



François A. SITTLER



CONSULTANT

Depuis 1989



*DOSSIER GÉNÉRAL
DES
MODULES TYPES*

STAGE MANAGEMENT D'ÉQUIPE

Objectif :

Permettre au responsable de se perfectionner à la direction dynamique de son équipe et d'apprendre à motiver un groupe pour créer une responsabilité collective ; susciter le travail/plaisir en le vivant soi-même.

Durée : 3 jours

Contenu :

En fonction des attentes des stagiaires, des thèmes seront plus particulièrement approfondis

La formation a trois axes complémentaires :

- Journée 1 : Le manager et l'humain
- Journée 2 : Le manager et la communication motivationnelle
- Journée 3 : Le manager et l'organisation

Jour 1 : Le manager et l'humain

- Introduction sur les grands enjeux du management (positionnement du cadre)
 - Télescopage collectif/individuel
 - Le poids et les contraintes de l'environnement et du contexte
 - Chaîne développement organisation
- Les tendances « X », « Y », « Z » du manager
- Les différents types de pouvoir
- Les styles de comportements des agents
- Les styles de management : Tests, débriefing et exposé
- La communication du manager : Déroulé des outils vulgarisés de l'Analyse Transactionnelle, permettant la réussite dans :
 - La compréhension des situations et les modes de traitement ou de réaction
 - La gestion des situations tendues ou conflictuelles

Jour 2 : Le manager et la communication motivationnelle

- Test de Belbin : Déterminer sa place idéale dans l'équipe
- Les styles de management
- Les 3 fonctions du manager
- Prise de conscience de ses automatismes de réaction à fin de correction. L'erreur du raisonnement binaire
- La capacité à faire exister : L'outil percutant que sont "les strokes".
- La motivation des équipes : Rappel Maslow et les 5 lois du transfert motivationnel
- Le guide de mise en route d'une dynamique d'équipe
- La méthode des "5 S" (Seiri - Seiton - Seiso - Seiketsu - Shitsuke) : Méthode pour optimiser l'amélioration continue
- Optimisation des réunions de service : Création et animation.
- Les spécificités psychologiques du petit groupe

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

Jour 3 : Le manager et l'organisation

- ◆ L'organisation personnelle du manager
 - Découpage entre production directe, rôle d'interface hiérarchique et management des équipes ;
 - Quelques fondamentaux sur la gestion du temps
- ◆ Les fondamentaux d'un process qualité : De la « commande » à la satisfaction du « client » : L'équilibre des moyens
- ◆ Les fiches de procédure : Exposé et échanges
- ◆ La planification de l'activité : Conception, formulation, ajustage, contrôle qualité
- ◆ Les dysfonctionnements
- ◆ La gestion des compétences : Les outils de pilotage ; la polyvalence ; la formation pour l'évolution permanente des collaborateurs (ressources internes et externes)
- ◆ Le respect des règles de sécurité
- ◆ La mise en place d'objectifs (Individuels, collectifs, de progrès, d'augmentation...)
- ◆ L'optimisation de la délégation
- ◆ Test final de mesure d'acquisition des données transmises



FRANÇOIS A. SITTLER

CRÉATION ET ANIMATION DES RÉUNIONS PUBLIQUES

Introduction

Bien des réunions publiques se traduisent par des échecs à des degrés divers :

- Objectif imprécis, flou, voire inexistant
- Mauvais choix du moment, du lieu, de l'heure ou des moyens
- Excès de longueur des interventions, absence de rythme, durée globale excessive
- Mauvaise gestion des oppositions, de la polémique
- Contenu trop intellectuel, hermétique ou trop éloigné des attentes de l'auditoire

Il faut donc :

- Savoir pourquoi on fait une réunion publique en lieu et place d'autres moyens de communication
- Avoir un objectif concret qui pourra déboucher sur une mesure de réussite
- En préparer soigneusement les différentes étapes
- Se préparer personnellement à tous niveaux
- Se constituer des "renforts" notamment sur le plan technique
- Choisir les intervenants en fonction de leurs compétences mais tout autant pour leurs capacités communicationnelles
- Enfin, avoir réellement conscience, qu'en communication, seul le résultat compte

Durée : 3 jours

Contenu

1. Les différents types de réunions publiques

- Débat public
- Concertation
- Réunion d'information
- Groupes d'expression internes

2. La pyramide des besoins de Maslow appliquée à la conception d'une réunion publique

3. Rappel des basiques de la psychologie d'une foule

4. Les questions de conception

- Comment se place la réunion dans le déroulement de la stratégie ? Quel est son objectif?
- Que peut-on attendre par rapport aux autres techniques de communication ?
- Quelle est la motivation des participants? Quelles sont leurs attentes?
- Comment éviter 2 écueils, l'affrontement idéologique et l'énoncé de "cahiers de doléances"?
- Comment préparer la réunion, lieu, sectorisation, thématiques, information du public...?
- Comment optimiser la logistique?
- Comment prévoir les questions qui seront posées?
- Que prévoir pour les supports de communication?
- Que faire vis-à-vis des médias ?

