

2 COMMUNICATION



Améliorer sa communication par la combinaison du Formatheâtre et de la méthode AEC DISC

Objectifs

Comprendre son propre style de communication
Identifier celui des autres
S'adapter à ses interlocuteurs habituels
Sélectionner et formuler ses arguments pour convaincre
Acquérir les connaissances des règles de base en matière de communication verbale, para-verbale et non-verbale

Public

Toute personne souhaitant mieux maîtriser la communication pour améliorer leur sphère inter-relationnelle

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Chaque participant va pouvoir travailler sa communication globale en s'adaptant à son interlocuteur et en travaillant, par le biais du théâtre, ses axes d'amélioration quotidiens.



Programme

Comprendre les dysfonctionnements des relations interpersonnelles pour les analyser

Comment éliminer méfiance et compétition négative
Comment se mettre en harmonie avec les collègues (clients internes), les clients externes et sa hiérarchie
Comment savoir voir et profiter de ses propres victoires et de celles des collègues
Face à des situations difficiles, déstabilisantes voir inhabituelles du quotidien l'individu adopte des comportements dits "de survie" pas toujours appropriés

Mieux se connaître

Identifier et comprendre son propre profil. Analyse de son profil DISC L'image de soi : comment êtes vous perçu ?

Adapter son mode de communication

Connaître ses propres traits de personnalité
Les gérer en fonction des situations et des attitudes

Détecter et comprendre 4 styles de comportements

Dominance
Influence
Stabilité
Conformité

La communication de la gestuelle

Les gestes ouverts
Les gestes fermés
Les gestes parasites
Les postures à adopter
Les attitudes à éviter
Les micro-comportements

Atelier 2 © : Le théâtre entre en scène

Il est demandé aux participants d'écrire un thème qui devra être traité en conduite de réunion. Les participants se scindent en 2 sous groupes. Un leader est nommé dans chaque groupe. Un thème est pioché au hasard par le leader. Les équipes doivent chacune écrire le scénario, le mettre en scène et le jouer. Chaque personne doit avoir un rôle



Bien utiliser le non verbal

Objectifs

Décoder les gestes, attitudes et expressions non verbales les plus courantes

Deviner à travers l'observation du non verbal les intentions non manifestes de son ou ses interlocuteurs

Public

Toute personne souhaitant parfaire sa communication non verbale et sa capacité à décoder celle des autres

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Le bénéfice majeur de cette formation, c'est avoir l'opportunité d'entrer dans la partie de la communication la moins connue mais qui demeure la plus importante. Vous prendrez conscience des caractéristiques du non verbal avec mise en valeur des axes d'amélioration.

Utilisation de la vidéo. Possibilité d'utilisation d'outils innovants : les ateliers Formathéâtre

Programme

Initiation à la synergologie

La communication non verbale

La congruence non verbale

La proxémie (la gestion des espaces interpersonnels)

La gestuelle qui recouvre le non verbal

Les gestes ouverts- Les gestes fermés

Les gestes parasites

La synchronisation

Le regard

Les mimiques

Les postures à adopter- Les attitudes à éviter

Les micro-comportements

Les micro-indicateurs

Le décodage des attitudes les plus courantes

Les postures debout - Les postures assises

Les postures face à face

La gestuelle des mains - Les poignées de mains

Les attitudes agressives

Les attitudes fuyantes

Les attitudes de prise de leviers de pouvoirs

Les gestes neutres - Les postures neutres

Les indicateurs corporels

Positiver ses axes d'amélioration

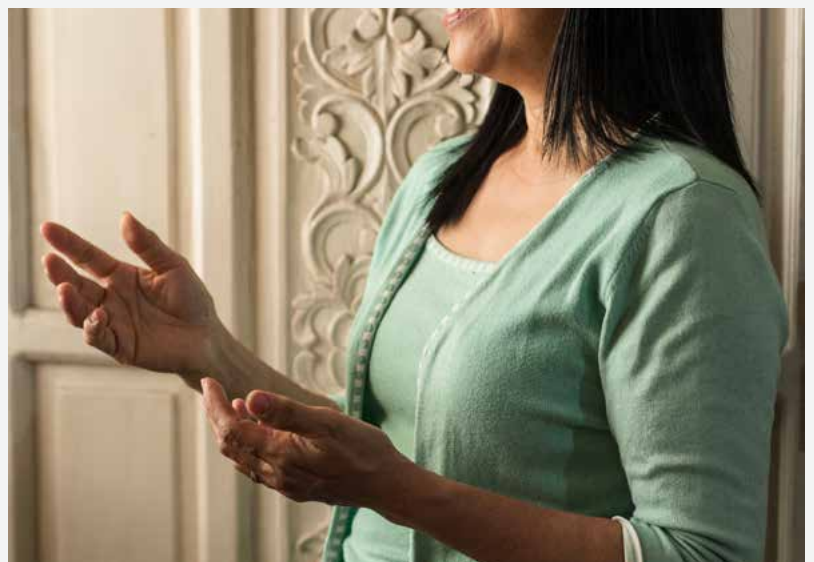
Le front et les sourcils

La force du regard

La partie inférieure du visage

La gestion des bras et des mains

Les points d'ancrage



Relancer en anglais en prenant en compte les aspects interculturels

Objectifs

Revoir et affirmer ses connaissances linguistiques en vue des sessions de recouvrement en Anglais

Prendre en compte les aspects culturels de la zone géographique du débiteur pour améliorer la performance de la relance

Public

Toute personne chargée du recouvrement et ayant à communiquer des informations concrètes en langue anglaise en milieu professionnel, par écrit ou par téléphone

Durée - 3 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Cette formation aborde la relance en anglais en adaptant sa communication interculturelle sur celle des autres. Vous pourrez ainsi en 3 jours vous approprier les outils pédagogiques sur la relance en anglais tout en étant à l'aise avec les subtilités de la langue de Shakespeare.



