

Process - Communication

Objectifs :

Acquérir une meilleure connaissance de soi, développer ses compétences en communication, apprendre à connaître ses interlocuteurs et développer une communication individualisée

Durée, Outils et Moyens pédagogiques:

La durée nécessaire à cette formation est de **14 heures** sur deux journées,
Supports : inventaire de personnalité Power Point, paperboard et exercices pratiques

Public et prérequis :

Tout public

Programme :

Jour 1



Comprendre les concepts de base de la communication

Qu'est-ce que la communication ? Distinguer la manière de dire ce qui est dit.

Les six types de personnalité et leur manière spécifique de communiquer.

Présentation à chaque participant de son Inventaire de Personnalité



Savoir développer une communication positive

La règle de communication.

Les différents modes de perception de l'environnement par chaque type de personnalité.

La matrice d'identification : reconnaître les signes, les attitudes et les comportements révélateurs du type de personnalité de son interlocuteur.

Utiliser le bon canal de communication pour être entendu de chacun



Savoir motiver ses interlocuteurs

Les besoins psychologiques : ce qui motive ses interlocuteurs et ce qui les démotive

Comment satisfaire les besoins de chacun ?

Les styles d'interaction préférés de vos collaborateurs

Programme :

Jour 2



Comprendre et gérer ses propres comportements de stress

Le stress négatif comme réponse à la non-satisfaction de nos besoins psychologiques.

Les différentes manifestations du stress négatif

Les scénarios de stress attachés à chaque type de personnalité.

Les trois degrés de stress : « drivers », mécanismes d'échec et de désespoir

Les conséquences du stress sur notre efficacité, notre communication, notre management



Savoir gérer les situations de « mécommunication » : incompréhensions, inefficacité, conflits...

Les effets du stress dans la communication. Ce qui génère du stress chez l'autre

Identifier les comportements de stress chez son interlocuteur.

Comment « gérer le processus » pour revenir à une communication positive ?

Evaluation des stagiaires donnant droit à une **Attestation de Formation**

Process Com®

Qu'est-ce que la Process Communication® ?

Un modèle d'observation et de communication

Fruit des recherches menées par Taibi Kahler, PhD., au cours des années 70, en partenariat avec la NASA, la Process Communication® est née en 1982 aux États-Unis. Introduite en France par Gérard Collignon en 1987, ce modèle permet de développer la connaissance de soi, la connaissance des autres, et de mieux gérer la relation.

La personnalité d'un individu est composée d'un mélange subtil et unique de 6 types de personnalités. En fonction de ce mélange, apparaissent des caractéristiques comportementales, des modes de lecture préférentielle de la réalité, des motivations, des façons de communiquer et des comportements sous stress prévisibles et observables.

Identifier et comprendre ces comportements nous permet d'améliorer notre qualité de vie professionnelle et personnelle, d'individualiser notre mode de communication, notre leadership, de gérer les situations de conflits, et d'optimiser la relation avec chacun.

Ce modèle, pertinent et efficace, s'est rapidement imposé en Europe comme un outil essentiel pour l'entreprise.

La prévisibilité des comportements sous stress.

C'est l'un des plus précieux atouts du modèle Process Communication®. Issue des travaux d'observations conduits par le Dr Kahler, la description des comportements sous stress léger et intense permet une meilleure gestion de soi et des relations.

Chaque type de personnalité possède sa propre façon de se comporter selon l'intensité du stress subi. Cette séquence comportementale, prédictible, observable et réversible offre une grille de lecture éclairante pour comprendre et gérer les difficultés relationnelles.

Les utilisateurs du modèle Process Communication® disposent d'un ensemble d'outils pratiques pour gérer au quotidien avec talent leur communication avec leurs interlocuteurs.

Qu'il s'agisse de collaborateurs, de clients, de partenaires ou de collègues, les relations de travail gagnent en fluidité, les projets sont conduits par des équipes plus autonomes et plus sereines.

Qualité pédagogique

Le modèle Process Communication® propose des repères pour mieux comprendre les personnalités et des outils pratiques de communication.

L'enseignement de ce modèle demande une expertise et doit être dispensé par des Formateurs ou des Coachs certifiés. Les sociétés Kahler Communication, présentes en France et en Europe, assurent un cursus de formation pour tout formateur ou coach souhaitant obtenir la certification Process Communication®. Une liste des formateurs et coachs certifiés est accessible à partir du site www.processcom.com.

Confidentialité et déontologie

Toute personne ayant décidé de remplir son questionnaire Process Communication® a le droit à la confidentialité des résultats. Un Inventaire de Personnalité et le Profil qui l'accompagne sont remis en mains propres à la personne concernée par un formateur ou un coach certifié.

Cette remise s'accompagne de commentaires et d'échanges permettant une lecture avisée. Au cours d'un séminaire collectif, chaque participant garde la décision de partager ou non son Profil avec les autres. Le formateur ou le coach reste le garant bienveillant des bonnes pratiques pour ne laisser aucune place aux jugements de valeur.

Un outil pour comprendre les personnalités, la sienne et celles des autres

L'Inventaire de Personnalité

Les personnes souhaitant utiliser le modèle Process Communication® sont invitées à répondre à un questionnaire qui, une fois traité, leur permet de découvrir leur structure de personnalité. La métaphore pédagogique de l'immeuble permet de visualiser sa propre structure de personnalité. À chaque étage se trouve un des 6 types de personnalité. La taille des étages indique la quantité d'énergie disponible lorsqu'une personne souhaite ou doit utiliser le type correspondant. Le principe de l'ascenseur illustre la capacité d'accéder à tous les étages et d'en utiliser toutes les ressources.

La Base

Le rez-de-chaussée appelé Base, indique le type de personnalité dominant, le plus développé. Savoir identifier la Base de son interlocuteur permet d'utiliser la bonne fréquence pour communiquer.

La Phase

Le concept de Phase donne des clés de compréhension de ce qui motive une personne. Satisfaire les besoins de la Phase, c'est agir sur la motivation au quotidien. La sienne et celle des autres.

Le Profil Process Communication®

Ce document personnalisé d'une quarantaine de pages contient de précieuses informations pour les utilisateurs du modèle Process Communication®

Chaque rubrique donne des clés et des pistes de travail pour piloter son quotidien en tenant compte, aussi bien des atouts de sa personnalité que des indicateurs à surveiller pour éviter d'être submergé par le stress.

Quelques rubriques du Profil Process Communication®

Les clés de la réussite
Les points forts de la personnalité
Les zones de perception
Les plans d'action

Le mode d'interaction préféré
Les signaux d'avertissement
Les canaux de communications

Viennent s'ajouter également des données sur le Style de Management Préférentiel pour manager ou être managé.

Les multiples applications de la Process Communication® :

Le management

Tendre vers le management de l'excellence

Les relations commerciales

Libérer la performance **Team building**

Construire des équipes compétitives

Cohésion d'équipe

Renforcer les liens de coopération

Coaching individuel

Provoquer le déclic

Coaching d'équipe

Sublimer les talents

Gestion de conflits

Apaiser les tensions

Aide au recrutement

Eclairer le choix

Formateurs internes

Transmettre les compétences