5. Préparation de la réunion publique

- Le "casting" : distribution des rôles (animateur, intervenants, poseurs de questions...)
- Le scénario : Écriture du "conducteur" (le démarrage, les séquences, le rythme, la clôture...)
- La "production" : Détermination des moyens nécessaires (son, images, décor...)

6. Techniques de communication appliquées à une réunion publique

- La gestion du mental : Application de l'ancrage
- Rappel de la gestion du non verbal (regard, gestes, position du corps, déplacements, tenue vestimentaire, positionnement en tribune,)
- L'optimisation du verbal pur : Phrases courtes, silences, ton de voix, articulation...

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

- Les strokes : Faire exister son auditoire (dont sa participation faussement improvisée)
- La maîtrise du questionnement et de la reformulation
- Le recadrage des interventions et la distribution de la parole
- Le traitement des questions de l'auditoire (réagir sur plusieurs questions à la fois)
- La gestion des questions polémiques
- L'improvisation face à des imprévus
- L'écoute permanente et la mesure de l'attention du public
- La clôture de la réunion (dont "l'after" et le "off")

7. Préparation de son intervention

- Les premiers mots : S'emparer de la dimension "enfant" du public
- Les attraits du "storytelling"
- Le découpage de son intervention
- Les effets de relief

8. Évaluation de la réunion publique

- Atteinte de l'objectif initial
- Qualité et ampleur des débats
- Enseignements et informations émanant des débats



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE ACCUEIL DES CLIENTS OU DES USAGERS

Objectif :

Installer un véritable professionnalisme de l'accueil à partir d'un processus en deux temps : Refondation de la mentalité et entraînement intensif pour mettre en place de nouveaux automatismes incontournables

Durée : 2/3 jours ou formule sur mesure

Animation : François SITTLER

Contenu :

1° phase

- ☞ *Mise à jour des paramètres qui interfèrent au niveau de la relation d'accueil.*
- ☞ *Associer liberté, autonomie et responsabilité. Amener à Être pour pouvoir faire.*

- a) Savoir développer une qualité de présence
 - Jouer à nouveau sur toute la gamme ; réinvestir les différents registres de la personnalité.
 - Notion d'image de soi : Son incidence sur les comportements ; quels référentiels
 - Comment installer un processus de transformation de cette donnée.
- b) Apprendre à installer une écoute vraie, synonyme de reconnaissance pour le client
 - Devenir conscient des mécanismes projectifs ou défensifs parfois en place
 - Savoir se placer en état de réceptivité.
- c) Savoir gérer la relation : Canaliser l'éventuelle agressivité du client ; maintenir sa concentration et son intérêt
- d) Savoir entretenir son implication professionnelle et sa motivation.

2° phase

☞ *Mise en place d'automatismes verbaux et non verbaux. Entraînement intensif pour les interioriser.*

- Codification des premiers instants : Déplacement, premiers gestes, premiers mots
- Codification de la phase découverte : Questionnement et reformulation
- Codification de la phase synthèse et proposition et de la phase satisfaction client
- Les cas particuliers
- Entraînement répétitif sur ces nouveaux automatismes : Être à la fois acteur et spectateur.



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE LA NÉGOCIATION CONSTRUCTIVE

Objectif :

Être capable de conduire une négociation avec des partenaires internes ou externes vers une solution positive ; rationaliser sa fonction acheteur ; découvrir l'efficacité du rapport « gagnant/gagnant ».

Durée : 3 jours

Contenu :

Les grands principes qui régissent la négociation :

Les cas de figure ; les enjeux (réels ou apparents) ; les rapports de force ; Le raisonnement en termes d'écart ; Le rapport gagnant/gagnant (La compréhension mutuelle) ; L'état d'esprit, la vision des enjeux, les faux clichés

La préparation d'une négociation :

1. Contexte et limites ; méthodologie ; La consultation : Avoir une information exhaustive
2. L'art du questionnement ; L'empathie ; la réactivité ; la projection de ses pensées ; La recherche du consensus

La préparation personnelle : Expression et rhétorique

Le processus de discussion :

1. Les filtres personnels ; la gestion de l'interaction :
2. Les différents scénarios ; La construction positive et pragmatique

La stratégie dans la négociation :

1. Négociation constructive ; consulter, confronter, concilier
2. Stratégie directe ou indirecte ; les conflits ; Les tactiques ; la gestion de la durée

L'aspect technique de l'argumentation :

Les avantages de la phase explicative ; Les divers modes d'argumentation ; les objections

Le réflexe stratégique :

La gestion du pouvoir ; Les causes d'échec ; la négociation combat

Les supports de réfutation :

Le duo arguments/réponses ; les divers moyens pour réfuter ; La construction d'une réfutation ; la controverse



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE CONDUITE DE RÉUNION

Objectif :

Acquérir une nouvelle vision de l'acte de réunion et des phénomènes de groupe et déboucher sur une méthodologie concrète permettant de rentabiliser ce mode de communication.