Programme

Expression Orale

Différer ses propos par des astuces linguistiques • Dissiper les malentendus, Chercher un compromis • Exprimer sa satisfaction • Pouvoir s'exprimer avec fluidité et argumenter dans des situations de communication plus complexes (conflits, justifications, ...) • Révision et acquisition de la terminologie professionnelle spécifique au recouvrement • La présentation • Format, • références, présentation • Les abréviations courantes • Dates et chiffres • Formules de politesse • Différence de présentation entre les lettres commerciales Britanniques et Américaines

La présentation

Format, références, présentation • Les abréviations courantes • Dates et chiffres • Formules de politesse • Différence de présentation entre les lettres commerciales Britanniques et Américaines

Rédaction des documents

Messages standards, phrases types • Demandes de renseignements, devis, commandes, • livraisons • Savoir être clair, précis et concis •

Cas pratiques et travail personnel (corrigé et évalué par le formateur) :

Révision des verbes irréguliers
Exercices de mise en situation propre à l'entreprise (Recherche de vocabulaire professionnel à faire). Il sera demandé au(x) stagiaire(s) de préparer des mises en situation ; le formateur veillera à la mise en application.

Exercices écrits

Rédactions des différents types de mails, différents types de lettres, fax, commandes, annulations commandes, ...

Révisions de l'anglais

Révisions grammaticales • Exercices de conjugaison • Exercices de construction de phrases professionnelles • Révision des chiffres et des dates • Révision ou acquisition de la terminologie professionnelle spécifique au recouvrement • Etre capable d'exprimer sa pensée (Intentions ou actions) dans des situations de la vie professionnelle

L'interculturel, clef de succès dans les échanges internationaux

Une définition de l'interculturel : Prise de conscience de son bagage culturel
Bases d'un management interculturel efficace

Approfondir la notion d'interculturelle

Une définition de la culture
Introduction aux modèles : Hofstede, Trompenaars,

Gestion des situations conflictuelles au téléphone

Objectifs

Repérer les signes d'identification d'un conflit naissant et adopter la bonne attitude en situation de tension
Prévenir les conflits et désamorcer l'agressivité en adaptant sa communication
Adapter son comportement en fonction des différents types de personnes ainsi que leurs motivations

Public

Toute personne souhaitant avoir des outils pour résoudre des situations de conflits

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Un consultant issu du monde du théâtre, amènera les participants à rencontrer des situations à la fois ludiques et confrontantes. Chaque participant pourra de façon très pratique, expérimenter et gérer des appels en découvrant ses axes d'amélioration et levant ses aprioris.

Programme

Analyser les différents types de conflits, au téléphone et interpersonnels

Identifier les causes des conflits
Comprendre la stratégie des différents acteurs
Diagnostiquer son mode d'intervention

L'impact des attitudes et des comportements dans les relations au téléphone:

Repérer les comportements para verbaux (prosodiques) manifestés par votre interlocuteur
Identifier les situations dans lesquelles ces comportements se manifestent : quand, avec qui, dans quels contextes, avec quels enjeux
Les réactions générées les comportements négatifs

Adapter son mode de communication

Connaître ses propres traits de personnalité et son para verbal
Les gérer par des actions simples
Analyse de son profil comportemental

Comprendre les enjeux prosodiques (Le Para Verbal)

La prosodie : l'intonation, l'accentuation et le rythme
Développer ses capacités d'attention d'écoute
Maîtriser les techniques d'observation et de synchronisation
Mieux utiliser l'empathie au téléphone
Maîtriser l'art de la reformulation et du questionnement pour analyser et hiérarchiser les informations

Le schéma systémique de la communication

Comprendre nos opérations mentales qui engendrent nos perceptions, nos émotions et nos comportements.

Gestion des situations conflictuelles : Mise en pratique

Travail sur les cas individuels de chaque participant et sur les difficultés rencontrées
(Jeux de rôle sur-mesure)



Influencer positivement

Objectifs

Décrire le processus d'influence et les différents styles que l'on peut utiliser

Communiquer et influencer en étant plus sûr de soi

Être plus persuasif en utilisant une logique et un raisonnement rigoureux

Expliquer comment utiliser l'énergie, l'enthousiasme et un état d'esprit positif afin d'améliorer ses capacités d'influence

Public

Managers, encadrant et toute personne souhaitant perfectionner sa capacité d'influence

Durée - 3 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Développer son influence face à tous les types de personnalité est un challenge. Pour le gagner, 3R Consultants vous propose grâce au Push&Pull et une pratique intense de le remporter. Vous serez emmené sur le terrain de vos axes d'amélioration pour une conclusion gagnant/gagnant.

Programme

Echelle de persuasion et d'influence

Comment voulez-vous être perçu
Persuader & Influencer : les outils Push & Pull
Méthodes d'influence
Stratégies d'influence
Persuader et Influencer – Exercices /mise en situation
Les styles de persuasion – Mise à jour personnelle

La communication comme solution privilégiée de l'influence

Les obstacles à la communication.
La communication systémique : Distinguer la 1ère et 2ème réalité.
Types de questions – Leur utilisation et leur efficacité.
Questionnaire sur le style d'écoute : L'impact des attitudes et des comportements dans les relations de travail.
Repérer les comportements manifestés par les différents traits de personnalité.
Identifier les situations dans lesquelles ces comportements se manifestent : quand, avec qui, dans quels contextes, avec quels enjeux.
Les réactions générées par certains comportements.
Les spirales et les entraînements.

Clés de compréhension

Les traits de caractères et les attitudes au travail face à des situations professionnelles.
Développement et évolution des traits de personnalité.
Les modifications des traits de personnalité.
Apprendre à identifier les différents profils de client et d'adapter selon les cas.
Capacité en phase d'amorce de l'entretien d'appréhender le profil du client, pour déterminer la stratégie de communication adéquate.

Créer une attitude positive

Rappel des aspects verbaux et non verbaux de l'expression.
L'arrivée. La prise d'espace.
Maîtriser le cycle pensée/parole.
Prendre le contact et le maintenir : regard, gestuelle, espace.
L'équilibre corporel, l'aisance gestuelle, l'utilisation de l'espace.
Avoir un discours convaincant et vivant.
Le trac : ses origines, ses conséquences, ses remèdes.

La communication interculturelle

Objectifs

Pratiquer et améliorer la communication au sein d'une équipe multiculturelle

Acquérir les compétences nécessaires de l'interculturalité

Coacher un coéquipier en situation interculturelle

Public

Toute personne ayant à animer des équipes pluriculturelles

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Cette formation aborde la sphère interculturelle, c'est-à-dire en considérant l'individu comme une identité culturelle spécifique. En s'inspirant de la « dimension cachée » de Hall, vous allez découvrir l'interculturalité de façon inédite avec cas concrets très originaux mais réalistes et orientés terrain.

