
FORMATION CONSEIL COACHING

FORMATION CONSEIL COACHING

CATALOGUE



SOMMAIRE

	<u>Page</u>
<u>PRESENTATION</u>	3
<u>METHODE PEDAGOGIQUE</u>	4
<u>CONTRAT DE PARTENARIAT</u>	5
<u>CHARTE DEONTOLOGIQUE</u>	6
<u>CONTACT</u>	9
<u>COMMUNICATION</u>	10
• Communiquer, moteur de toute relation	
• Améliorer la qualité de la relation client	
• Le téléphone efficace et la qualité de l'accueil	
• Prospection téléphonique	
• Vente par téléphone	
• Prospection et vente par téléphone	
<u>MANAGEMENT</u>	17
• Formation de formateur	
• Le management opérationnel	
• Cohésion d'équipe et plan d'action	
• Gestion des conflits	
<u>DEVELOPPEMENT PERSONNEL</u>	22
• Gestion du Stress en situation professionnelle	
• Maîtriser les situations difficiles et les états de stress professionnels en milieu hospitalier	
• Optimiser son temps de travail	
<u>REFERENCES</u>	28
<u>APPRECIATIONS DES STAGIAIRES</u>	29

PRESENTATION

Eric Lenoir Formateur & Coach,

Propose de mettre ses compétences et son savoir-faire au service de votre entreprise.

Mes activités :

- **La formation**
- **Le conseil**
- **Le coaching**

Mes domaines d'interventions :

- **Les relations humaines**
- **Le management de proximité**
- **Le développement personnel**

Ma mission :

- **Transmettre un savoir-faire opérationnel adapté aux spécificités de l'entreprise.**
- **Ma démarche respecte les 4 étapes essentielles du coaching, à savoir :**
 - **Une bonne définition des objectifs.**
 - **Un examen de la réalité présente.**
 - **La notification des options et des moyens à mettre en oeuvre.**
 - **La mise en application.**
- **Toutes les formations peuvent être adaptées pour répondre aux besoins spécifiques de votre entreprise.**

PEDAGOGIE

PEDAGOGIE

La méthode Pédagogique

- A partir du vécu des stagiaires, méthodologie interactive constante, exposés et tests, jeux de rôles magnétoscopés et mises en situations

Les Supports Pédagogiques

- Fiches techniques, schémas et tests. Documents pédagogiques remis aux stagiaires en fin de stage.
- Support visuel durant la formation : Vidéoprojecteur.

Evaluation de la formation

- La formation est validée par un rapport remis au responsable de formation et commenté. Il peut être envisagé une évaluation des acquis et analyse des actions mises en place, dans une période de deux mois suivant la formation.
- Je peux également assurer une démarche d'accompagnement à court, moyen et long terme (type coaching).

Mes principaux outils

- La Programmation Neuro-Linguistique.
- L'assertivité.
- La Communication Non-Violente.
- L'ennéagramme.
- L'analyse transactionnelle.
- Le coaching.
- ...

CONTRAT

Links Conseil

La gestion salariale des professionnels autonomes.

- Links Conseil est la société que j'ai choisie pour s'occuper de la gestion administrative et sociale de mes missions et projets. Elle occupe, en France, la position de leader sur son secteur d'activité.
- Links Conseil adhère également à la charte déontologique du Syndicat des Entreprises de Portage Salarial.

L'association de l'efficacité et de la sécurité

- Links Conseil est l'entreprise de ceux qui, tout en souhaitant gagner en autonomie, désirent travailler en choisissant le statut de salarié.
- Les entreprises trouvent en Links Conseil une entreprise organisée, garante de la qualité des prestations sur lesquelles elle s'est engagée par contrat et dont elle contrôle la réalisation.

Links Conseil apporte ainsi une réponse rapide et fiable aux besoins des professionnels et des entreprises.

- Adresse : Siège social
1-3, rue du Départ - Montparnasse -
75006 Paris
Tél. : 01.56.54.82.00
Fax : 01.56.54.82.01
- e-mail : info@links-conseil.com
- Site internet : <http://www.groupe-links.net>

CHARTRE DEONTOLOGIQUE

CHARTRE DEONTOLOGIQUE

S.E.P.S.

Syndicat des Entreprises de Portage Salarial

1 Avenue Hélène Boucher,
93123 La Courneuve cedex

1- Objet

Cette charte concerne les entreprises adhérentes au Syndicat des Entreprises de Portage Salarial (SEPS).

