissent atteindre sont ou seront victimes
- Le triangle dramatique de karpman
- La structure mentales des plaignants et celle des responsables et leurs conséquences
- L'antidote la position d'acteur autonome

Les composantes de l'attitude et comportements des personnes responsables

- la vérité du miroir / Se connaître sans indulgence ni complaisance
- Se prendre en main et changer ses modes de pensées et comportements associés
- L'orientation solution dans sa relation à soi et aux autres
- Avoir une position claire, lisible, exprimable et exprimée
- Être en référence interne à l'écoute de l'autre
- Orientation action et présent / futur
- Le cadre gagnant-gagnant-gagnant
- Avoir des objectifs définis précis
- La positive attitude une évidence pour obtenir une efficacité optimale
- Cultivez l'état de sécurité intérieur, la confiance et l'estime de soi
- Avoir conscience de la valeur de son expérience et de ses compétences
- La compétence

Les applications en communication

- Prendre de la distance et du détachement émotionnel
- Savoir dire et ne pas dire
- Savoir passer un contrat
- Savoir recadrer avec élégance
- Les applications dans le management d'une équipe

PUBLICS :

Manager, responsable sociopolitique, chef d'équipe, responsable de projet, animateur de groupe

PREREQUIS :

Être en charge d'une responsabilité en entreprise, dans une association ou dans la vie sociale et politique

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre de l'apport méthodologique, analyse de cas et coaching collectif et individualisé

Utilisation de supports vidéo et articles

Travail à partir de jeux pédagogiques

Adaptation des supports et contenus pédagogiques en fonction des données, contextes et natures des entreprises des participants

EVALUATIONS :

Grille d'évaluation en étoile en fin de formation

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

12 personnes maximum

COACHING ET PNL (PROGRAMMATION NEURO-LINGUISTIQUE)

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 700,00€HT

Dates et lieux : 5 Jours (35 heures)

A Paris, du 23 au 27 Septembre

OBJECTIFS :

- Acquérir toutes les techniques de base de la communication efficace
- Gérer ses émotions et s'adapter en toute situation pour atteindre ses objectifs
- Choisir et installer l'état interne approprié à une situation donnée
- Déterminer avec précision des objectifs réalistes et responsables,
- Comprendre le fonctionnement des autres et se faire comprendre
- Générer et intégrer de nouveaux comportements de réussite

CONTENU :

1. Origine, fondements et présupposés de l'approche Programmation neuro linguistique en communication et pédagogie
 - La recherche initiale et les découvertes et leurs conséquences en communication et pédagogie
 - Les fondements du processus de communication entre deux personnes et de la communication en pédagogie
2. Acquérir les techniques de base de la communication efficace dans la vie et en formation
 - Établir une relation de confiance et de sécurité mutuelle en situation de formation ou accompagnement (rapport, synchronisation, reformulation, calibration)
 - Utilisation des cinq sens en pédagogie
 - Échanger des informations claires et précises. Comprendre et se faire comprendre
 - Savoir poser les bonnes questions et répondre sur mesure (critères/équivalents, recadrage de sens)
 - Répondre aux objections d'une manière flexible et élégante (feedback sandwich)
3. Gérer les émotions, les siennes et celles de tiers
 - Savoir gérer ses émotions et choisir l'état interne approprié et ressource à une situation de coaching
 - ancrage et auto ancrage
 - Savoir utiliser la technique de rupture de pattern pour désamorcer un état émotionnel
 - Savoir se dissocier des pensées ou souvenirs désagréables ou gênante (dissociation simple)
4. Se fixer des objectifs
 - Les critères d'un objectif précis et réaliste
 - Distinction entre objectif dans la vie et objectif pédagogique
 - Fonctionnement conscient / inconscient dans le processus de motivation
 - Méthodologie des questions spécifiques correspondant à ce raisonnement logique
 - Utilisation des niveaux de cohérence pour créer un processus de formation ou d'accompagnement
5. Repérer les étapes du changement et de la résolution de problèmes
 - Les niveaux logiques de la pensée de Dilts utilisés en formation
 - Aligner motivation personnel/ projet / besoin des formés
 - Les principes et dynamique du changement
6. Modifier des comportements gênants ou mettre en place de nouveaux comportements appropriés
 - Générateur de comportements nouveaux
 - Changement de comportement en 5 étapes
7. Maîtriser le langage de précision dans la communication
 - Le méta modèle de Noam Shomsky
8. S'initier au langage indirect non spécifique de Milton Erickson (Milton modèle)