Programme

La communication interculturelle

Les enjeux de la communication interculturelle
Connaître les usages et les codes culturels
Savoir s'adapter à son interlocuteur
Les pièges de la communication interculturelle
La perception et la compréhension du message
L'importance de la communication non verbale

L'interculturel, clef de succès dans les échanges internationaux

Prise de conscience de son bagage culturel

Approfondir la notion d'interculturel

Une définition de la culture
Introduction aux modèles : Hofstede, Trompenaars, Hall
Repères sociologiques et psychologiques
Comment peut-on travailler avec une personne dont les référentiels culturels sont différents des nôtres ?
Comment peut-on initier l'autre à notre culture ?

Le choc culturel

Appréhender la différence culturelle comme une force
Des cultures variables mais des de nombreux points communs pour adopter un discours rassembleur
Comprendre la proxémie (les caractéristiques individuelles et culturelles de chaque culture) et adapter sa communication.

L'intergénérationnel

Génération W et X
Génération Y et Z



La communication persuasive

Objectifs

Acquérir une meilleure connaissance de soi

Apprendre les techniques permettant de "s'affirmer" dans le respect de l'autre, en toutes circonstances

Comprendre le fonctionnement et l'intérêt d'une persuasion assertive

Public

Toute personne souhaitant parfaire sa communication en ciblant l'art de la conviction

Durée - 3 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Des outils très pragmatiques et une pédagogie ludique
Jeux de rôles simulés, filmés, et analysés

Test individuel d'assertivité

Chaque stagiaire met en place son contrat personnel de succès avec l'aide du formateur.

Programme

Applications pratiques

Apprendre à dire non quand on le souhaite

Formuler clairement ses demandes

Prévenir les conflits et améliorer ses relations avec ses supérieurs, ses collègues

Etablir des relations personnelles dans le cadre du travail

Découvrir d'autres techniques de vente ou de négociation

Gérer des situations difficiles

La persuasion assertive

Les quatre comportements : Assertivité, Fuite, Manipulation, Agressivité

Savoir organiser son message pour une émission sans parasites : outils de la pensée et logique rationnelle

Savoir dégager les idées forces d'un concept et les formaliser en objectifs

Apprendre à raisonner selon une logique globale : du problème à la solution

Etablir un plan d'action : objectifs, échéances, moyens

Utiliser une démarche logique pour rédiger son courrier, préparer ses dossiers, présenter des suggestions



La prise de parole en public par le biais du formathéâtre®

Objectifs

Découvrir les mécanismes de l'expression orale
Maîtriser sa prise de parole et sa gestuelle grâce à la prosodie et la synergologie
Comprendre les émotions et clarifier la pensée (par ex : gérer son stress)
Préparer et réussir son intervention orale
Maîtriser les règles essentielles de la communication devant un auditoire
Avoir un discours convaincant et vivant
Déterminer et organiser les éléments d'une intervention en fonction d'une situation, d'un objectif et de récepteurs donnés

Public

Toute personne souhaitant maîtriser sa prise de parole en public et adapter leurs messages oraux, en prenant conscience de la diversité de ses interlocuteurs

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Cette formation est inédite. Elle regroupe 3 ateliers qui peuvent se décomposer en fonction de vos objectifs. Le bénéfice réside dans les différentes formes d'apprentissages proposés aux participants. Entraînement intensif par les participants. Utilisation de la vidéo et débriefing.

Programme

Atelier 1 ©:L'improvisation

Vous serez dans des conditions de matches d'improvisation. Pour 10 thèmes différents, 5 seront liés à l'aspect professionnel des participants, 4 seront liés à la vie de tous les jours et 1 thème sera appelé « thème libre » et sera donc choisi par le participant qui l'aura tiré au sort. Sur chaque thème sera inscrit un titre avec une déclinaison d'obligations à respecter comme celle de dire tel mot à tel moment dans l'improvisation ou de faire dire tel mot à leurs collègues.

Le speed minute : Une minute pour convaincre

Objectif :

- Informer, persuader, convaincre : tactiques et stratégie.
- Création de son message : le plan-notes
- Apprendre à maîtriser sa voix
- Acquérir une technique de respiration et de diction
- Utilisation de supports : Paper-board, Power point, ...

Atelier 2 © : Le théâtre entre en scène

Il est demandé aux participants d'écrire un thème qui devra être traité en conduite de réunion. Les participants se scindent en 2 sous groupes. Un leader est nommé dans chaque groupe. Un thème est pioché au hasard par le leader. Les équipes doivent chacune écrire le scénario, le mettre en scène et le jouer. Chaque personne doit avoir un rôle.

Grâce à cet atelier, vous serez capables de

- Développer sa confiance en soi
- Harmoniser corps, voix, mental, expression, communication et créativité
- Bien comprendre le processus de création de l'image de soi
- Analyser ses réactions en situation de stress et les corriger
- Optimiser son stress : utiliser le pouvoir moteur du " bon stress "
-

La psychosociologie de la personne : L'intelligence émotionnelle pour comprendre quelle est la prise de parole la plus impactante

Atelier 3 © : Ecrivez votre propre scénario ! Soyez l'auteur de votre propre prise de parole réussie

Le formateur comédien va concevoir en direct des scénarios sur les thématiques professionnelles des participants en les adaptant aux difficultés rencontrées par chaque participant. Le choix de la mise en situation reposera sur les objectifs à travailler pour chaque candidat. Les participants qui ne font pas parti de la mise en situation expliqueront en direct au participant-acteur ce qu'il doit adapter dans sa prise de parole par rapport à la communication proposée par le comédien formateur. Le participant-acteur appliquera les choix pris par les participants non-acteurs : (Etre plus posé, plus direct, garder une distance plus importante, avoir une voix avec un volume plus important, etc...). Le formateur comédien validera avec le participant les choix les plus appropriés à appliquer. Il répètera cet exercice avec l'intégralité des participants.