Les sociétés qui adhèrent au Syndicat s'engagent à agir dans le respect des droits communautaire et français. Elles s'engagent à combattre toutes dérives, à soumettre au Syndicat tous problèmes d'interprétation des textes législatifs en vigueur, à consulter les experts si le besoin en est.

2- Engagements envers les consultants salariés

Les sociétés qui adhèrent au Syndicat s'engagent vis-à-vis de leurs consultants salariés :

- A proposer aux candidats un cadre conventionnel établissant les obligations de chacune des parties préalablement à l'établissement effectif des contrats commerciaux et de travail,
- A proposer de mentionner, sur chaque contrat client et sur les factures correspondantes, les noms du ou des consultants salariés affectés à la mission objet du dit contrat,
- A fournir à chaque consultant salarié un double de chaque facture émise pour son travail,
- A donner les informations prévues par la loi :
 1. Le règlement intérieur applicable,
 2. La convention collective applicable et le lieu où elle est consultable,
 3. Le statut retenu, catégorie, échelon, coefficient suivant les qualifications de la convention collective applicable,
 4. Les règles de calcul des congés payés, de la prime de précarité éventuelle, de l'indemnité de licenciement éventuelle, des frais de transport et de repas éventuels,

- A rappeler au consultant salarié l'indépendance qu'il doit assumer, dans le respect de la réglementation, dans l'organisation de son travail par rapport aux horaires et à la hiérarchie de l'entreprise cliente,
- A faire respecter par le consultant salarié son indépendance intellectuelle par rapport au client, dans les limites des règles de l'art,
- A rappeler au consultant salarié qu'il est soumis au respect des dispositions du règlement intérieur et des règles d'hygiène et de sécurité en vigueur dans les locaux du client.
- A ne pas spéculer sur la trésorerie éventuellement dégagée par l'activité et la gérer en « bon père de famille ».
- Les sociétés de portage salarial adhérentes au SEPS s'engagent à réserver aux consultants salariés, dans leurs domaines de compétences, l'entière exclusivité de la clientèle prospectée par eux pour leur propre compte.

3- Engagements envers les clients

Les sociétés qui adhèrent au Syndicat s'engagent :

- A fonder le lien contractuel de la mission sur un document écrit (contrat, lettre de proposition ou devis accepté, facture de fin de mission),
- A établir systématiquement une facture pour toute prestation effectuée dont l'original est remis au client, et à fournir, après encaissement seulement, une facture acquittée si le client le demande,
- A informer le client, à sa demande, sur leur situation vis à vis de l'URSSAF et de l'Administration fiscale,
- A être couvertes par une assurance des risques de leur responsabilité civile et professionnelle et à fournir les attestations correspondantes à première demande,
- A respecter les règles déontologiques de la profession exercée par le consultant salarié, et celles édictées par le syndicat professionnel correspondant.

4- Engagements envers les institutions

Les sociétés qui adhèrent au Syndicat s'engagent :

- A procéder, auprès de l'URSSAF, à la Déclaration Unique d'Embauche (DUE) de façon systématique et avant le début de la première mission du consultant salarié,
- A respecter les obligations de paiement auprès des AGS, Caisses de Retraite et de prévoyance, APEC, etc., afin de garantir les droits des consultants salariés,
- A assurer la correspondance entre la durée et la période travaillées et déclarées sur les feuilles de payes et celles effectivement réalisées,
- A payer les salaires des consultants salariés conformément aux dispositions du contrat de travail et à refuser tout compte d'épargne interne sur les salaires dus contractuellement et tout paiement différé.

5- Engagements envers le délit de prêt de main-d'œuvre

Les sociétés qui adhèrent au Syndicat s'engagent à n'accepter aucune prestation qui serait assimilable à une mission de travail temporaire. Elles s'engagent à n'accepter que les missions de conseil dont la prestation reste sous leur responsabilité et qui est définie par son contexte, ses objectifs et ses résultats. L'organisation du travail du consultant salarié affecté à la mission sera totalement indépendante des horaires de l'entreprise cliente et non soumise à l'autorité de la hiérarchie de cette dernière ; le contenu de la mission sera reporté sur la facturation.

6- Validation

Cette charte a été approuvée par les membres fondateurs du Syndicat le 07 juillet 1998.