- Connaître la spécificité du langage dans le Milton modèle
- Les bases du processus hypnotique pour mieux comprendre le processus d'apprentissage
- Aperçu des techniques de communication indirecte
- La métaphore isomorphique : création et utilisation dans une situation précise

9. Comprendre les mécanismes du cerveau

- Introduction aux métaprogrammes
- Aperçu de l'utilisation pour créer sa vie, changer un comportement ou modéliser l'excellence

PUBLICS :

Tout professionnel de la formation, de l'accompagnement et du coaching (formateur, soignant, thérapeute, consultant, manager, coach, tuteur, mentor, dirigeant d'entreprise...)

PREREQUIS :

Avoir suivi une formation de coach ou avoir de l'expérience dans un métier de la formation ou de l'accompagnement

METHODE PEDAGOGIQUE :

Enseignement pratique, expérientiel, complété par des apports théoriques. Le séminaire propose des démonstrations et des exercices individuels et en sous-groupes à partir des situations amenées par les stagiaires.

EVALUATIONS :

Grille en étoile pour une autoévaluation

FORMATEURS :

Clément BOYE (Enseignant certifié en PNL)

FORMATEUR OCCASIONNEL

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 300,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 2 au 4 Octobre

OBJECTIFS :

- Comprendre le rôle et la place d'un formateur dans un groupe
- Acquérir les bases de la conception d'une formation et d'une séquence
- Intégrer les principes de bases de l'animation pédagogique

CONTENU :

Présentation des participants et recueil des besoins et attentes

Présentation du cadre de la formation

Cohésion de groupe

Les bases de la transmission (principes andragogiques)

Le positionnement du formateur

Les bases pour concevoir ou comprendre une formation :

- Formulation d'un objectif pédagogique
- Rédiger un bandeau pédagogique
- La structure d'une séquence pédagogique
- Le rythme et la gestion du temps
- L'équilibre entre les séquences d'exercices, de théorie et de réflexion seul ou en groupe

Le démarrage d'une formation :

- Le cadre de sécurité
- Savoir poser un cadre clair
- L'accord de relation
- Les différents types d'introduction

Les exercices brise-glace

Animer une formation :

- Occupation de l'espace
- Implication des participants (balayage visuel,...)
- Solliciter et gérer les feed-back pédagogiques
- Utilisation des outils (paper board, rétroprojection, vidéoprojecteur,...)

La clôture d'une formation

Bilan et évaluation de la formation

PUBLICS :

Manager et collaborateur.

PREREQUIS :

Tout professionnel ayant une mission ponctuelle de formation

METHODE PEDAGOGIQUE :

La découverte par l'expérience : alternance de jeux, simulations, apports méthodologique et exercices
Utilisation de jeux pédagogiques sous-tendant les apprentissages théoriques
Le formateur pratique le feedback systématique sur les expériences vécues

EVALUATIONS :

Préparation du démarrage d'une formation et animation devant le groupe avec débriefing par le groupe et le formateur complété par une auto évaluation points fort points faibles et détermination d'un plan de progression sur 6 mois

FORMATEURS :

Clément BOYE

LE STORYTELLING, LES FONDAMENTAUX

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 400,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 20 au 22 Mars

OBJECTIFS :

Découvrir l'approche du storytelling au-delà de, savoir raconter une histoire
Maîtrise des composantes, contenus et méthodes du storytelling en entreprise
Être capable de concevoir son storytelling d'un projet et celui de son entreprise

CONTENU :

J 1 : le cadre du storytelling

- Les principes fondamentaux du storytelling et origine du concept
- Qui utilisent ce modèle, les résultats / Analyse d'exemples connus (Michelle Obama,...)
- le storytelling, méthode de communication, de marketing, de motivation, de conception de projet

