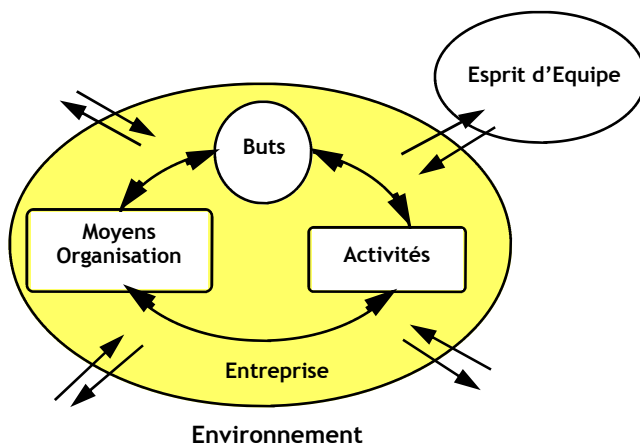


Cycle N° 7

Communiquer pour gagner

Cycle 7 - Communiquer de manière motivante



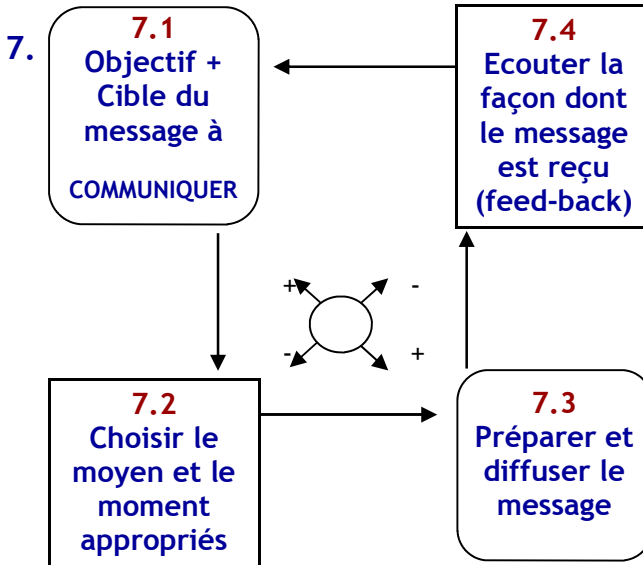
7. Communiquer pour gagner

Check-list

1. Ce programme 90Jours s'adresse d'abord aux responsables exerçant - ou ayant prochainement à exercer des fonctions de dirigeant , avec des équipes à conduire - superviser - coacher. Il concerne également chaque personne qui a un projet à réaliser, un défi à relever.
2. Le But : le parcours est à l'image d'un puzzle, une énigme à résoudre, un ensemble à construire. Chaque pièce du puzzle constitue un élément important - mais un élément seulement ! Le BUT est atteint lorsque vous avez reconstitué l'image globale.
3. Le parcours est basé sur une méthode d'auto-progression éprouvée. Il peut être accompli seul ou en équipe. Travailler à deux ou à plusieurs est toujours stimulant. Il existe des programmes 90J à différents niveaux et dans plusieurs domaines.
4. Il y a 12 cycles dans le parcours, chacun correspondant à 1 semaine . A chaque fois, un DEFI à relever, des SOLUTIONS à trouver, pour obtenir des RESULTATS, en adaptant le modèle à vos besoins et à votre personnalité.
5. Ensuite, passez au cycle suivant, même si vous estimez avoir encore des progrès à réaliser. Vous pourrez toujours y revenir ultérieurement. Évaluez votre situation au début et à la fin de chaque cycle.
6. Nous organisons régulièrement des ateliers de courte durée sur la méthodologie 90Jours, avec le modèle S.T.R.A.T.E.G.I.C.. Nous vous recommandons vivement de participer à un atelier, pour bien maîtriser le système et expérimenter la force du concept dans une équipe. Des ateliers sont également organisés en entreprise ou institution, sur demande.

Cycle N° 7

Communiquer pour gagner



" Ne vous demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous, mais plutôt ce que vous pouvez faire pour votre pays " John F. Kennedy (1917-1963) - 35e président des U.S.A

Le DEFI:

- Communiquer n'est pas causer ! C'est faire partager quelque chose, engager un dialogue, créer une émotion . Cela se prépare !