Links Conseil (la gestion salariale des professionnels autonomes)

- Links Conseil est la société de gestion salariale (ou de portage salarial) que j'ai choisi pour s'occuper de la gestion administrative et sociale de mes missions et projets. Elle occupe, en France, la position de leader sur son secteur d'activité.
- **Links Conseil est membre du Syndicat des Entreprises de Portage Salarial et adhère à la charte déontologique.**
- Adresse : Siège social
1-3, rue du Départ - Montparnasse -
75006 Paris
Tél. : 01.56.54.82.00
Fax : 01.56.54.82.01
- e-mail : info@links-conseil.com
- Site internet : <http://www.groupe-links.net>

Pour faire appel à mes services ou demander des précisions :

Par téléphone :	Par e-mail :	Par courrier :
04.94.04.96.17 06.98.26.09.45	top.formation@free.fr	318A Allée Alfred de Musset 83136 Garéoult

CONTACT

- E-mail :

top.formation@free.fr



- Téléphone :

04.94.04.96.17

- Téléphone portable :

06.98.26.09.45



- Adresse :

318A allée Alfred de Musset

83136 Garéoult



COMMUNICATION

COMMUNICATION

- COM-01** Communiquer, moteur de toute relation
- COM-02** Améliorer la qualité de la relation client & interpersonnelle
- COM-03** Le téléphone efficace et la qualité de l'accueil
- COM-04** Prospection téléphonique
- COM-05** Vente par téléphone
- COM-06** Prospection et vente par téléphone

COMMUNIQUER, MOTEUR DE TOUTE RELATION

DUREE : 2 jours

REF. : COM-01

OBJECTIFS :

- Connaître les règles de base de la communication.
- Définir ses atouts et ses freins à la communication efficace.
- Améliorer ses capacités relationnelles.

PARTICIPANTS :

- Tout public

PROGRAMME DU STAGE

Les bases de la communication interpersonnelle.

Les règles et le schéma de la communication orale.

- Les interlocuteurs et leur cadre de référence.
- Les freins et les obstacles à la communication et dysfonctionnements occasionnés : les précautions à cultiver.
- Applications au quotidien.

Repérer les comportements et les enjeux dans la communication.

- L'importance de l'écoute active et comment l'améliorer : la confirmation et la reformulation.
- Le questionnement, les types de questions.
- Applications au quotidien.

Mieux se connaître en relation : comment je perçois les autres et comment eux me perçoivent ?

- La communication verbale et non-verbale.
- Evaluer ses points forts, les points à améliorer et les freins personnels.
- Application au quotidien et exercices magnétoscopés.

Le discours qui facilite la communication.

- Le langage positif : les mots, les expressions qui facilitent la communication.
- Les expressions négatives et les tics de langage à éviter.
- Valoriser son interlocuteur.

Définir un plan d'action personnel.

- Ce que je décide de mettre en oeuvre.
- Ce qui pourrait m'empêcher d'atteindre mes objectifs.
- Comment vais-je pouvoir évaluer mes progrès ?

AMELIORER LA QUALITE DE LA RELATION CLIENT

DUREE : 2 jours

REF. : COM-02

OBJECTIFS :

- Connaître les règles de base de la communication.
- Définir ses atouts et ses freins à la communication efficace.
- Améliorer ses capacités relationnelles.

PARTICIPANTS :

- Toute personne en relation avec la clientèle.

PROGRAMME DU STAGE

Les bases de la communication interpersonnelle.

Les règles et le schéma de la communication orale.

- Les interlocuteurs et leur cadre de référence.
- Les freins et les obstacles à la communication et dysfonctionnements occasionnés : les précautions à cultiver.
- Applications au quotidien.

Repérer les comportements et les enjeux dans la communication.

- L'importance de l'écoute active et comment l'améliorer : la confirmation et la reformulation.
- Le questionnement, les types de questions.
- Applications au quotidien.

Mieux se connaître en relation : comment je perçois les autres et comment eux me perçoivent ?

- La communication verbale et non-verbale.
- Evaluer ses points forts, les points à améliorer et les freins personnels.
- Application au quotidien et exercices magnétoscopés.

Véhiculer une image de marque de qualité : le savoir-être, image et comportement.

Mesurer la dimension commerciale de la relation clientèle :

- Véhiculer la meilleure image de marque.

Améliorer la qualité de la relation client :

- Comprendre l'interlocuteur et répondre à sa demande.
- Se présenter et sourire.
- Proposer une réponse adaptée à la demande, le renseigner.
- Conclure de façon personnalisée.
- Gérer les réclamations, faire face aux clients déstabilisants et traiter les objections.

Le discours qui facilite la communication.

- Le langage positif : les mots, les expressions qui facilitent la communication.
- Les expressions négatives et les tics de langage à éviter.
- Valoriser son interlocuteur.

Définir un plan d'action personnel.