L'intelligence émotionnelle

Objectifs

Apprendre à se connaître pour utiliser son intelligence émotionnelle
Comprendre les émotions possibles dans les relations professionnelles
Développer sa sphère émotionnelle pour mieux travailler dans le domaine professionnel
Comprendre les bénéfices de l'intelligence émotionnelle

Public

Toute personne souhaitant améliorer sa communication en développant son intelligence émotionnelle

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

La communication est un enjeu très fort dans le monde de l'entreprise. Elle demande la gestion et la connaissance de ses émotions pour être efficace. Cette formation vous donne l'opportunité d'axer votre développement professionnel sur la connaissance et la maîtrise de l'émotion grâce à 80 % de pratique le tout dans une formation ludique. Appuyer sur la force de l'outil CENTRAL TEST IE

Programme

L'Intelligence émotionnelle

Différence entre intelligence rationnelle et intelligence émotionnelle
Cerveau droit et cerveau gauche : rôle, différence et complémentarité
L'importance des émotions dans le monde de l'entreprise
Impact sur les performances professionnelles

Connaître ses propres émotions

Les émotions ressenties
L'échelle de conscience émotionnelle
Différencier émotions positives et émotions parasites
Reconnaître et comprendre les informations fournies par nos émotions
Savoir exprimer et/ou contrôler ses émotions pour qu'elles soient bénéfiques

Gérer ses émotions

Gérer les émotions difficiles pour soi avec des techniques de dissociation, de désensibilisation
Gérer les émotions d'arrière-plan en satisfaisant ses besoins
Gérer et dépasser les émotions liées aux relations tendues conflictuelles
Apprendre à lâcher prise et remettre son corps et son esprit au calme

Développer sa palette d'émotions et de comportements

Rôle de la respiration
Être attentif aux réactions des autres
Savoir les analyser, en mesurer l'intensité, en comprendre la raison
Donner et accepter des signes de reconnaissance
Savoir exprimer et recevoir un ressenti, une demande, une critique

Comprendre ses propres vecteurs d'Intelligence émotionnelle

Connaissance de soi
Maîtrise de soi
Auto-motivation
Adaptabilité
Estime de soi
Optimisme
Résilience
Confiance en soi
Aisance relationnelle
Assertivité
Empathie
Médiation et Influence

Ma voix est un outil efficace : « La phonagogie »

Objectifs

Permettre aux participants de répondre avec efficacité à toutes les situations de communication vocale rencontrées dans l'exercice de leurs fonctions

Donner aux participants les clés d'utilisation de leur voix dans les différentes situations de communication

Proposer de vivre différentes modalités de relation et d'impact selon les variations de la conduite de leur voix...

Public

Toute personne souhaitant mieux maîtriser l'utilisation de leur voix

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Chaque participant aura la possibilité de tester sa voix, de découvrir son fonctionnement vocal et ainsi de placer les mots en fonction de l'impact souhaité lors de ses différentes interventions futures. Un travail très important sera effectué sur le placement vocal. Ils vont en conséquence exercer une influence plus importante et renforcer leur assurance

Programme

Définition de la phonagogie

Art de conduire sa voix
La comprendre
La maîtriser

L'utilisation de la phonagogie

Transmettre de l'information
Donner des directives
Convaincre
Motiver

La volonté de transmission du message

Transmettre un message
La vision stratégique du message
Faciliter l'expression de l'interlocuteur
Susciter une réaction, de rassurer
Donner confiance,
Impulser un mouvement
Manifester son leadership
Créer sa place, selon sa personnalité.

Poser sa voix et maîtriser son élocution (rythme, diction, intonations, silences, nuances, timbre et puissance de sa voix)

Développer une personnalité vocale
Maîtriser les techniques de communication vocale
Augmenter la confiance en soi
Créer le contact avec l'interlocuteur ou le public, capter son attention, susciter son intérêt
Transmettre une image valorisante de soi-même, de sa pensée, son message, de l'organisation que l'on représente...

Accompagnement individuel

Votre positionnement par rapport à votre activité, l'organisation au sein de laquelle vous travaillez, vos interlocuteurs, la vision que vous avez de votre environnement, de votre propre valeur, de votre propre rôle
Capacités à révéler et utiliser votre potentiel
Comportements de communicant à l'oral



Perfectionner son discours en public

Objectifs

S'affirmer dans la communication orale

Maîtriser sa voix pour une communication optimale

Dépasser le stress afin de rendre la prise de parole agréable pour tous

Public

Toute personne souhaitant perfectionner leurs discours et le rendre plus performant.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

La phonagogie et le format théâtre© mettent en valeur l'art qui est celui de la prise de parole en public. Exercice, autodiagnostic, jeux de rôles et mises en situation sont présents pour que chacun s'approprie les outils et méthodes leur permettant de développer leur propre prise de parole en public.

Programme

La phonagogie comme outil pour développer une bonne prise de parole

(La Phonagogie (du grec Phônê, voix, et Agôgê, action de conduire) est l'art de conduire sa voix).

Gérer sa voix et comprendre son fonctionnement

Appréhender sa voix pour l'utiliser dans l'accomplissement de vos objectifs

Découvrir les techniques pour optimiser sa prise de parole par la phonagogie

Utiliser les techniques verbales et non verbales

Développer sa confiance en soi

Bien comprendre le processus de création de l'image de soi

Analyser ses réactions en situation de stress et les corriger

Oser être soi-même : repérer ses atouts et les mettre en avant

Découvrir les diverses problématiques de la relation de travail

Repérer leur lien avec grâce à la confiance en soi

Autodiagnostic : de sa place dans la relation de travail et de sa personnalité, identification de ses blocages et de ses freins, de ses points forts et de ses faiblesses

Rappel des aspects verbaux et non verbaux de l'expression

L'arrivée

La prise d'espace

Maîtriser le cycle pensée/parole

Prendre le contact et le maintenir : regard, gestuelle, espace

L'équilibre corporel, l'aisance gestuelle, l'utilisation de l'espace

Avoir un discours convaincant et vivant

Le trac : ses origines, ses conséquences, ses remèdes

Elaborer une intervention orale

Déterminer et organiser les éléments d'une intervention en fonction d'une situation, d'un objectif et de récepteurs donnés.