Durée : 3 jours

Contenu :

a) Communication et interaction

- Schéma de la communication et de l'interaction
- Idées clés dans la relation
- L'énergie des groupes et des organisations

b) Qu'est-ce qu'une réunion ?

- Les facettes psychologiques de la réunion ; La typologie de la réunion
- Les grands types de réunion

c) Le groupe et sa vie en réunion

- Tout ce qu'il faut savoir sur le groupe en réunion (les états, l'expression, les personnages, la sensibilité.....)
- Conseils au créateur de réunion

d) L'animation

- Comment se déroule une réunion (méthodologie)
- Les fonctions de l'animateur ; Techniques d'animation
- Animation et pouvoir

e) Discussion et décision

- Le sabotage des réunions ; Les situations délicates
- Maîtriser le processus de discussion (conflits...)
- La recherche de consensus
- Processus de réflexion décisionnelle ; L'acte de décision



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE ENTRETIEN ANNUEL

Objectif :

Structurer toutes les techniques de base de l'entretien afin d'obtenir le résultat le plus large possible en fonction d'une stratégie préalablement déterminée et d'un objectif souhaité. Maîtriser la gestion du bilan de l'année écoulée, la fixation des objectifs et la partie formation.

Durée : 2 jours

Contenu : Le stage démarrera par une vidéo montrant les principales erreurs

A° Préparation de l'entretien

- ☞ Les stratégies possibles ; l'art de la persuasion ; Le duo metteur en scène/interprète ; l'annonce des entretiens
- ☞ Le contexte de la situation ; le rapport de forces ; la préparation mentale
- ☞ L'utilisation de l'écrit ; le document préparatoire

B° Le démarrage de l'entretien

- ☞ L'accueil ; Les préliminaires
- ☞ La phase consultation ; la détection des indices

C° Le déroulement de l'entretien

- ☞ L'empathie
- ☞ L'art de questionner ; La reformulation ; l'écoute active
- ☞ La gestion et l'observation du verbal ; La gestion et l'observation du non verbal
- ☞ Le calibrage (verbal et non verbal)
- ☞ La détection des non dits ; le parler vrai ; faire baisser la garde ; La gestion des points de blocage
- ☞ Le bilan de l'année écoulée ; la fixation des objectifs à venir
- ☞ Le point des compétences, de la formation et du DIF

D° La conclusion de l'entretien

- ☞ La récapitulation active (points positifs et négatifs)
- ☞ L'émergence d'un éventuel « contrat »
- ☞ Les possibilités de consensus ; L'éventualité d'une rupture
- ☞ Le compte-rendu ; Le suivi éventuel.



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE GESTION DES CONFLITS

Objectif :

Gérer et traiter une situation conflictuelle (existante ou prévisible) par une stratégie pragmatique et objective afin d'obtenir un résultat de type gagnant/gagnant ou à défaut qui sauvegarde les intérêts nobles de chacun. Découvrir le plaisir de la stratégie oblique.

Durée : 3 jours

Contenu :

- ☞ Les différents types de conflit : Caractéristiques, causes

- ☞ Les signes annonciateurs

- ☞ Les outils de l'Analyse Transactionnelle dans la relation interpersonnelle : Le trio PAE, les transactions et leurs dysfonctionnements ; les jeux, les messages internes, les interdits....
Ces outils permettent de mieux comprendre (et plus rapidement) bon nombre de cas fréquents ou répétitifs et d'agir en conséquence sans s'impliquer affectivement ou subjectivement

- ☞ La mise en place d'un esprit « négociation » : Acquisition d'une méthodologie préparant le consensus ou tout autre résultat de type positif, notamment en soignant la partie consultation avant d'entrer dans la discussion ou dans l'action.

- ☞ Maîtrise du processus de discussion : Argumentation, réfutation, reformulation, silences.....

- ☞ Le questionnement : L'outil dont il faut multiplier l'usage.

***NOTA :** Les 2 techniques ne formeront pas 2 parties successives mais seront mixées à travers des exercices pratiques (avec l'utilisation du caméscope).*



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

Objectif :

A partir d'une restructuration de son élocution, pouvoir inventer une stratégie performante, spécifique à chaque situation, mettant en évidence un charisme à ses mesures et tourné vers l'empathie ; découvrir le plaisir de séduire ou de convaincre.