- Ce que je décide de mettre en oeuvre.
- Ce qui pourrait m'empêcher d'atteindre mes objectifs.
- Comment vais-je pouvoir évaluer mes progrès ?

TELEPHONE ET QUALITE DE L'ACCUEIL

DUREE : 2 jours

REF. : COM-03

OBJECTIFS :

- Améliorer l'accueil des clients au téléphone.

PARTICIPANTS :

- Tout public en contact direct avec la clientèle.

PROGRAMME DU STAGE

Questions, interprétation, évaluation.

- Etes-vous efficace au téléphone ?
- Comment accueillez-vous votre interlocuteur ?
- Savez-vous prendre et laisser des messages ?
- Savez-vous écouter ?
- Avez-vous de l'assurance au téléphone ?

Une bonne impression.

- Donnez-vous une image professionnelle ?
- Avez-vous une écoute active ?
- Le stress affecte-il vos performances ?
- La voix, le ton, le volume, le débit, l'articulation, les attitudes non verbales, le sourire.
- Le langage non verbal, l'écoute, le re-formulation, le réflexe d'analyse.
- La stratégie de questionnement, le langage positif, la relaxation. Les règles d'or : répondez efficacement.

Le standard.

- Valorisation de l'information : son importance dans l'image de marque de la société.
- Accueil, information, orientation.
- La mise en place des outils d'accueil et des protocoles.
- Formules d'accueil (ne dites pas, dites plutôt) et diagnostic de l'appel.

Communiquer oralement : maîtrise de l'entretien téléphonique.

- Réception et transmission des appels.
- Annoncer une absence et prendre un message.
- Filtrage : Identification : Obtenir le " qui ? ", Obtenir le " quoi ? ", le barrage.
- Prise de message : transmettre l'appel, faire épeler un nom propre ou de société.
- Préparer un appel sortant.
- L'assurance dans les situations difficiles : savoir dire non.
- Les bavards, les silencieux et les hésitants, les agressifs.
- La gestion des conflits : gérer les plaintes et les réclamations.

PROSPECTION TELEPHONIQUE

DUREE : 2 jours

REF. : COM-04

OBJECTIFS :

- Permettre à chaque participant de développer sa communication et sa capacité à convaincre par téléphone. A l'issue de la formation, chaque participant disposera ainsi des compétences clés pour vendre efficacement par téléphone.

PARTICIPANTS :

- Toutes personnes ayant à vendre par téléphone

PROGRAMME DU STAGE

Connaître et pratiquer les techniques de la communication par téléphone.

- Tester votre " savoir-téléphoner ".
- Identifier les limites de la communication par téléphone.
- Adapter son expression verbale.
- Choisir les mots essentiels.
- Pratiquer l'écoute active.

Organiser la téléprospection.

- Choisir un secteur d'activité.
- Sélectionner un fichier.
- Apprêter ses fiches.
- Renseigner sa base de données informatique.

Surmonter les obstacles.

- Psychologie du prospect.
- Franchir les barrages.
- Détecter le plutôt possible le bon interlocuteur.
- Savoir présenter son prix avantageusement.
- Garder l'initiative de la relance et de la suite à donner.

Assurer le suivi de ses actions.

- Etablir un plan de relance et fidéliser par téléphone.
- Saisir et susciter les occasions d'appel.
- Optimiser le rythme des visites téléphoniques.
- Conduire les entretiens de fidélisation.
- Relance des clients dormants et réactiver des propositions en attente.

VENTE PAR TELEPHONE

DUREE : 2 jours

REF. : COM-05

OBJECTIFS :

- Permettre à chaque participant de développer sa communication et sa capacité à convaincre par téléphone. A l'issue de la formation, chaque participant disposera ainsi des compétences clés pour vendre efficacement par téléphone.

PARTICIPANTS :

Toutes personnes ayant à vendre par téléphone

PROGRAMME DU STAGE

Connaître et pratiquer les techniques de la communication par téléphone.

- Tester votre " savoir-téléphoner ".
- Identifier les limites de la communication par téléphone.
- Adapter son expression verbale.
- Choisir les mots essentiels.
- Pratiquer l'écoute active.

Vendre par téléphone.

- Maîtriser les différents types de vente par téléphone.
- Le Guide d'entretien.
- Savoir poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés.
- Déterminer les attentes et les motivations.
- Développer une argumentation persuasive.
- Traiter les objections.
- Engager l'interlocuteur vers la conclusion pour obtenir la confirmation écrite.
- Elargir la vente.

Surmonter les obstacles à la vente.