La SOLUTION:

- Faire preuve de bon sens et utiliser une technique comme l'Analyse transactionnelle, par exemple.

Les RESULTATS:

- Je cible mieux mes communications, je créer de meilleures relations dans un style Gagnant-Gagnant.

Résumé :

le carré magique pour passer de la théorie à l'action et faire des progrès étonnants en 90 jours. -

7.1
Bien définir l'Objectif et la Cible du message à communiquer

7.2
Choisir le moyen et le moment appropriés

7.3
Préparer et diffuser le message

7.4
Ecouter et évaluer la façon dont le message est reçu

Mettez- à jour vos connaissances de management !
Accordez-vous 90 jours pour appliquer les meilleures pratiques et gagnez

90 Jours

12

Vos actions du cycle 7:

7 Communiquer pour gagner

1. *Évaluez votre situation actuelle - pages 7-14/15 et inscrivez vos objectifs pour ce cycle -*
2. *Durant toute la semaine, planifiez vos activités et notez vos points forts et faibles en relation avec le cycle 7.*
3. *Examinez si vous travaillez en fonction de vos véritables priorités.*
4. *Fixez vos objectifs d'amélioration à 90 Jours dans le domaine du cycle 7, en travaillant avec le « carré magique » de la p. 7.2 et en vous aidant des différents supports du cycle 7.*
5. *Vous pourrez ultérieurement effectuer un nouveau parcours du cycle 7, si vous le jugez utile. La semaine prochaine, passez toutefois au cycle suivant.*

7

Grille pour une bonne communication

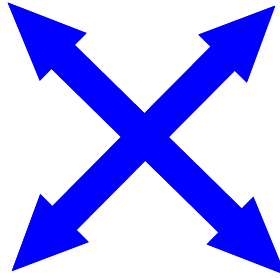
Observation :

Percevoir :

- le message sans déformation
- les signaux non verbaux
- ce qui n'est pas dit,
- ce qui est ressenti.

Écoute :

- Écouter activement
- Laisser parler sans interrompre.
- Manifester son intérêt par des formules d'acquiescement, verbales ou corporelles
- Éviter tout à priori ou jugement de valeur.



Questions :

Choisir le type de question en fonction de la réponse souhaitée et du moment :

- Ouvertes,
- Alternatives
- Fermées

Éviter les fausses questions :

- Questions dirigées
- Questions interrogatives négatives

Reformulation :

- Résumer de manière objective et concise les propos de son interlocuteur :
- Pour contrôler sa propre compréhension,
- Pour prouver qu'on écoute.

Le mot clé pour démarrer la reformulation :

Si j'ai bien compris...

Autrement dit...

Vous disiez que...



Résumé :

Le **point de bascule** pour inciter un interlocuteur à se mettre en route, dans la direction souhaitée, réside souvent dans la question qui va faire s'allumer en lui une lumière.

Typologie des questions :

1. Questions ouvertes :

Elles commencent par : comment ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui ?

Exemple :

Qu'est-ce qui vous préoccupe particulièrement dans la situation que vous vivez ?

2. Questions fermées

Elles commencent par un verbe.

Exemple :

Utilisez-vous cette technique ?

3. Questions alternatives

Elles donnent l'impression de laisser un choix, mais celui-ci est limité.

Exemple :

Préférez-vous que nous nous rencontrions le matin ou l'après-midi ?

Les trois orientations de questions

Question de fait

But : obtenir des informations.

Exemple :

Quelles sont vos méthodes de travail ?

Utilisez-vous l'informatique.

Questions d'opinion

But : Obtenir des prises de position

Exemple :

Que pensez-vous du matériel que vous utilisez ?

Etes-vous satisfait de supports utilisés ?

Questions de changement

But : Faire réfléchir sur le futur.

Exemples :

Comment imaginez-vous vos nouveaux accès ?

Aimeriez-vous trouver un moyen de gagner de la place ?

Ce que l'être humain retient



LIRE 10%



ENTENDRE
ET VOIR 50%



ENTENDRE 20%



DIRE 70%



VOIR 30%



FAIRE 90%

Brève introduction à l'Analyse transactionnelle

Formalisée par Eric **BEME** dans les années 1960, (AT) l'**analyse transactionnelle** a d'abord été utilisée pour l'étude des comportements et des relations individuelles avant d'être étendue à l'analyse des groupes.