J 2 : la structure d'une bonne histoire

- La structure générale d'une histoire
- Les modèles archétypaux d'une histoire (exemple le voyage du héros...)
- les personnages de l'histoire / les « personae »
- Les démarrages et chute d'une histoire
- Les types de rebondissement
- Le choix des messages et la finalité de votre histoire

J3 : Créer son histoire

- Créer une première histoire d'un projet ou entreprise future
- Écrire sa légende personnelle
- identification de ses prochaines histoires à écrire
- utilisation de la carte mentale pour tracer les contours de l'histoire

PUBLICS :

Manager, Marqueteur, communicant

PREREQUIS :

Avoir un projet ou une entreprise à raconter et mettre en valeur au travers d'une histoire

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre apport méthodologique et du coaching collectif et individualisé
Utilisation de supports vidéo et d'analyse d'articles en mode co-développement
Travail à partir de jeux pédagogiques fait sur mesure pour le groupe
Adaptation des supports et contenus pédagogiques en fonction des données des participants

EVALUATIONS :

Grille d'évaluation en étoile en fin de formation

FORMATEURS :

Virginie LEROUX, Nathalie GRAFFAND, Stéphanie GIRE

SPECIFICITES :

Groupe de 12 personnes maximum

LE STORYTELLING DE VOTRE ENTREPRISE

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 700,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 10 au 12 Juin

OBJECTIFS :

Créer une communication vivante et innovante de votre entreprise
Clarifier et recentrer la direction de l'activité de votre organisation
Créer les outils d'une communication interne et externe
Avoir une approche pour rénover les stratégies de communication
Inventer, produire de nouveaux contenus pour les supports physiques et numériques

CONTENU :

J1 et J2 : Il était une fois une entreprise,

- Storytelling d'une entreprise connue
- La grande histoire et les petites histoires de son entreprise
- Le mythe fondateur et les bases du roman de l'entreprise
- Les composantes de la culture de son entreprise et ligne éditoriale de sa communication
 - ✓ Analyses des supports existants et des stratégies de communication passées
 - ✓ Recadrage de sa ligne éditoriale
 - ✓ Choix de ses slogans, devise et construction d'une histoire à partir de cela (le blason de l'entreprise)
 - ✓ L'enracinement dans des valeurs de références initiales et culture implicite
 - ✓ Caractérisation des acteurs clés de l'entreprise et des porteurs d'image
- Choix d'une culture particulière et identification des besoins en communication correspondant
- Analyse de storytelling réussis et de de storytelling ratés
- Établissement par les stagiaires d'un cahier des charges d'un storytelling réussi

J3 et J4 : Méthodologie en mode formation-action

- Construction d'une histoire que va raconter votre entreprise,
 - ✓ projet sens
 - ✓ promouvoir son futur
- Les phases de création - écriture du roman de l'entreprise, (la stratégie du rêve)
- Rédaction et dessin de la vision de l'entreprise idéales souhaitées, motivantes, fédérant, et épanouissante
- Clarification des objectifs et résultats concrets recherchés,
- Buts et ambitions,
- vision de la place de l'entreprise dans le monde
- Identification des bénéfiques internes et externes,
- L'origine et les initiateur de l'entreprise, leurs histoire, leurs spécificité, leurs défauts, leurs qualités
- les bénéficiaire- les clients idéaux / persona masculin –féminin
- Les acteurs clés ou les héros de l'histoire, leurs caractères, les qualités, leurs défauts, leurs apports
- Intrigue et suspens u roman et rebondissements
- Les périodes de vie passées de l'entreprise, présentes et souhaitées dans le futur et structure de l'histoire
- Choix du dit et du non-dit, du visible et l'invisible
- Organisation du « A suivre »
- Principe de rédaction, trucs et astuces

J5 et J6 : Communiquer à partir du storytelling, comment ?