- Psychologie du prospect.
- Franchir les barrages.
- Détecter le plutôt possible le bon interlocuteur.
- Savoir présenter son prix avantageusement.
- Garder l'initiative de la relance et de la suite à donner.

Assurer le suivi de ses actions.

- Etablir un plan de relance et fidéliser par téléphone.
- Saisir et susciter les occasions d'appel.
- Optimiser le rythme des visites téléphoniques.
- Conduire les entretiens de fidélisation.
- Relance des clients dormants et réactiver des propositions en attente.

PROSPECTION ET VENTE PAR TELEPHONE

DUREE : 2 jours

REF. : COM-06

OBJECTIFS :

- Permettre à chaque participant de développer sa communication et sa capacité à convaincre par téléphone. A l'issue de la formation, chaque participant disposera ainsi des compétences clés pour vendre efficacement par téléphone.

PARTICIPANTS :

- Toutes personnes ayant à vendre par téléphone.

PROGRAMME DU STAGE

Connaître et pratiquer les techniques de la communication par téléphone.

- Tester votre " savoir-téléphoner ".
- Identifier les limites de la communication par téléphone.
- Adapter son expression verbale.
- Choisir les mots essentiels.
- Pratiquer l'écoute active

Organiser la téléprospection.

- Choisir un secteur d'activité.
- Sélectionner un fichier.
- Apprêter ses fiches.
- Renseigner sa base de données informatique.

Vendre par téléphone.

- Maîtriser les différents types de vente par téléphone.
- Le Guide d'entretien.
- Savoir poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés.
- Déterminer les attentes et les motivations.
- Développer une argumentation persuasive.
- Traiter les objections.
- Engager l'interlocuteur vers la conclusion pour obtenir la confirmation écrite.
- Elargir la vente.

Surmonter les obstacles à la vente.

- Psychologie du prospect.
- Franchir les barrages.
- Détecter le plutôt possible le bon interlocuteur.
- Savoir présenter son prix avantageusement.
- Garder l'initiative de la relance et de la suite à donner.

Assurer le suivi de ses actions.

- Etablir un plan de relance et fidéliser par téléphone.
- Saisir et susciter les occasions d'appel.
- Optimiser le rythme des visites téléphoniques.
- Conduire les entretiens de fidélisation.
- Relance des clients dormants et réactiver des propositions en attente.

MANAGEMENT

- MAN-01** Formation de formateur
- MAN-02** Le management opérationnel
- MAN-03** Cohésion d'équipe et plan d'action
- MAN-04** Gestion des conflits

FORMATION DE FORMATEUR

DUREE : 2 jours

REF. : MAN-01

OBJECTIFS :

- Préparer des actions de formation avec méthode.
- Tenir compte des grands principes pédagogiques.
- Adapter la formation aux outils pédagogiques et aux techniques de l'entreprise.

PARTICIPANTS :

- Tout personnel appelé à conduire des actions de formation ou d'information.

PROGRAMME DU STAGE

Clarifier une demande de formation: acteurs, contexte, thème et résultat.

- Le plan de conception d'un kit de formation.
- De l'analyse de la demande aux objectifs de formation.
- La connaissance des profils des futurs formés.
- La recherche documentaire et l'analyse de l'existant.

Structurer une session de formation.

- Décliner les objectifs généraux de formation en objectifs pédagogiques.
- Associer une séquence pédagogique à chaque objectif pédagogique.
- Evaluer l'enchaînement des séquences pédagogiques.

Identifier les principales démarches pédagogiques.

- Méthode magistrale.
- Méthode interrogative.
- Méthode démonstrative.
- Méthode découverte.
- Méthode coactive.
- Méthode du projet.

Développer un style d'animation interactif.

- Choix de l'approche pédagogique.
- Equilibre entre théorie et pratique.

Choisir les supports.

- Les outils pédagogiques pour les apprenants : guide participant, les outils de diagnostic, les études de cas, les jeux de rôles, les simulations.
- Les outils pédagogiques pour les formateurs : le guide animateur, les transparents.

Définir le rôle du tuteur et ses responsabilités.

- Evaluation des compétences initiales.
- Processus de suivi.
- Bilan des compétences acquises.

LE MANAGEMENT OPERATIONNEL

DUREE : 2 jours

REF. : MAN-02

OBJECTIFS :

- Savoir animer une équipe opérationnelle.
- Favoriser la productivité et l'efficacité.
- Accompagner et parer une situation conflictuelle.

PARTICIPANTS :

- Toute personne responsable d'équipe.