Fondée sur la recherche **des qualités de la personne ou de l'organisation**, l'AT s'efforce de favoriser leur développement en s'appuyant sur la **valorisation de l'esprit de responsabilité**, la **nécessité de l'expression** et sur la **recherche de l'autonomie**.

La démarche méthodologique de l'analyse transactionnelle repose sur quatre niveaux d'investigation :

- **L'analyse des états du moi** : ce qui se passe à l'intérieur de chaque personne et l'analyse des fonctions remplies par les différentes parties de la personnalité ;
- **L'analyse des transactions** : ou des échanges entre les personnes ;
- **L'analyse des jeux ou des rôles** autour desquels s'organisent certains échanges en les dénaturant ;
- **L'analyse des scénarios**, qui consiste à reconstruire un "plan de vie" ou un système de comportement, construit depuis l'enfance au gré des événements et des influences subies.

Appliquée à l'entreprise, l'analyse transactionnelle constitue un outil d'approche de l'organisation, de la communication interne ou externe, des modes de gestion des ressources humaines ou des pratiques commerciales.

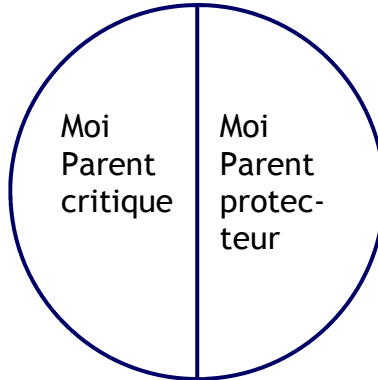
« L'Analyse Transactionnelle (AT) s'attache à faire progresser l'individu dans ce qu'il fait (comportementalisme) et non à faire réfléchir la personne sur ce qu'elle est. » (Freud, son maître Pavlov)

Les 3 étapes de base :

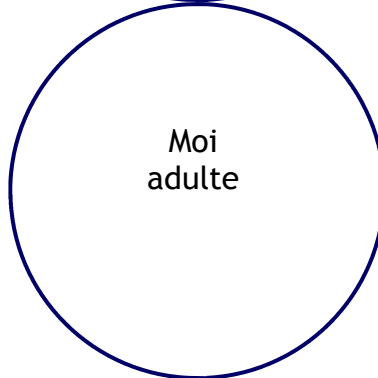
- L'état du moi **Parent**
- L'état du moi **Adulte**
- L'état du moi **Enfant**

