



COMMUNICATION - COACHING D'ÉQUIPES
GRAPHOLOGIE - ORIENTATION & RH

www.victoire-degez-conseil.fr



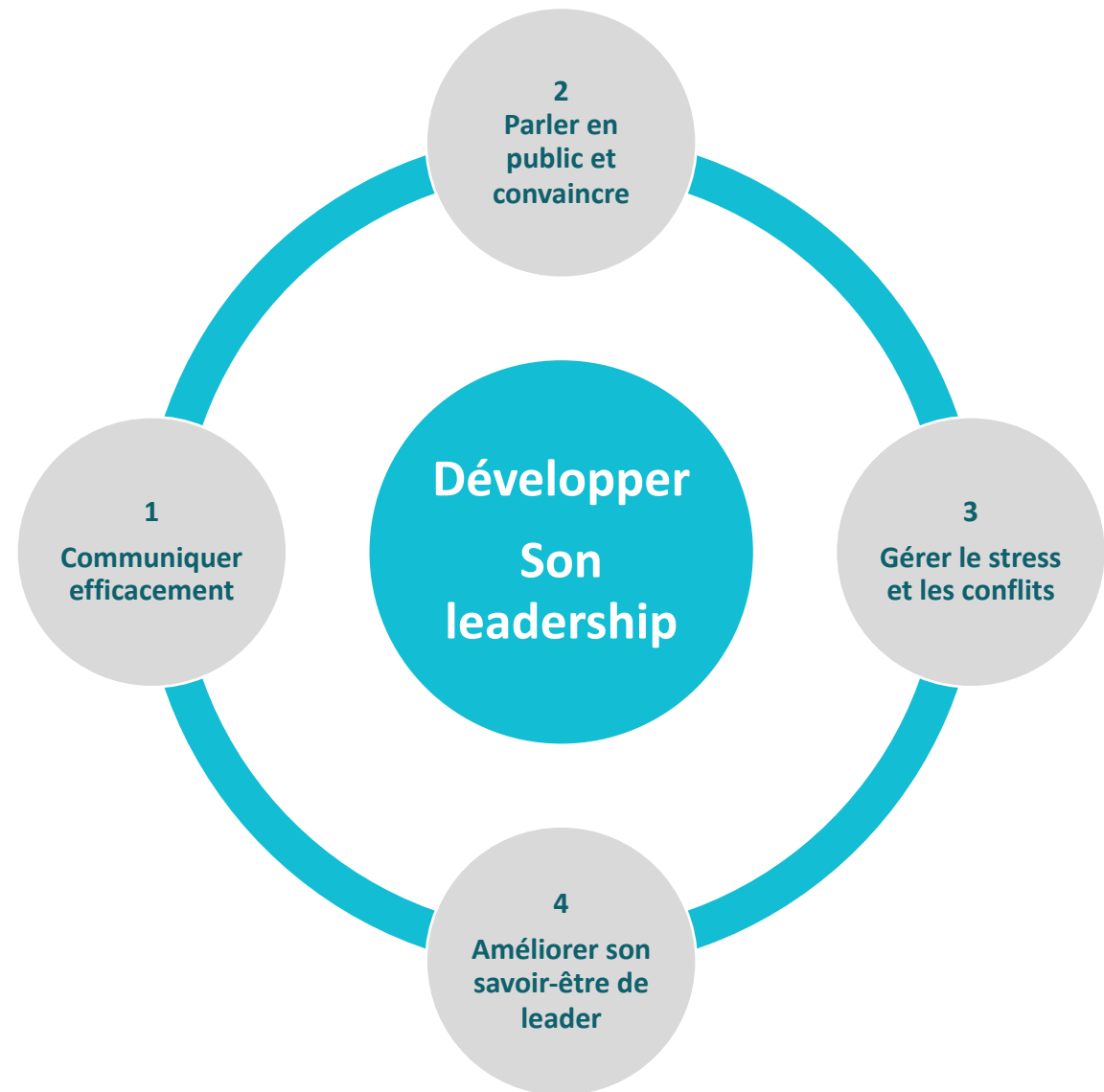
VYV CARE départements OPTIQUE DENTAIRE AUDIO MARKETING
Formation des Directeurs régionaux 2019

Développer son leadership sur le fond et sur la forme

Nota : Ce programme a été élaboré sur mesure, après une série d'entretiens avec les directeurs de business unit et les directeurs régionaux.

**Un processus par étapes, sur 6 mois,
pour développer en profondeur son
leadership par**

- Sa communication
- Son impact
- Son charisme
- Son intelligence relationnelle
- Sa performance managériale



S'initier à la PROCESS COMMUNICATION

BOOSTER.COM

Accélérateur de **qualité relationnelle** et de **dynamique d'équipe**



POUR QUOI FAIRE ?