PROGRAMME DU STAGE

La découverte de l'équipe.

- D'où je viens, qui je suis, où je vais ?
- L'image et le retour sur image.
- L'assertivité.

Connaître l'organisation de son entreprise

- Le Dessen.
- Les politiques : Actifs, hommes, marchandises, argents.
- L'organigramme : Fonction, mission et responsabilités permanentes.
- Stratégies annuelles de la société et des services.

Les 3 modes de management ou l'art d'être performant

- Le commandement : dire.
- La négociation : écouter.
- L'animation : faire ensemble.

Le management de projet ou comment fédérer son équipe

- Conception de projet : brainstorming.
- Structure de découpage du projet : carte d'organisation et ligne du temps.
- Plan d'action du projet.

Analyse des performances

- Analyser vos propres performances.
- Analyser les performances de votre équipe : support, points de contrôle, outils de « retour ».
- Former chacun sur l'exécution du métier.

COHESION D'EQUIPE ET PLAN D'ACTION

DUREE : 2 jours

REF. : MAN-03

OBJECTIFS :

- Générer l'adhésion de l'équipe aux projets de l'entreprise.
- Développer les réflexes de communication, d'organisation, de réflexion et de prise de décision en commun.
- Clarifier les fonctions de chacun et l'organisation générale.
- Sensibiliser l'équipe à l'importance de la prise de recul, d'une réflexion sur le futur.
- Définir un plan d'action pour accompagner l'évolution de l'entreprise.

PARTICIPANTS :

- Toute personne responsable d'équipe.

PROGRAMME DU STAGE

La découverte de l'équipe.

- D'où je viens, qui je suis, où je vais ?
- L'image et le retour sur image.
- L'assertivité.

La communication au sein de l'équipe.

- Rappel des principes de communication.
- La circulation de l'information.
- La communication formelle et informelle.

L'organisation de l'équipe.

- Rappel des principes d'organisation.
- Fonctions et missions de chacun.
- Le constat de l'existant.

L'efficacité du travail en équipe.

- Acceptation de l'altérité.
- Analyse de problèmes et prises de décision.
- La progression de l'équipe vers ses objectifs.

Le Plan d'action.

- Le devenir de la qualité : créativité et réflexion.
- Les objectifs : formulations concrètes.
- L'organisation : pilotes et échéances.

L'éthique de la mise en oeuvre.

- L'adhésion aux décisions.
- Le respect de l'engagement.
- L'exemplarité nécessaire à la crédibilité.

GESTION DES CONFLITS

DUREE : 2 jours

REF. : MAN-04

OBJECTIFS :

- Comprendre le problème dans son ensemble et les différents enjeux.
- Se mettre à la place de l'autre, le changement de position de perception.
- Négocier, trouver un terrain d'entente pour progresser.

PARTICIPANTS :

- Toute personne responsable d'équipe.
- Toute personne amené à travailler en équipe.
- Toute personne en contact direct avec les clients.

PROGRAMME DU STAGE

La prise en charge du conflit.

- Les niveaux : structurel, fonctionnel, relationnel
- Le positionnement des secteurs : protagonistes (la grille des alliés)
- Diagnostiquer la nature du conflit.
- Prendre la mesure des enjeux du conflit.
- L'externalisation du problème.
- Mécanisme de l'agressivité : les 3 phases de l'agression.

L'analyse d'une stratégie.

- L'approche structurelle : Appui sur le cadre légal.
- L'approche fonctionnelle : L'organisation, redéfinition des positions.
- Les comportements assertifs.
- Les priorités : stratégie et plan d'action.

Les techniques opérantes.

- Les différents processus d'intervention à chaque phase du conflit.
- La gestion des transactions : Entretien de renforcement.
- La réunion de crise : l'animation au millimètre.
- La validation des engagements.
- Savoir dire NON.
- Le "comment d'après vous".
- Le "j'ai décidé".
- Le recadrage diplomatique.
- L'arbitrage.

L'implication personnelle dans la gestion du conflit.

- Travailler sur situation réelle ou cas préétabli.
- Analyse et gestion en sous-groupe.
- Jeux de rôles et modélisation.
- La gestion des répercussions après le conflit.
- je négocie plus fort et plus loin que l'autre.

Le Plan d'action.

- Les objectifs : formulations concrètes.
- L'organisation : pilotes et échéances.

