



Formation au Process-Communication-Management

Profil de Personnalité-Communication-Motivation

LeDôJô

Centre de développement personnel et professionnel

CONTEXTE

La clef du succès d'une organisation se trouve dans la capacité qu'a chaque individu à communiquer efficacement en étant capable de créer le contact avec les personnes qui l'entourent (collègues de travail, clients, amis,...), d'évaluer, de persuader, de négocier, de susciter des dialogues constructifs afin de résoudre des problèmes, d'être capable de passer de son cadre de référence à celui de son interlocuteur, de se maintenir et de maintenir une équipe en énergie positive.

De telles capacités nécessitent la compréhension de différents types de personnalité et le désir de communiquer avec des individus en tant que personnes et non en tant que membres d'un groupe.

Ce modèle de management par le processus de communication a pour but d'apprendre aux participants à se centrer sur la façon dont ils communiquent (le comment) plutôt que sur le contenu (le quoi).

Cette approche créée par Taïbi Kahler, utilisée par la NASA pour la sélection des cosmonautes, a fait la preuve de son efficacité dans la gestion des hommes et des équipes, dans le recrutement, dans la négociation, dans la formation, l'entretien d'évaluation, etc. Elle est résolument active, pratique, concrète, amusante et efficace.

VUE D'ENSEMBLE DU PROGRAMME

Les participants découvriront, à l'aide de tests, leur type de personnalité avec ses forces et ses faiblesses.

Ils recevront des définitions précises et une description complète des six types de personnalité de base.

Ils apprendront et mettront en pratique la façon dont ils peuvent utiliser leur type de personnalité pour diriger d'autres types de personnalité.

Ils recevront un feed-back immédiat sur la façon dont ils pratiquent leur style de relation.

Ils apprendront également comment utiliser des stratégies de communication dans des cas pratiques individuels.

Ils auront l'occasion de reconnaître les changements dans leurs comportements positifs.

L'INVENTAIRE DE PERSONNALITÉ

L'inventaire du type de personnalité donne à chacun une information précise, objective et dénuée de tout jugement de valeur sur son type de personnalité et sur ses besoins individuels. Il permet ainsi à chacun d'étendre la compréhension de sa communication.

Objectif de l'inventaire du type de personnalité (IDP)

L'inventaire du type de personnalité permet :

- d'identifier les types de personnalité ;
- d'évaluer les aptitudes à communiquer dans une situation de management ;
- de mettre en évidence les besoins psychologiques de chacun et de déterminer ce que vous pouvez attendre de façon réaliste des autres ;
- de prévoir les comportements-types d'échecs lorsque les besoins psychologiques ne sont pas satisfaits ;
- de souligner et d'expliquer vos bonnes relations avec certaines de vos relations : amicales, amoureuses ou professionnelles, et non avec d'autres ;
- de formuler des objectifs à réaliser de manière spécifique et réaliste, de les atteindre, et d'y prendre plaisir ;
- de mesurer votre propre évolution personnelle.

Qualifié

DES INFORMATIONS ET UNE COMPRÉHENSION DE VOS RELATIONS PERSONNELLES ET PROFESSIONNELLES

Le modèle des «types de personnalité» est basé sur la loi de la communication relationnelle et met l'accent sur le fait qu'aucun des styles de communication identifiés jusqu'ici n'est adapté à la spécificité de tous les partenaires de communication.

La communication relationnelle nous montre comment, en déplaçant notre énergie, nous pouvons changer de style de communication dans le but de satisfaire les besoins individuels de chaque partenaire.

Nous savons que le style de communication de base de chacun d'entre nous peut donner de bons résultats avec certains types de personnalité, mais une flexibilité dans notre manière de communiquer, permettant de rencontrer les besoins de chaque partenaire, est la clef du succès d'une communication efficace.

La personne qui maîtrise le style de communication relationnelle utilise autant d'options de communication que de parties de sa personnalité.

En d'autres termes, la personne qui utilise la communication relationnelle rencontre les besoins propres à la personnalité de son partenaire de communication, en lui présentant les parties correspondantes de sa personnalité.

Elle n'attend donc pas que ce soit son partenaire qui adapte sa personnalité à ses besoins.

En apprenant à utiliser l'ensemble des parties de sa personnalité, le participant se donne les instruments qui sont à la base de l'excellence en matière de relations professionnelles.

NOTRE CANAL DE COMMUNICATION FAVORI

La plupart d'entre nous avons une préférence pour un canal particulier.

Lorsque ce canal n'est pas offert à une personne, nous pouvons, sans en être conscients, quitter la communication et entrer dans un des degrés de mécommunication.

Chaque participant verra dans ce séminaire quelles sont les différentes façons de reconnaître son ou ses canaux favoris ainsi que la façon dont il utilise les autres canaux.

LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES

Les besoins psychologiques sont les désirs d'attention qui nous motivent et qui nécessitent une satisfaction pour que nous puissions fonctionner de façon efficace et productive, des soifs fondamentales appelant satisfaction.

À chaque Type de Personnalité correspondent différents besoins psychologiques.

Pour pouvoir échanger efficacement avec les autres, nous devons d'abord satisfaire nos besoins psychologiques. Ceci garantit une communication claire et efficace, tout en évitant les masques, la mécommunication et les interactions improductives.

Si nous connaissons notre Type de Personnalité, nous savons quels besoins psychologiques nous avons à satisfaire.

Lorsque nos besoins sont satisfaits, nous sommes plus productifs et avons plus de joie dans notre vie.

PÉDAGOGIE

Apport théorique important dont l'intégration est facilitée par :

- l'échange et le questionnement ;
- des démonstrations et des mises en scène de situations concrètes ;
- des exercices structurés ;
- une vidéo pédagogique ;
- la remise à chaque participant de son propre inventaire de personnalité et du manuel du Process-Communication Management.

ANIMATEUR

André HAMAYON, Bernard HÉVIN ou Elisabeth LENTZ, Animateurs-Consultants en organisations, Coachs, Certifiés en Process-Communication-Management