Aller à l'essentiel et le faire apparaître clairement

Informé, persuader, convaincre : tactiques et stratégie

Capter l'attention

Improviser en mobilisant instantanément ses aptitudes et ses connaissances

Augmenter l'impact de la voix

Développer sa présence corporelle

Se faire entendre, se faire comprendre

Exprimer clairement ses pensées, émotions, souhaits

Donner du corps à ses propos

Plan d'action personnel : élaboration d'un plan de progrès

Réunion de créativité et d'innovation

Objectifs

Etre capable d'animer un groupe de recherche d'idées et de stimuler une équipe
Revoir l'intégralité du modèle de Bono, les 6 chapeaux pensants
Adapter les techniques d'animation de réunions créatives aux participants

Public

Toute personne en situation de pilotage d'un groupe créatif

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

3R vous propose de mettre en avant la partie créative de votre cerveau afin de trouver des solutions alternatives et innovantes pour répondre à vos objectifs professionnels. Les « thinking hats » d'Edward Bono vont vous amener à mener vos réunions de façon plus productives.

Programme

Notions de base à connaître avant d'animer une réunion

Les attitudes : la peur de s'exprimer, le désir de s'imposer
Les fonctions dans le groupe
Les rôles et statuts de chacun des participants
Les émotions du groupe

Préparation de la réunion

Définition du sujet et des objectifs
Convocation, lieu, plan de table, informations préalables
Préparation de l'ordre du jour
Les documents requis

La créativité ou la capacité à innover

Fonctionnement et principes de base
De la stimulation de l'imagination à l'imagination
Les différents types de créativité

Faciliter le travail du groupe et développer la créativité

Aider le groupe dans son travail d'analyse, de réflexion et de prise de décision :
Utiliser les techniques de résolution de problèmes
Définir et étudier un problème en groupe

Stimuler ses idées

Le Mind-Mapping
Le Concassage
Le Star Busting
Le Fishbone diagram
Le Brainstorming
Les Analogies
Les Comparaisons
La défectuologie



Savoir faire passer ses idées

Objectifs

Inspirer facilement confiance et être crédible lorsque vous vous exprimez
Faire passer vos idées : qu'elles soient écoutées, retenues, valorisées
Avoir plus d'influence sur les événements, le déroulement des projets
Vous sentir plus à l'aise dans votre façon de communiquer
Vous adapter à différents types d'interlocuteurs

Public

Toute personne souhaitant mieux trier et adapter leur message, écrit ou oral, en prenant conscience la diversité de ses interlocuteurs

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Chaque participant travaillera sur 2 idées majeures : L'axe FF (Fond et Forme). La valeur ajoutée de cette formation est organisationnelle. Elle structurera votre pensée et vous permettra de mieux gérer votre temps grâce à nos « best practices » tout en vous adaptant aux interlocuteurs par le biais de mises en situations créées sur mesure par le formateur.

Programme

La volonté de transmission du message

Transmettre un message
La vision stratégique du message
Faciliter l'expression de l'interlocuteur
Susciter une réaction, de rassurer
Donner confiance,
Impulser un mouvement
Manifester son leadership
Créer sa place, selon sa personnalité

Etre un bon communicant

Comprendre les caractéristiques des bons communicants
Trouver le style de communication le plus en harmonie avec votre personnalité

Comprendre l'autre pour mieux communiquer avec lui

Induire une relation de confiance avec vos interlocuteurs par la technique du "rapport" et les méthodes de synchronisation verbales.
Evaluer en permanence l'impact de votre communication par les techniques de "calibration"

Adapter son mode de communication

Connaître ses propres traits de personnalité
Les gérer en fonction des situations et des attitudes
Personnaliser son argumentation fonction du profil de son interlocuteur

Les comportements de mes interlocuteurs dans des situations classiques

Le langage des couleurs
- Prise de conscience et explications
- Détermination de votre couleur

Maîtriser la communication verbale et non verbale

Savoir utiliser la communication non-verbale pour renforcer son message

Ressources Humaines à l'heure de la transformation digitale

Objectifs

Comprendre l'environnement 2.0
Cerner les bouleversements des réseaux sociaux dans la relation employeur -salarié
Effectuer une campagne de recrutement sur les réseaux sociaux non professionnels
Repérer les opportunités des réseaux sociaux professionnels pour les services RH

Public

Directeurs des Ressources Humaines, responsables des ressources humaines, dirigeants et personnes souhaitant appréhender les enjeux des réseaux sociaux en termes de ressources humaines, afin de les intégrer pleinement dans leurs services

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent appréhender la transformation digitale et les changements qu'elle produit pour les services des Ressources Humaines, pour le recrutement et l'image de l'entreprise. Une étude particulière sera effectuée sur le potentiel des réseaux sociaux à travers l'analyse d'exemples concrets et la mise en pratique des usages de chaque réseau social.

Programme

Introduction : comprendre les bouleversements engendrés par le numérique

Panorama des réseaux sociaux en 2015
La transformation digitale et les recruteurs : des usages actuels aux enjeux d'avenir pour les services RH
Appréhender comment les réseaux sociaux renforcent l'identité de l'entreprise

Les réseaux sociaux dans la relation employeur – salarié : le passage aux RH 2.0

Comprendre en quoi les réseaux sociaux permettent de renforcer le dialogue employeur – salarié : retour sur le succès de l'opération #HackTaDRH et analyse d'exemples concrets
Réseaux sociaux et e-réputation à travers 3 acteurs : entreprises, salariés, candidats
Exercice pratique : l'impact de l'e-réputation sur les ressources humaines

Le recrutement via les réseaux sociaux non professionnels

Twitter, un outil de recrutement intéressant : présentation de l'interface, de ses codes et des usages pour les RH
Décryptage de campagnes de recrutement novatrices
Twitter du côté des candidats : la détection de nouveaux talents
Mise en situation : mener une campagne de recrutement sur Twitter

Le rôle des réseaux sociaux professionnels (RSP) pour les RH

Recruter sur Viadeo : présentation de l'interface et des items utiles
Recruter sur LinkedIn : présentation de l'interface et des items utiles
Mise en situation : utiliser LinkedIn pour chercher des profils particuliers

Conclusion et élargissement

Focus sur les dernières nouveautés en matière de RSP : Xing, Skiller et MyBusyMeal
Ressources utiles



Leadership 2.0 : utiliser les réseaux sociaux pour gagner en influence

Objectifs

Comprendre l'univers du Web 2.0

Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Maîtriser les codes et les usages de Twitter

Savoir identifier un leader 2.0

Se construire un profil de leader d'opinion sur Twitter Intégrer les techniques éditoriales de Twitter pour être plus percutant et gagner en visibilité

Public

Dirigeants, managers et personnes souhaitant gagner en influence dans leur communication, à travers les réseaux sociaux

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Cette formation s'adresse aux personnes qui, en raison de leur statut professionnel et de leur position, souhaitent renforcer leur leadership en utilisant les réseaux sociaux. Un travail particulier sera fait autour de Twitter, du fait de son fort potentiel de viralité, avec des bonnes pratiques, des analyses de cas et des exercices de mise en situation pour plus de concret.