- Création de l'histoire de son entreprise et sa légende personnelle associée
- Création des supports associés : plaquette, affiches, page réseaux sociaux, blog, site, etc...
- Edition et diffusion d'un roman d'entreprise
- Création d'un film avec mise en scène et jeu d'acteur
- Préparation des porteurs d'image, colporteurs et diffuseur de messages /
- Écriture du pitch
- La première fois où vous lancez la diffusion du storytelling de l'entreprise
- Anticipation des réactions et exploitations prévisionnels des retours positifs
- Prévoir la parade des bad buzz
- Faire co-construire l'histoire, impliquer toutes les forces vives de l'entreprises : salariés, fournisseurs, clients
- Décider de la meilleur stratégie de communication : le secret, au grand jour tout azimut sur les réseaux, autres
- On finit par vos histoires / présentation dans un grand show des romans créés par les participants

PUBLICS :

Dirigeants, managers, créateur d'entreprises, chargé de communication et marketing, les créatifs chargés de l'innovation, ...

PREREQUIS :

Souhaiter mettre en place une communication innovante de son entreprise

METHODE PEDAGOGIQUE :

Ce séminaire est construit sur le principe de la formation-action. Chaque participant à un rassembler les informations sur son entreprise à partir d'un guide de recherche d'info remis 1 mois avant le démarrage et retourné 15 jours au plus tard avant le démarrage afin de préparer les conseils de rédaction personnalisés à proposer.

EVALUATIONS :

Chaque participant à rédiger l'histoire de son projet, la mise en scène et la présenter. Chaque production est évaluée en termes d'effets produits et se traduit par des conseils d'amélioration. Chaque stagiaire fait le point précis de ce qu'il a appris et retenu et ce qu'il va utiliser au travers d'un questionnaire

FORMATEURS :

Clément BOYE et Nathalie GRAFFAND-BOYE

LE STORYTELLING D'UN PROJET

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 600,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 12 au 14 Novembre

OBJECTIFS :

Savoir présenter et communiquer sur un projet ou une entreprise sous la forme d'une histoire
Acquérir les outils permettant de construire cette histoire de la conception d'un projet à son financement, de l'origine de l'entreprise à son état actuel et sa projection future
Définir et transcrire les objectifs de son projet à l'aide d'une histoire fondatrice et de l'histoire des étapes clefs
Savoir accorder les valeurs du projet avec celles de l'entreprise et des acteurs du projet

CONTENU :

J1 : découverte du storytelling

- ✓ On commence par une histoire
- ✓ Des exemples d'histoires et de communication réussie avec le storytelling
- ✓ Storytelling du storytelling
- ✓ La force d'une métaphore et le fonctionnement neurocognitif de l'homme
- ✓ Les leviers de motivations des hommes et leurs utilisations pour rédiger l'histoire°
- ✓ Les exemples de structures les plus connus (le voyage du héros, etc.);
- ✓ Les ressorts de la curiosité

J2 : Méthodologie en mode formation-action pour écrire l'histoire de son projet :

- Les phases de création de son écriture, (la stratégie du rêve)
- Clarification des objectifs, buts et finalité du projet (les niveaux de cohérence)
- Identification des bénéfices liés à la réussite du projet,
- L'origine et les initiateurs du projet
- Les bénéficiaires du projet / « persona » masculin –féminin
- Le ou les héros de l'histoire,
- Intrigue et suspens de l'histoire et rebondissements
- Les étapes du projet et de l'histoire
- Le dit et le non-dit, le visible et l'invisible
- La vision du futur motivant du projet
- Organisation du "A suivre"
- Principe de rédaction, trucs et astuces

J3 : Communiquer à partir de l'histoire

- Mise en scène de l'histoire pour la raconter
- Préparation vocale et physique
- Utilisation du storytelling pour construire ou mobiliser le groupe projet
- Le storytelling pour remotiver
- La première présentation
- Faire co-construire l'histoire
- Raconter l'avancement du projet et les conquêtes déjà faites au travers d'une histoire
- Choix ou préparation du bon moment et du bon contexte pour raconter l'histoire
- On finit par une histoire

PUBLICS :

Porteur de projet, manager, chef d'équipe, dirigeant, créateur d'entreprises

PREREQUIS :

Avoir un projet ou une idée de projet à développer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Le séminaire est construit sur le principe de la formation-action. Chaque participant à un projet à mettre en histoire dont il communique l'existence 15 jours avant pour préparer les conseils de rédaction personnalisés à lui proposer.

EVALUATIONS :

Chaque participant à rédiger l'histoire de son projet, la mise en scène et la présenter. Chaque production est évaluée en termes d'effets produits et se traduit par des conseils d'amélioration.