L'analyse transactionnelle: Les différents états du moi

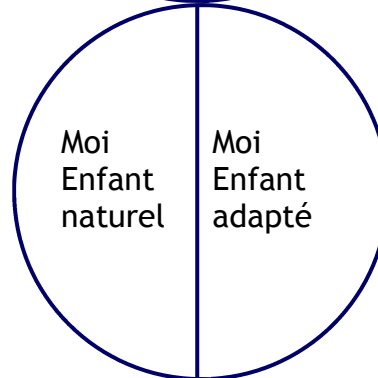
Etat du moi
Parent



Etat du moi
Adulte



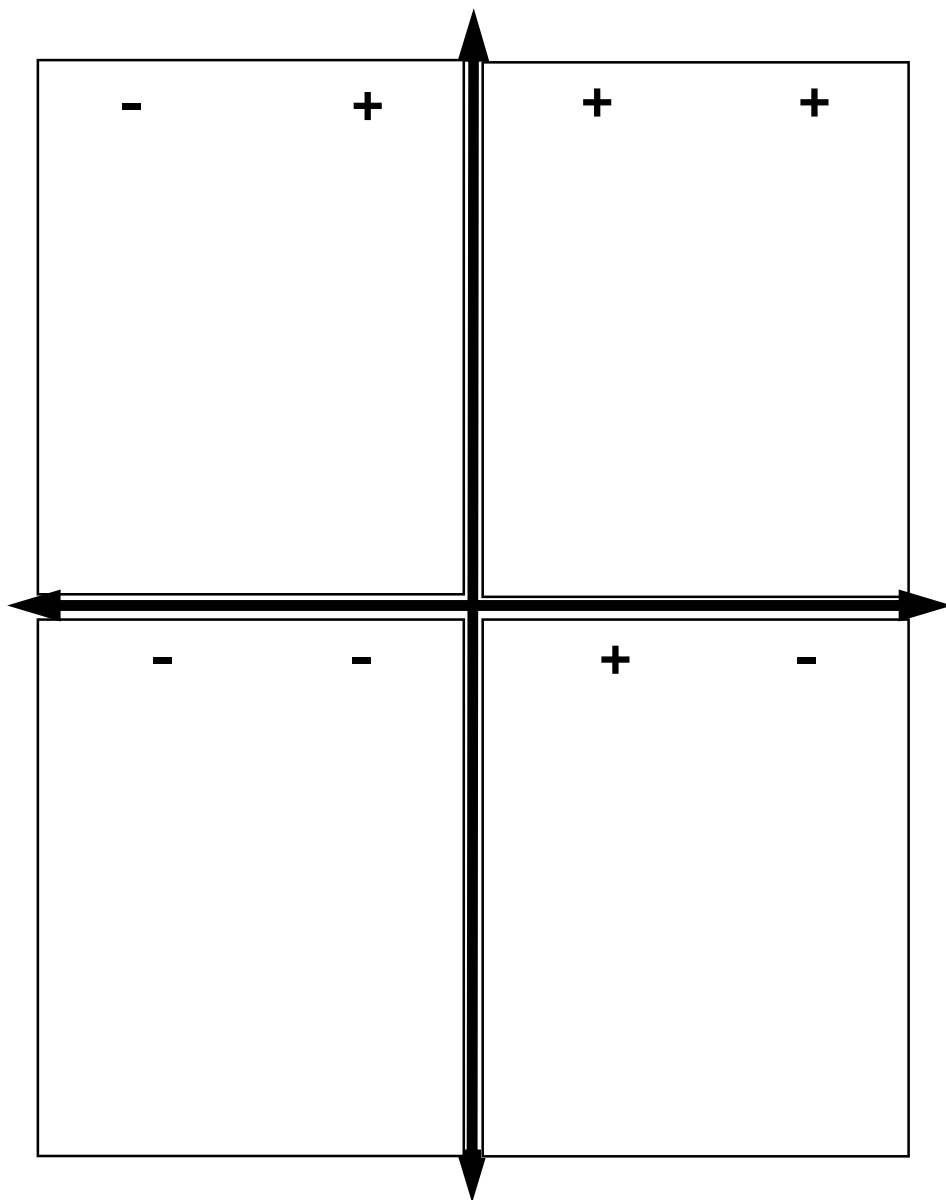
Etat du moi
Enfant



Le schéma de Harris sur les positions de vie



Le schéma de Harris sur les positions de vie



La technique DESC

La technique DESC sert à améliorer vos relations avec les autres, modifier un comportement, régler un conflit ou prendre une (bonne) décision.

Bien utilisée, la technique DESC (d'origine canadienne) est un outil à la fois simple et extraordinaire que nous vous recommandons au plus haut point.

Elle consiste à fractionner un problème comme suit :

D = DÉCRIRE (*Je constate les faits suivants...*)

A faire

- Décrivez objectivement le comportement de l'autre personne.
- Utilisez des termes concrets.
- Décrivez une place, une heure et une fréquence spécifique de ce comportement
- Décrivez l'action non pas le motif.

A ne pas faire

- Décrire vos réactions émotionnelles face à ce comportement.
- Utiliser des termes abstraits et vagues.
- Généraliser par "tout le temps".
- Essayer d'imaginer les buts et les motifs de l'autre personne.

E = Exprimer (*Je vis les émotions suivantes...*)

A faire

- Exprimez vos sentiments.
- Exprimez-vous calmement
- Faites état de vos sentiments d'une façon positive en les reliant au but à atteindre.
- Dirigez-vous vers le comportement spécifique à changer, (pas toute la personne).

A ne pas faire

- Renier ses sentiments.
- Vous laisser aller à des explosions émotives.
- Faire état de ses sentiments négativement et en s'attaquant.
- Attaquer le caractère de la personne en cause.