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- DEV-02** Gestion du Stress en situation professionnelle
- DEV-03** Maîtriser les situations difficiles et les états de stress professionnels en milieu hospitalier
- DEV-04** Optimiser son temps de travail

GESTION DU STRESS EN SITUATION PROFESSIONNELLE

DUREE : 2 jours

REF. : DEV-02

OBJECTIFS :

- Définir, mieux comprendre le stress.
- Reconnaître et prévenir les manifestations négatives du stress.
- Apprendre à le gérer et à le réorienter positivement.

PARTICIPANTS :

- Tout public

PROGRAMME DU STAGE

Définition du stress.

- Stress-anxiété-angoisse, la notion de niveau optimal de stress.
- Les signes psychologiques du stress.
- Actes de la vie qui génèrent le stress.

La réponse physiologique de l'organisme au stress.

- Le rôle du système nerveux et du système endocrinien selon Hans Selye.
- Le rôle du cerveau.

Les caractéristiques du stress.

- L'intensité du stress, l'absorption du stress.

Les signes généraux.

- Les signes corporels : les tensions, les signes psychologiques.
- Les trois étapes d'épuisement.

Les types de personnalité prédisposés au stress.

- Comment aborder ces types de personnalité ?
- Les méthodes d'autodiagnostic.

Optimiser son niveau de stress.

- La dynamique de changement.
- Repérer et localiser ce qui est source de stress.
- Développer l'estime de soi.

Faire face à des situations professionnelles difficiles.

- Le stress dans les différents milieux professionnels.
- L'art de gérer le stress.
- Approches des différentes méthodes de relaxation :
 - La méthode de Schultz.
 - La méthode de Jacobson.
 - L'auto-hypnose.

MAÎTRISER LES SITUATIONS DIFFICILES ET LES ETATS DE STRESS PROFESSIONNELS EN MILIEU HOSPITALIER

DUREE : 2 jours

REF. : DEV-03

OBJECTIFS :

- Comprendre les origines du stress pour le canaliser et apprendre à connaître sa propre résistance au stress.
- Maîtriser les effets du stress pour une meilleure prise en charge des patients.
- Acquérir des méthodes pour positiver face à une situation stressante.
- Transformer son stress en facteur d'efficacité professionnelle.

PARTICIPANTS :

- Toute personne travaillant dans un service de soins ou dans les services administratifs d'un établissement de soins.

PROGRAMME DU STAGE

Analyser ses émotions et reconnaître le stress.

- Définir les stress.
- Faire la différence entre la stimulation et le stress.
- Connaître les causes.
- Connaître les conséquences des différentes manifestations du stress.

Identifier les situations et contraintes génératrices de stress.

- Facteurs extérieurs : le patient, la famille, les services particulièrement exposés au stress et à l'agressivité de part la pathologie, l'organisation et les relations du travail.
- Travail sur l'agressivité :
 - Prise de conscience des réalités.
 - Compréhension du phénomène et des facteurs déclenchant.

Techniques en situation de stress.

- Apprendre à positiver.
- Equilibrer les besoins de risque et de sécurité dans le cadre professionnel.
- Utiliser les outils de relaxation pour mieux contrôler son stress.
- Mettre en oeuvre ses ressources personnelles et les techniques acquises.

Faire de son stress un facteur d'efficacité.

- La gestion du stress du patient et les mécanismes de transmission du stress.
- Comprendre le stress du malade, communiquer avec lui et le rassurer.
- Savoir s'adapter aux situations d'urgence et aux situations difficiles.
- Gérer et maîtriser une situation d'agressivité.

Les types de personnalité prédisposés au stress.

- Comment aborder ces types de personnalité ?
- Les méthodes d'autodiagnostic.



Optimiser son niveau de stress.

- La dynamique de changement.
- Repérer et localiser ce qui est source de stress.
- Développer l'estime de soi.

Faire face à des situations professionnelles difficiles.

- Le stress dans les différents milieux professionnels.
- L'art de gérer le stress.
- Approches des différentes méthodes de relaxation :
 - La méthode de Schultz.
 - La méthode de Jacobson.
 - L'auto-hypnose.

OPTIMISER SON TEMPS DE TRAVAIL

DUREE : 2 jours

REF. : DEV-03

OBJECTIFS :

- Savoir organiser son temps en fonction de son rôle et de ses responsabilités
- Etre capable de distinguer l'important de l'urgent
- Acquérir des outils et des méthodes afin de maîtriser sa gestion du temps
- Savoir anticiper et planifier ses activités

PARTICIPANTS :

- Toute personne disposant d'une autonomie suffisante sur son temps et ses méthodes pour améliorer son efficacité dans le travail.

