

Séminaires Mucchielli

4

La communication et l'information efficaces pour le management et la conduite des équipes (3 jours en présentiel)

Professionnels concernés

Le séminaire s'adresse aux managers des entreprises et à tous les cadres en position de responsabilité ainsi qu'aux chefs de projet et à tous ceux qui ont des équipes à animer. Ces personnes pourront mettre directement en pratique les apports et les conseils donnés dans ce séminaire.

Animateur : Le séminaire est animé par Alex Mucchielli, spécialiste de la communication dans les organisations. (cf. notamment ses ouvrages : « Communication et influence », éd. Paradigmes, Nice, 2008 et : « Information et communication interne. Pour de nouveaux audits », Armand Colin, Paris, 2005).

Objectifs du séminaire

Le séminaire apporte des réponses aux grandes questions ci-dessous :

- 1- Comment comprendre d'une nouvelle manière la communication du chef ?
- 2- Quels sont les effets de la communication du chef ?
- 3- Qu'est ce que « l'information pertinente » ? Comment la préparer et la diffuser ?
- 4- Quelles sont les « ressources en communication » dont peut disposer le chef ?
- 5- Comment concevoir des dispositifs de communication efficaces ?
- 6- Comment utiliser efficacement quelques techniques classiques éprouvées ?

Contenu du séminaire

Le séminaire ne reprend pas tout ce que l'on sait déjà sur la communication mais présente un point de vue nouveau, appelé le point de vue « constructionniste » sur la communication. Ce point de vue considère que la communication du chef « construit » les motivations, les significations et les normes partagées des membres de l'équipe. C'est pour cela que le chef doit « penser » sa communication et le séminaire lui donne les règles à respecter.

Le rôle « constructionniste » de la communication interne du chef

- Impact sur les référents du sens
- Impact sur la motivation
- Impact sur la cohérence culturelle

Les règles de la communication efficace du chef

- Savoir créer la confiance : les règles de l'art
- Qu'est-ce qu'une « communication motivante » pour un collaborateur ?
- La maîtrise des ressources en communication : quelles sont ces ressources ?
- La maîtrise de la « communication implicite »

Comment communiquer par ses conduites et ses activités

Comment communiquer à travers la mise en œuvre de dispositifs de communication ? Analyse de dispositifs de communication

Les dispositifs de communication utilisés dans « l'effet loyauté » (création de la confiance en l'entreprise toute entière)

- Comment utiliser les techniques d'influence ?
- Quelles attitudes clés développer ?
- Le diagnostic de la communication interne dans l'entreprise : la grille d'observation

Comment maîtriser la situation de communication ?

- Présentation d'un modèle pour schématiser la situation de communication
- Observations et enquête pour renseigner le modèle
- Le « tableau panoramique » de représentation de la situation pour tous les individus et groupes
- Comment raisonner sur le tableau pour préparer sa stratégie de communication ?
- Le « tableau panoramique » comme outil de management
- Etude de cas

Comment gérer le trop plein d'information ?

Etude de cas :

- Surcharge d'information au département
- Un journal des cadres inefficace
- La responsable débordée
- Les fonctionnels font la loi

Règles à tirer des cas.

Le diagnostic de l'information dans l'entreprise : la grille d'observation

Comment donner du sens aux informations pour les collaborateurs ?

Les niveaux de langage dans l'entreprise

Le contexte organisationnel comme référentiel donateur du sens

Etude de cas concrets : la culture d'entreprise et les interprétations

Réduire les 20 % de collaborateurs « jamais informés »

La reformulation des informations et leur attachement aux autres informations

Comment utiliser la situation pour créer du sens ?

La maîtrise de quelques techniques classiques

- La réunion d'analyse de problème
- La réunion de recherche de solutions
- La réunion de résolution de conflit
- La réunion de « reprogrammation positive »
- L'animation de réunions ad hoc

Les « conduites gagnantes » de la communication du leader.

Conclusion

La valeur de la discussion collective

Les qualités d'animateur du chef