Programme

A l'heure des réseaux sociaux : comprendre l'univers du Web 2.0

- Evolution des comportements des internautes : de l'information à la conversation
- Les réseaux sociaux en 2015 : panorama, chiffres clés et principaux usages
- Exercice pratique : réseaux sociaux et e-réputation

Mettre en place une stratégie de communication adaptée

- Quel réseau social, pour quel message, pour quelles cibles : choisir le réseau social qui vous correspond
- Définir une stratégie de communication conforme à ses objectifs
- Gérer sa présence sur les réseaux sociaux : construire un planning éditorial, planifier ses publications, mesurer l'impact de ses publications

Zoom sur Twitter, un outil VIP pour acquérir de l'influence

- Les usages de Twitter pour les marques / entreprises / organisations : bonnes pratiques et exemples de communications réussies
- Maîtriser Twitter pour gérer sa communication de crise
- @, Tweet, Retweet, Hashtag, etc... : s'approprier les codes de Twitter
- Effectuer une veille sur Twitter

Le leader 2.0 ou leader d'opinion : un profil particulier

- Les caractéristiques d'un leader 2.0 : rôle et impact sur l'opinion, indicateurs quantitatifs et qualitatifs
- Exemples de leaders 2.0 et décryptage de leur communication
- Exercice pratique sur l'identification d'un leader 2.0

Se construire un profil Twitter impactant

- Créer un profil qui révèle votre identité : soigner sa biographie, choisir les bons visuels
- Cas pratique de mise en situation

Les techniques éditoriales pour écrire des messages percutants

- Ecrire en respectant la règle des 4C
- Les conseils pour booster ses messages
- L'importance des visuels sur Twitter
- Utiliser les mentions : viser les bons influenceurs pour renforcer sa visibilité
- Cas pratique de mise en situation

Conclusion, outils et ressources utiles

Rédiger des documents professionnels efficaces

Objectifs

Optimiser ses techniques de communication écrite et gagner en aisance rédactionnelle

Maîtriser une méthodologie pertinente et facilitatrice

Produire des écrits adaptés aux objectifs poursuivis

Public

Toute personne désireuse d'améliorer sa pratique de la langue française ainsi que ses compétences rédactionnelles

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Une consultante, juriste et comédienne, accompagnera avec souplesse chaque participant. Elle conduira chacun à aborder et à identifier ses points forts ainsi que ses difficultés. Les participants seront capables de rédiger en se posant les bonnes questions. Ils gagneront ainsi en confiance et en efficacité.

Programme

Contourner les pièges de la langue française

Revoir les règles de base de la grammaire et de la syntaxe afin d'éviter les fautes les plus courantes

Agencer ses idées

Analyser la situation de communication : QQQQCP
Adapter ses écrits aux attentes des lecteurs
Enrichir sa pensée en s'aidant de la méthode du Mind mapping
Mettre en place ses idées en adoptant un plan dynamique
Valoriser la structure de vos écrits à l'aide de l'outil Word
Insérer judicieusement les alinéas à l'aide des puces

Ecrire avec efficacité et pragmatisme

Définir au préalable les objectifs poursuivis
Prendre conscience du message clé
Sélectionner les informations utiles
Respecter l'unité de base du texte
Appliquer la règle des 4 C : Clair - Concis - Concret - Convaincant

Favoriser le confort de ses destinataires

Gagner en lisibilité et compréhension

Maîtriser la longueur des phrases et le choix des mots
Bannir les verbes « fourre-tout » pour privilégier les verbes de précision
Eviter les répétitions, lourdeurs et maladroresses
Rechercher le mot juste

Construire avec un lien logique

Comprendre la nécessité des enchaînements : les mots de liaison

Emporter l'adhésion en rendant ses écrits vivants

Bien introduire et bien conclure
Savoir illustrer, argumenter, suggérer
Adopter un style fluide
Interpeller le lecteur

Exercices ludiques d'écriture en lien avec les fonctions des participants :

e-mail - lettre - PowerPoint - recommandation - rapports - mémoire - note de synthèse...

Prise de Parole en Public avec les Techniques de l'Acteur

Objectifs

Développer et exploiter ses propres capacités d'expression orale

Savoir gérer son trac et ses émotions pour être à l'aise en public

Cerner son rôle en tant qu'orateur et les comportements attendus à mettre en œuvre

Intégrer des techniques de communication pour une prise de parole éclairée et éclairante

Public

Toute personne amenée à porter et transmettre un discours dans le cadre de ses fonctions professionnelles et qui souhaite parfaire son expression orale voire même dépasser certains blocages

Durée - 2 à 3 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Acteurs de leur formation, les participants bénéficient de la pédagogie ludique et efficace du « faire » : exercices issus du training du comédien, mises en situation (parfois filmées) afin de mettre en application les enseignements qui sont soulevés lors des moments d'analyse

Programme

Remettre son corps en action

Mettre son corps dans les meilleures dispositions pour en faire un parfait auxiliaire de la parole

L'orateur et ses outils

Les champs d'action de la communication orale

La prise de contact : les facteurs comportementaux qui assurent une présence de qualité : on n'a qu'une seule fois la chance de faire une première impression

Exercice de prise de parole filmée pour poser un premier diagnostic personnalisé des points forts et axes de progrès du participant

L'orateur et son public

La gestion de ses émotions : transformer son trac en énergie positive

L'importance de la relation comme condition à la communication

Distinguer une logique de communication et une logique d'information

L'orateur et son discours

Développer des réflexes de bonne pratique en matière de préparation de son intervention