La Process Communication favorise les relations en général. Qu'elles soient commerciales, managériales ou personnelles.

En plus d'améliorer la communication avec autrui, la Process Communication permet d'enrichir la connaissance de soi, de ses besoins et d'optimiser l'utilisation de son énergie.

L'objectif des séminaires Booster com est de comprendre les différents profils et de s'adapter à leurs styles relationnels.

L'approche pédagogique est multiple et ludique. La formation théorique est illustrée par des mises en scène drôles et vivantes. Puis les jeux de rôles et les exercices pratiques permettent aux participants de s'exercer à une communication ajustée.

L'accompagnement de l'équipe par un binôme attentif - une formatrice, Victoire Dégez - et un acteur, Olivier Chauvel - donne une dynamique et permet d'intégrer la méthode de façon efficace.



TEMOIGNAGES

“ Dense
Drôle Enrichissant Fédérateur
Ludique Concret ”
Efficace



LES OBJECTIFS

- Mieux comprendre son interlocuteur et ses besoins
- Faire passer ses messages
- Eviter les incompréhensions
- Optimiser son management
- Fédérer son équipe



OUTILS PEDAGOGIQUES

- Une initiation théorique
- Des mises en scènes vivantes
- Des vidéos
- Des ateliers pratiques
- Un livret pédagogique
- Des jeux



POUR QUI ?

- Managers
- Commerciaux
- Educateurs
- Professionnels de la communication
- Les équipes soucieuses d'améliorer leur communication interne et externe



LES MOYENS

1

- 4h initiation à la Process Communication
- 2h ateliers pratiques en demi-groupes

1^{er} jour > séminaire

2

- 4h ateliers pratiques en demi-groupes
- 2h restitution de l'inventaire de personnalité

2^e jour > séminaire

3

- 1h questions/réponses
- 1h reprise théorique sur les règles de base de la communication
- 1h jeux pédagogiques et conclusion

3h en entreprise

Environ
1 mois après,
consolidation des
apprentissages.

HISTOIRE DE LA PROCESS COMMUNICATION :

A la fin des années 1970, Taibi Kahler, chercheur en psychologie a travaillé pour la NASA sur un modèle de communication permettant de favoriser la fluidité des relations et d'évaluer la compatibilité entre les différentes personnalités.

La cohabitation d'astronautes dans un espace réduit, pendant une durée longue, nécessite une compréhension fine des modes de communication de chacun.

A partir de ses recherches, Taibi Kahler a créé le modèle Process Communication, qui s'applique à tout être humain même s'il n'est pas appelé à évoluer dans le contexte extrême d'une fusée.

L'EQUIPE



VICTOIRE DÉGEZ

- Graphologue et consultante en orientation, RH et communication
- Initiation et accompagnement en Process Communication
- Certifiée Kahler Communication

N° de formatrice : 22 60 02854 60
www.victoire-degez-conseil.fr



OLIVIER CHAUVEL

- Acteur
- Ateliers pratiques
- Jeux de rôles-illustrations

www.olivierchauvel.fr

Module 2 - Parler en public et convaincre. 2 jours

L'axe : gagner en aisance et en charisme pour rendre les interventions attractives.

Le point fort : des ateliers par sous-groupes pour oser. Certains ateliers seront filmés et les vidéo débriefées.

- **Introduction : Qu'est-ce qu'un bon orateur ?**

Sketch comédiens puis introduction de Victoire

- **Articuler les différents langages corporels**

Délier sa gestuelle
Libérer ses peurs
Susciter une émotion
Exercice pratique

- **Introduction de la 2^e journée et sketch comédiens**

- **Réussir son accroche**

Réveiller l'attention
Provoquer l'intérêt
Démarrer sur une émotion positive
Exercice pratique

- **Comprendre son public**

Être en empathie
Savoir écouter
Éviter les mots qui fâchent
Maîtriser les détails
Exercice pratique

- **Structurer son discours**

S'attacher à l'essentiel
Mémoriser les points clés
Exercice pratique

- **Travailler son support**

- Se limiter à l'essentiel
- Susciter la curiosité
- Avoir de l'humour
- Exercice pratique filmé et débrief

- **Conclusion**

Module 3 - Gérer le stress et les conflits. 2 jours

Axe : comprendre son propre fonctionnement et celui des autres sous stress pour ajuster sa communication. Gérer les conflits en prenant en compte ses besoins et ceux de ses interlocuteurs, en régulant les émotions du groupe.