PROGRAMME DU STAGE

Connaître l'organisation de son entreprise

- Le Dessen.
- Les politiques : Actifs, hommes, marchandises, argents.
- L'organigramme : Fonction, mission et responsabilités permanentes.
- Stratégies annuelles de la société et des services.

Anticipation

- Mettre fin à l'inquiétude chronique.
- Prévenir les problèmes et limiter les imprévus.
- Identifier les « grignoteurs » de temps.

Gestion des priorités

- Les priorités de sa fonction : ses missions et responsabilités.
- Ses priorités professionnelles : ses buts à long, moyen et court termes.
- Ses priorités de vie : pyramide des besoins humains.
- Différencier l'important de l'urgent.

Techniques de planification

- Les points clés : mémoriser, planifier, harmoniser, règle des 20/80, ...
- Lister et analyser ses activités.
- Structurer son travail : regrouper les tâches similaires.
- Planning mensuel : échancier.
- Planning hebdomadaire :
 - Planifier la maintenance du système organisationnel.
- Planning quotidien : inventaire des tâches et carnet de bord.
- Management de projet : conception, plan d'actions et suivi.
- Agenda papier ou agenda électronique ?

REFERENCES

- **Quelques entreprises pour lesquelles je suis intervenu.**
- **Soit en tant qu'intervenant pour des organismes de formation soit sous forme de portage salarial.**

- Caisse Nationale Militaire de Sécurité Sociale
- Hôpital Sainte-Anne à Toulon
- Hôpital Léon Bérard à Hyères
- Institut Arnaud Tzanck à Saint-Laurent-du-Var (Clinique)
- Sivaël
- BMTI à la Seyne sur Mer
- Société d'autoroute Escota District de Meyrargues
- Société d'autoroute Escota District d'Aubagne Pont-de-l'étoile
- Société d'autoroute Escota échangeur de Bandol
- Société d'autoroute Escota District du Cannet des Maures
- Société d'autoroute Escota District de Mandelieu
- La DCM à Toulon
- Comité Départemental du Tourisme - Conseil Général – Draguignan
- Centre de Vacances du BTP à Agay
- Chambre des métiers de Saint-Tropez
- Conférence pour l'URAPEL (Union Régionale Association Pour l'Enseignement Libre) à Cannes
- ...

TEMOIGNAGES

Voici des commentaires de stagiaires sur mes prestations. Je ne peux pas mentionner ici les coordonnées précises mais si vous le souhaitez je peux vous présenter les documents originaux lors d'un prochain rendez-vous.

Très enrichissant sur le plan personnel. Permet de modifier son comportement.

Gilles.

Stage avec un contenu synthétique et de qualité.
Bonne ambiance de stage.

Christelle.

Une bonne façon de redémarrer une saison : des outils pour faciliter la gestion des événements de l'entreprise et la reprise de contact avec les collègues de travail.
Merci à vous.

Bau.

On devrait avoir une formation tous les ans sur le thème de la communication. Que tout le personnel de l'entreprise suive ce stage pour que tout le monde parle le même langage. L'animateur a été excellent et surtout de bonne humeur.

Francis.

Formation très intéressante.

Garcia.

Animateur intéressant à écouter. Bon orateur.

Lorette.

Après ma première journée de stage un résumé des informations reçues a été abordé en famille. Je reconnais certaines erreurs dans mon comportement et je compte mettre en place prochainement dans certaines situations une attitude plus "réfléchie". Je pense que ce type de stage devrait au moins durer une semaine car beaucoup de problèmes seraient certainement évités si au départ les vrais outils de communication étaient maîtrisés.

Frédéric.

C'est la première fois que je participe à ce type de stage par rapport à la fonction que j'occupe, j'aimerais en refaire d'autres. Cela ne peut-être qu'enrichissant. A suivre.

Hugon.

Animateur passionné et très intéressante formation. L'animateur m'a donné envie de passer à l'écoute.

Jessyca.

Formateur à garder pour cette formation au niveau d'escota.

Patrick.

Ce stage me permettra certainement d'améliorer ma communication et mon écoute dans la vie en général. Il m'a permis de mettre à jour certaines lacunes dont je n'avais peut-être pas conscience.

Sumian.

L'investissement formation : La performance des hommes, le succès des entreprises



Site internet : <http://www.topevolution.com>

Pour faire appel à mes services ou demander des précisions :

Par téléphone :	Par e-mail :	Par courrier :
04.94.04.96.17 06.98.26.09.45	top.formation@free.fr	318A Allée Alfred de Musset 83136 Garéoult