Les outils pour organiser et structurer son propos afin de le rendre compréhensible du plus grand nombre

Savoir répondre aux questions déstabilisantes

Passer de la parole structurée à la parole improvisée : construire son propos dans l'aléatoire du présent



Ecrire un communiqué destiné à la presse

Objectifs

Structurer son message, afin d'être correctement appréhendé par la presse
Inspirer facilement confiance et être crédible lorsque vous vous exprimez
Faire passer vos idées : que les informations soient claires, avérées, cohérentes
Avoir plus d'influence sur les événements, maîtriser les canaux de diffusion et le discours auprès des journalistes de votre secteur
Vous sentir plus à l'aise dans votre façon de communiquer d'interlocuteurs

Public

Toute personne souhaitant mieux trier et adapter leur message, écrit ou oral, en prenant conscience la diversité de ses interlocuteurs

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Chaque participant travaillera sur 2 idées majeures : L'axe FF (Fond et Forme). La valeur ajoutée de cette formation est organisationnelle. Elle structurera votre pensée et vous permettra grâce à nos « best practices » de communiquer tout en vous adaptant aux interlocuteurs par le biais de mises en situations créées sur mesure par le formateur.

Programme

La volonté de transmission du message

Transmettre un message
La vision stratégique du message en amont de la diffusion auprès de la presse traditionnelle et digitale
Faciliter les relais pour l'interlocuteur et/ou prescripteur
Susciter une répercussion stable et fidèle aux messages
Impulser un mouvement
Installer sa crédibilité

Etre un bon communicant

Comprendre les caractéristiques des bons communicants
Trouver le style de communication le plus en harmonie avec votre entreprise, choisir les bons prescripteurs et relais de confiance
Instaurer une méthodologie récurrente

Comprendre l'autre pour mieux communiquer avec lui

Induire une relation de confiance avec vos interlocuteurs par la technique du "rapport" et les méthodes de synchronisation verbales.
Evaluer en permanence l'impact de votre communication par les techniques de "calibration"

Adapter son mode de communication

Identifier ses points forts et talons d'Achille
Adapter son discours en relation avec la réalité de l'entreprise
Personnaliser son argumentation fonction de la spécialité et du niveau de connaissance du journaliste

Maîtriser la communication verbale et non verbale

Savoir utiliser la communication non-verbale pour renforcer son message



La communication de crise

Objectifs

Inspirer facilement confiance et être crédible lorsque vous vous exprimez lors d'un cas avéré de crise.

Faire passer vos idées : qu'elles soient entendues, retenues, acceptées lors de périodes de conflit, ou d'annonce difficile. Avoir plus d'influence sur les événements, éviter les situations excluantes, conserver le lien avec ses équipes
Vous sentir plus à l'aise dans votre façon de communiquer d'interlocuteurs

Public

Toute personne occupant un poste d'encadrement et souhaitant mieux adapter son message, écrit ou oral, en prenant conscience la diversité de ses interlocuteurs, en cas de crise

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Chaque participant travaillera sur 2 idées majeures : L'axe FF (Fond et Forme). La valeur ajoutée de cette formation est organisationnelle. Elle structurera votre pensée et vous permettra grâce à nos « best practices » de communiquer tout en vous adaptant aux interlocuteurs par le biais de mises en situations créées sur mesure par le formateur.

Programme

La volonté de transmission du message

Transmettre un message précis
La vision stratégique du message, les mots clés
Faciliter l'expression de l'interlocuteur
Eviter les réactions trop vives, rassurer, stabiliser
Donner confiance à ses équipes
Impulser un mouvement pérenne
Manifester son leadership
Occuper sa place, encadrer selon sa personnalité

Etre un bon communicant

Comprendre les caractéristiques des bons communicants
Trouver le style de communication le plus en harmonie avec votre personnalité

Comprendre l'autre pour mieux communiquer avec lui

Induire une relation de confiance avec vos interlocuteurs par la technique du "rapport" et les méthodes de synchronisation verbales.
Evaluer en permanence l'impact de votre communication par les techniques de "calibration"

Adapter son mode de communication

Connaître ses propres traits de personnalité
Les gérer en fonction des situations et des attitudes
Personnaliser son argumentation fonction du profil de son interlocuteur

Les comportements de mes interlocuteurs dans des situations classiques

Le langage des couleurs
- Prise de conscience et explications
- Détermination de votre couleur

Maîtriser la communication verbale et non verbale

Savoir utiliser la communication non-verbale pour renforcer son message



Prendre la parole : l'art de conter

Objectifs

Ouvrir la porte de son imaginaire

Renforcer l'affirmation de soi

Faire passer un message en provoquant l'adhésion de son public

Rendre sa parole vivante

Public

Toute personne désireuse de prendre la parole dans un contexte professionnel et de développer son charisme

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques Les + de 3R Consultants :

Accompagnés d'un consultant, lui-même conteur, les participants choisiront trois contes qu'ils s'approprient en les narrants. Ils prendront ainsi conscience de leur capacité à aller jusqu'au bout de leur propre proposition et de leur faculté de conduire le public dans leur univers. Ils envisageront par la suite de prendre la parole en toute sérénité.

Programme

Les contes sont universels. Ils se transmettent par l'oralité. Nous retrouvons les mêmes contes d'un pays à l'autre. Les titres changent, les personnages aussi mais le message reste le même. En effet, le conte existe sous forme de trame. Une trame que chacun adapte selon sa personnalité. Chacun apporte ainsi un peu de lui-même en fonction de son cadre de référence, des images que lui évoque le texte et de son ressenti. Conter est un exercice de prise de parole qui permet de sortir de sa zone de confort avec souplesse, plaisir et émerveillement.