Point fort : développer son intelligence émotionnelle, intra et inter personnelle pour désamorcer les conflits et créer les conditions de la coopération.

- **Introduction : connaître ses propres réactions pour comprendre celles des autres.**

- **A quoi servent nos émotions ?**

Les besoins fondamentaux
Le stress : fonction et freins
Les parasites

- **Comprendre la communication non-violente**

Percevoir l'émotion
Identifier le besoin
Verbaliser
négocier

- **Reprise de la Process Communication**

Reprises des questions
Les types combinés

- **Identifier les freins**

Comprendre les peurs
Identifier les résistances
Accompagner le changement

- **Les types Process Communication sous stress**

Identifier les symptômes
Ajuster sa communication

- **Développer la coopération**

Les étapes de progression d'une équipe
Créer les conditions de la collaboration

- **Être un leader inspirant**

Donner du sens au travail commun
Conclusion

Module 4 - Améliorer son savoir-être de leader grâce au LSI (Inventaire des Styles de Vie). 2 jours

L'axe : le leader se doit d'entraîner ses équipes et son style de management ou de relation est soit un atout pour la réalisation des objectifs et des personnes, soit un frein. Malgré sa bonne volonté, il n'en n'a pas toujours conscience.

Le point fort : le LSI est un outil puissant et objectif qui donne à chaque leader la conscience des enjeux managériaux ainsi que l'adéquation plus ou moins grande de son comportement à ces enjeux.

- **Introduction : les besoins fondamentaux des personnes**

- **Les styles constructifs**

Réalisation
Réalisation de soi
Humanisme et aide
Affiliation-sociabilité

- **Les styles agressifs/défensifs**

Opposition
Pouvoir
Compétition
Perfectionnisme

- **Les styles passifs/défensifs**

Evitement
Dépendance
Conventionnalisme
Approbation

- **Restitution des profils**

Débriefts individuels et études de cas pour le groupe.

- **Reprise des études de cas**

- **Les styles de comportement dans le travail en équipe**

Quel impact ?

Pour le groupe
Pour la performance
Pour l'épanouissement personnel
Pour la coopération
Pour les relations

- **Exercice pratique : Simulation.**

Perdus dans le désert

L'inventaire des styles de vie LSI est un outil américain de développement professionnel. Chaque personne s'évalue sur une douzaine de critères comportementaux. Certains styles de pensées sont plutôt fixés vers les tâches, d'autres vers les personnes. Certains comportements sont plutôt orientés vers la réalisation de soi ou des objectifs, d'autre vers la défense de soi et sa sécurité. Elle confronte ensuite cette évaluation avec celle de ses supérieurs, collègues et collaborateurs les plus proches qui ont répondu aux mêmes questions, chacun de façon anonyme et confidentielle.

Le LSI est un levier puissant pour le développement du leadership qui agit par la mesure objective des comportements et la prise de conscience de la personne concernée.

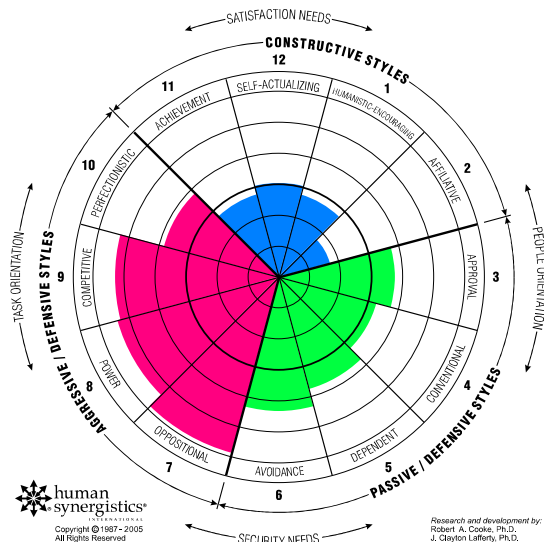
Ces 12 comportements sont regroupés en 3 styles :

Les **4 styles constructifs** sont propices à l'épanouissement professionnel, la réussite des objectifs et la coopération. Ils favorisent les relations interpersonnelles et le plaisir au travail.

Les **4 styles passifs/défensifs** sont auto-protecteurs et visent à satisfaire les besoins de sécurité fondamentaux au travers des relations interpersonnelles. Ils révèlent un besoin d'approbation des autres

Les **4 styles agressifs/défensifs** visent à se mettre en valeur au profit des autres dans un esprit de domination pour valoriser son statut ou sa personne et satisfaire son besoin de sécurité dans l'accomplissement des tâches.

Description par
Soi-même



Description par les
Autres