La technique DESC

S = Spécifier

(Proposer une modification réaliste du comportement perturbateur. Dites de préférence "Nous" en spécifiant

A faire

- Demandez des changements précis chez l'autre personne.
- Demandez un changement limité.
- Demandez seulement 1 ou 2 changements à la fois.
- Spécifiez les actions que vous voulez voir disparaître et celles que vous préférez voir s'établir.

A ne pas faire

- Simplement dire que vous voulez que ça change.
- Demander un changement trop grand.
- Demander trop de changements à la fois.
- Demander des changements nébuleux.

C = Conséquences -

Indiquez les conséquences - en cas d'accord et de désaccord - proposez un contrat -)

A faire

- Que la conséquence soit explicite.
- Donnez une récompense positive pour le changement de comportement dans la direction désirée.
- Sélectionnez quelque chose qui soit désirable et intéressant pour l'autre personne
- Sélectionnez une récompense qui est assez forte pour maintenir le comportement
- Sélectionnez une punition en fonction de l'importance du refus de se conformer au contrat.

A ne pas faire

- Avoir peur de parler de punitions ou de récompenses.
- Donner seulement des punitions en cas de refus de changer.
- Sélectionner quelque chose que vous seul pourriez trouver intéressant.
- Offrir une récompense que vous ne pouvez donner ou que vous ne donneriez pas.
- Faire des menaces exagérées.

Evaluation du cycle 7

- Défi:
- Ma Solution:
- Mes Résultats:

| | | | Evaluation | | | | |
|---|---|--|------------|---|----|---|----|
| | | | - - | - | ok | + | ++ |
| 1 | Bien définir l'Objectif et la Cible du message à communiquer | <i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i> | | | | | |
| 2 | Choisir le moyen et le moment appropriés | <i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i> | | | | | |
| 3 | Préparer et diffuser le message | <i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i> | | | | | |
| 4 | Ecouter et évaluer la façon dont le message est reçu | <i>Situation de départ:</i> <i>Situation après 90Jours:</i> | | | | | |
| | Synthèse | | | | | | |

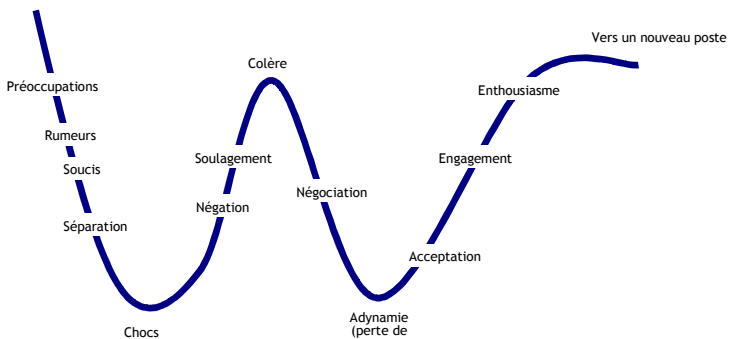
Synthèse

1. Points Forts:

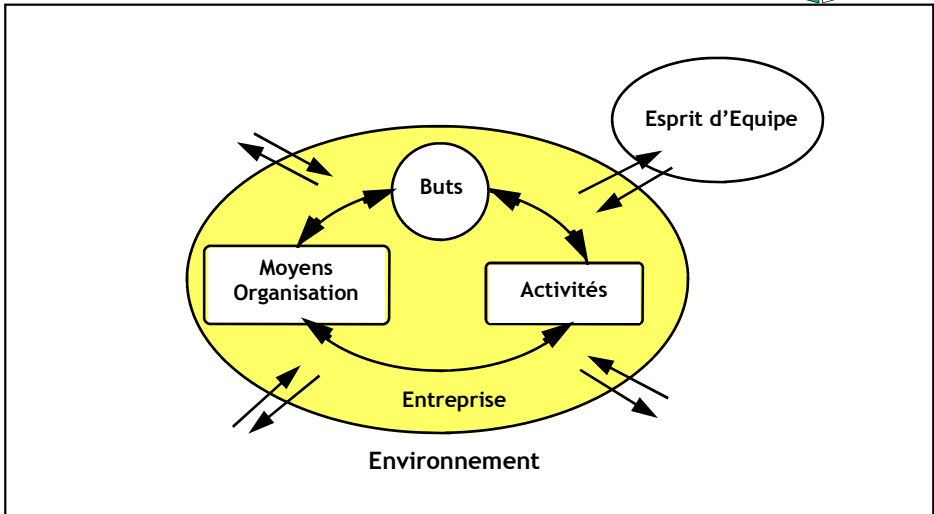
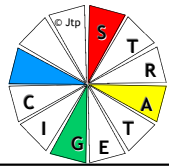
2. Points à renforcer:

3. Mon objectif d'amélioration à 90 Jours dans ce domaine:

Fluctuations en période de transition :



Résumé: Communiquer de manière motivante



MRP - ACT Accélérateur de talents - Programme de Management Relationnel et Professionnel

Comment communiquer de manière motivante ?

1. Dites ce que vous voulez plutôt que ce que vous ne voulez pas. Indiquez le prochain objectif à atteindre.
2. Apprenez aussi à dire Non et à négocier ! La négociation apprend à se mettre dans « la peau de l'autre » et à gérer l'émotionnel.
3. Favorisez autour de vous une culture de Courage: « Osez dire et osez entendre ! »
4. Vérifiez si les systèmes internes d'information sont transparents, accessibles, en un mot efficaces.
5. Lorsque notre langage est précis, nous pouvons commencer à obtenir ce que nous voulons. L'utilisation du langage des symboles favorise la création de relations nouvelles et permet de stimuler la compréhension et l'adhésion, à plusieurs niveaux.

Droit d'utilisation et copyright

Merci d'avoir acheté ce programme - Ce matériel est protégé par un copyright .

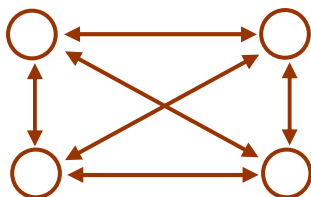
Le droit d'utilisation et l'accord de licence de ce matériel sont soumis aux conditions suivantes :

1. **Le matériel et les supports élaborés par JTP - GCI sont destinés à l'usage exclusif du client .** Aucune partie du matériel ne peut-être utilisée pour la revente ou pour des prestations publiques sans autorisation écrite préalable de l'ayant-droit.
2. **Aucune partie du matériel ne peut-être transposée sous d'autres formes** (par ex. présentation Power Point Microsoft), sans accord écrit préalable.
3. **Le preneur de licence peut utiliser le système uniquement dans sa propre organisation.** Il ne peut pas mettre le matériel à disposition de succursales, d'agences affiliées, de partenaires, franchisés, de membres d'un réseau, etc.
4. **Le matériel doit toujours être utilisé avec la mention du copyright et la reproduction de tous les éléments** (logos, adresses etc.)
5. **Le preneur de licence ne peut s'approprier aucun droit sur le matériel et les supports fournis, ni les reproduire à d'autres fins que leur utilisation à l'intérieur de son organisation, en reprenant tous les éléments.**

PROCESSUS

SUBCONSCIENT

CONSCIENT



CORPS

EMOTIONS

Subconscient : Ce que la personne ne connaît pas, ce dont elle n'a pas conscience mais qui existe dans son esprit.

Conscient : ce que la personne ressent et sait qu'elle ressent.

Corps : Toute la personne physique, cerveau compris.

Emotions : L'émotion est une réponse physique non volontaire à un événement extérieur : elle entraîne un cortège de sensations ressenties telles que joie, colère, tristesse, peur. L'émotion doit être reconnue.

Comportement : Façon de se conduire quand on est seul ou avec les autres.

- **L'intelligence rationnelle** et subconsciente
- **L'intelligence émotionnelle** et relationnelle
- **L'intelligence collective** et organisationnelle
– (incluant la capacité d'atteindre les objectifs, d'utiliser au mieux les ressources, d'éviter les obstacles et d'adapter les comportements en fonction des personnes et des situations).

Remarque : La pensée juste prend en compte les sentiments négatifs comme les sentiments positifs. Sinon, les sentiments négatifs sont refulés et entrent en conflit avec la personnalité qui devient alors divisée et conflictuelle.