Le schéma narratif du conte

La situation initiale
Les éléments perturbateurs
Les péripéties
L'intuition
La résolution
La situation finale

Une prise de parole maîtrisée seul (e) et à plusieurs

Exercices d'articulation et de respiration
Invention d'une parole à partir d'un mot, d'une image ou d'un objet

Le solfège du conteur : Musicalité du texte et musicalité du conteur

Le rythme
Les attaques et les finales
Les effets

Une présence ici et maintenant

Le souffle
La voix
La diction
La posture
La gestuelle
Le regard
Les silences
La concentration
L'appropriation de l'histoire racontée

Une improvisation maîtrisée

Gestion positive de son trac
Capacité à rebondir et à captiver son auditoire
Acceptation de l'imprévu
Respect de la suite logique du message

Un plaisir partagé

Interagir avec son auditoire en accueillant ses réactions

Savoir se vendre en moins de 5 minutes

Objectifs

Acquérir les techniques

Enrichir la vision de son rôle auprès du client

Oser et savoir pratiquer le rebond commercial

Conclure des ventes pérennes

Conjuguer optimisation des ventes et optimisation de la relation client

Public

Télé-conseiller, conseiller clientèle à distance, assistant(e)
Toute personne en situation de conseiller les clients sur les produits et services de l'entreprise

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Chaque participant va faire une immersion sur lui-même. Il va accepter de se remettre en question afin de pouvoir appuyer sur ses forces pour accroître son pouvoir de conviction. La particularité de cette formation réside dans les 80 % de pratique qui la compose et dans l'accompagnement tout au long de la formation par le consultant.

Programme

Faire un audit de soi

Adopter une démarche marketing :
Les règles de l'audit
Les indicateurs
Évaluer de manière objective son image

Différenciation entre l'image voulue et l'image perçue

Analyser son environnement
Réaliser un benchmark de son image

Mesurer l'écart entre son image et ses aspirations

Définir ses objectifs personnels et professionnels
Faire le bilan de la situation avec une analyse SWOT :
Strengths (forces)
Weaknesses (faiblesses)
Opportunities (opportunités)
Threats (menaces)

Mettre en place son "plan marketing d'image"

Définir les stratégies gagnantes à mettre en place
Identifier et mettre en œuvre les moyens adaptés
Soigner sa communication
Analyser la réussite

Apporter une solution adaptée

Creuser le contexte client : le questionnaire avancé des besoins et motivations
Conseiller une solution : le socle du diagnostic
Être soi-même convaincu et fier de sa solution
Convaincre par l'argumentation structurée
S'intéresser aux objections pour mieux les traiter



Le marketing de soi

Objectifs

- Être en capacité de faire son bilan personnel et professionnel
- Mieux se connaître afin d'avoir un regard objectif sur soi-même, gagner en performance
- Se valoriser et se démarquer
- Renforcer son impact
- Gérer sa trajectoire professionnelle

Public

Toute personne/équipe souhaitant appréhender ou/et maîtriser son image.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Dans une ambiance positive et constructive, les participants apprennent à travers différents ateliers individuels et collectifs à valoriser leur image. Grâce à des outils ludiques, dynamiques et créatifs, chaque personne se sent unique et peut renforcer sa différenciation.

Programme

1) Atelier miroir : mieux se connaître en identifiant ses qualités

L'importance de positionner son image et développer un « faire savoir » personnalisé

2) Bilan d'image

Définition des enjeux de l'image

L'identification des composantes de l'image

3) Réflexion autour des outils de l'image

Le langage de nombreux outils avec une attention particulière pour les couleurs

4) Le cercle vertueux du succès

Etre bien dans sa peau permet d'être bien dans sa tête et de réussir

5) Les 4 P du marketing

- Produit
- Promotion
- Place
- Prix

6) Les 3 « C » du marketing personnel

- La conscience
- La cohérence
- La confiance

7) Son image de marque

- . Codes des entreprises
- . Codes sociaux culturels
- . Codes géographiques
- . Codes de savoir-vivre
- . Codes des réseaux sociaux

8) Développement le marketing de soi

- être plus impactant
- être plus connu et reconnu pour son expertise/ses expertises
- être plus apprécié

Le Story-Telling

Objectifs

- Utiliser le storytelling pour passer d'une communication descriptive à une communication narrative
- S'appropriier les outils narratifs pour concevoir sa communication d'entreprise
- Savoir pitcher son projet d'entreprise
- Fédérer une équipe autour d'une histoire

Public

Toute équipe de communication interne qui souhaite utiliser le story-telling afin d'améliorer sa communication.

Durée - 2 jours

Les méthodes pédagogiques

Les + de 3R Consultants :

Grâce à l'utilisation de plusieurs techniques déjà éprouvées par le passé (PNL, prise de parole en public...), et la mise en place d'ateliers pratiques, le retour sur investissement de cette formation est maximisé.

Programme

Comprendre le concept de storytelling

Connaître les origines, les principes et les avantages du storytelling

Trouver son histoire à raconter

Identifier des thèmes porteurs dans ses objectifs de communication
Utiliser les lois de proximité pour être en phase avec son public
Choisir le bon thème et le bon angle narratif. Explorer le périmètre de son histoire avec le mindmapping

Les techniques de storytelling

Utiliser différents étapes du schéma narratif
Mettre en récit son entreprise, sa marque, ses services
Elaborer le pitch et le storyboard de son histoire

Développer sa capacité d'adaptation et son style de communication

Les participants découvriront leur profils AEC DISC
A travers des mises en situations, ils travailleront leur adaptabilité et leur style de communication
Identifier et comprendre son propre profil. L'image de soi : comment êtes vous perçu? Quel communicant vous êtes?

Appliquer le storytelling et donner du sens à son histoire

Utiliser plusieurs scénarii possibles en fonction de ses objectifs
Communication corporate : construire un récit de marque entreprise
Communication interne : les récits d'expériences et les messages stratégiques
Communication managériale : résoudre collectivement les problèmes, faire passer des messages complexes

Capter l'attention de l'auditoire

Utiliser le regard, poser sa gestuelle, adopter une attitude adéquate.
Intégrer les pauses / silences pour mettre en valeur son discours.
Travailler le rythme, le ton et le volume de la voix, l'articulation.
Occuper l'espace

Accroître sa capacité d'improvisation et d'imagination

Raconter une histoire sans préparation
Conter à plusieurs
S'entraîner à imaginer rapidement et développer son sens de la répartie

Structurer son histoire

Raconter par séquence.
Passer de l'essentiel à l'accessoire sans se perdre.
Ne pas perdre le fil de sa pensée

Utiliser le pouvoir des émotions

Se servir de ses émotions pour convaincre.
Être en relation avec l'auditoire en transmettant ses émotions

Établir son plan d'action