Chaque stagiaire fait le point précis de ce qu'il a appris et retenu et ce qu'il va utiliser au travers d'un questionnaire

FORMATEURS :

Clément BOYE et Nathalie GRAFFAND-BOYE

STORYTELLING ET LEGENDE PERSONNELLE

TARIF PAR STAGIAIRE : 1 400,00€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, du 22 au 24 Avril

OBJECTIFS :

- Savoir présenter et communiquer sur soi et se mettre en valeur au travers d'une histoire
- Acquérir les outils permettant de transformer le déroulement de sa vie en une histoire légendaire
- Définir et transcrire les objectifs de vie à l'aide d'une histoire fondatrice avec des étapes clefs passées, présentes et futures
- Savoir mettre en scène dans sa légende les valeurs que l'on veut défendre

CONTENU :

La légende du formateur/ On commence par une histoire

Des exemples De légendes personnelles utilisées en branding

Le besoin d'histoire et de légende depuis l'origine des hommes

À quelle partie du cerveau s'adresse une histoire

Qu'est-ce qui motivera vos interlocuteurs dans votre histoire, l'identification

Exemples de structures de légendes personnelles les plus connus (le voyage du héros, etc..;

Les ressorts de la curiosité

Méthodologie en mode formation-action pour écrire l'histoire de son projet :

Qui suis-je, qui je rêve de devenir

Mes objectifs, buts, mes valeurs et le sens que je veux donner à ma vie (les niveaux de cohérence)

Ma boussole : dons/talents, expériences/réalisations, passions/projets, critères fond/forme

Identification des bénéfices liés à la réussite de sa vie,

Les phases de ma vie de l'origine à aujourd'hui

Histoire émotionnelle : les accidents de vie, les victoires, les fiertés, les originalités-singularités

Ma vie c'est comme l'histoire de (choix d'un héros ou personnage imaginaire, une sorte de...

La personne de moi héros,

Intrigue et suspens de l'histoire et rebondissements

Les étapes de l'histoire

Le dit et le non-dit, le visible et l'invisible

La vision du futur motivante du projet personnel

Organisation du "À suivre", je vais vers où

Principe de rédaction, trucs et astuces

Le style

Verbe d'action

Allégories et métaphores

Les démarrages de phrases

Communiquer à partir de ma légende

Mise en scène de mon histoire pour la raconter ou en faire une stratégie de communication

Préparation vocale et physique

Utilisation de mon histoire ou partie de mon histoire pour captiver mon auditoire

Utilisation de ma légende personnelle pour vendre un projet

Mon storytelling pour fédérer

La première présentation, mon premier waouh

Faire raconter mon histoire
Faire disséminer ma légende par d'autres
Raconter l'avancement ma vie et de mon projet de vie et les conquêtes déjà faites au travers de mon histoire
Savoir utiliser à bon escient ma légende personnelle

On finit par une histoire et un happy end

PUBLICS :

Tous ceux qui veulent développer leurs notoriétés
Étudiants en fin de cycle d'études
Tous porteur de projet, chefs d'entreprise, créateur de start-up

PREREQUIS :

Avoir un projet à développer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Ce séminaire est construit sur le principe de la formation-action. Chaque participant à un rassembler les informations sur sa vie dans un livret remis 1 mois avant le démarrage et retourné 15 jours au plus tard avant le démarrage à mettre en afin de préparer les conseils de rédaction personnalisés à lui proposer.

EVALUATIONS :

Chaque participant a rédigé l'histoire de vie, la mise en scène et la présenter. Chaque production est évaluée en termes d'effets produits et se traduit par des conseils d'amélioration.
Chaque stagiaire fait le point précis de ce qu'il a appris et retenu et ce qu'il va utiliser au travers d'un questionnaire

FORMATEURS :

Nathalie BOYE, Julie Grignon et Clément BOYE

**Pour obtenir des informations complémentaires sur
nos produits et pour toute inscription :**

Contactez Rémy GERVAIS

 : **06.19.55.23.77**

Skype : remy.gervais

OU

 : [**contact@rgdirection.fr**](mailto:contact@rgdirection.fr)

[**http://formations.rgdirection.fr**](http://formations.rgdirection.fr)