Durée : 2 à 4 jours selon besoins exprimés

Contenu :

a) Réglage de l'émetteur

- ☞ Sensibilisation et exercices sur l'articulation et la diction
- ☞ Correction du débit, du volume et de la tonalité... ; Utilisation des silences ; les phrases courtes
- ☞ Mise au point du non verbal : Regard, gestes, positions du corps, mimiques du visage
- ☞ Repérage et élimination des tics (de langage ou physiques)

b) Réglage du contenu

- ☞ La conception du contenu (sélection des idées, l'objectif recherché, le contexte...)
- ☞ L'empathie, base de toute intervention ; Les signes de reconnaissance, l'humour, les supports d'appartenance, ingrédients du succès ; La transmission du message

c) L'interprétation

- ☞ Le duo metteur en scène/interprète ; La gestion de l'affectif et du subjectif
- ☞ L'osmose permanente avec l'auditoire : Le réglage systématique
- ☞ Le relief : Les effets spéciaux ; Démarrage et finition
- ☞ La transmission du plaisir de discourir
- ☞ L'improvisation ; les parades aux imprévus ; Le discours à table (lors des déjeuners).

Variante

Déroulement d'une méthodologie de conception et de préparation pour la présentation orale d'un projet

- ☞ La pensée stratégique
- ☞ Le plan général (contexte, constat, solution, résultats....)
- ☞ L'accroche
- ☞ La conclusion
- ☞ Les différents supports
- ☞ Les notes
- ☞ Les répétitions
- ☞ La gestion des questions et des objections



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE DE PRÉPARATION A L'ORAL

Objectif :

Permettre aux candidats d'être en possession de tous leurs moyens lors de l'oral et de maîtriser le plus possible le déroulement de l'intervention par le biais d'une parfaite maîtrise du verbal et du mental.

Durée : **2 jours**

Contenu : Axes pédagogiques en fonction de la nature de l'oral

La session sera composée d'exposés pratiques suivis d'exercices d'application (utilisation du caméscope).

- ☞ Travail sur le verbal : Diction, articulation, débit, volume, tonalité, phrases courtes, silences....
- ☞ Travail sur le non verbal : Regard, gestes, mimiques du visage, position du corps, tenue vestimentaire.
- ☞ Travail sur le langage lié à l'écoute : Reformulation, questionnement, argumentation, réfutation.
- ☞ Travail sur la stratégie : Aller du terrain de l'autre sur son aire de compétence (les passerelles d'interprétation).
- ☞ La gestion de la mise en instabilité : L'humilité et l'offensive pour positiver.
- ☞ La structure de l'exposé : Introduction, développement et conclusion
- ☞ Les effets spéciaux : images, métaphores, données fortes....
- ☞ La gestion de l'émotivité et du trac : La maîtrise du mental
- ☞ La créativité au service de ses réponses ; La sympathie, l'empathie : La véritable vision du jury
- ☞ Le dédoublement : Le duo « metteur en scène/interprète »
- ☞ Les premiers instants

La session débutera par un bilan rapide des points forts et des points faibles.



FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE DEVENIR UN LEADER GAGNANT

Objectif :

A partir de thèmes d'Analyse Transactionnelle, augmenter sa connaissance de soi, optimiser ses relations avec les autres ainsi que l'approche des événements et modifier l'impact de son passé ; découvrir le plaisir offensif d'un nouveau départ.

Durée : 3 jours

Contenu :

Maîtriser le subjectif et l'affectif au profit d'une véritable sérénité associée à une efficacité concrète.

- Le trio PARENT/ADULTE/ENFANT
- Les transactions et leurs dysfonctionnements
- Les positions de vie
- Les signes de reconnaissance
- Les messages internes
- Les interdits
- Les jeux
- Les sentiments
- Les méconnaissances



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

STAGE FORMATION DE FORMATEURS OCCASIONNELS

Objectif :

Acquérir les techniques de conception et d'animation pour animer avec efficacité des séances ponctuelles de formation. Optimiser ses résultats tant dans l'émission que dans les transactions et le maintien d'une harmonieuse interactivité. Découvrir le plaisir de former.

Durée : 3 à 4 jours

Contenu :

Le stage comportera 3 axes complémentaires de travail : Expression, pédagogie, animation

a) Expression

- Réglage du débit, du volume
- Réglage du non verbal : regard, gestes, tenue vestimentaire.....
- Élimination des tics éventuels

b) Communication, pédagogie

- Principes généraux de communication ; Les 2 cerveaux ; Empathie ; duo metteur en scène/interprète
- Les courants de la pédagogie
- Les objectifs pédagogiques ; La progression pédagogique
- Les techniques pédagogiques de découverte (heuristiques)
- La particularité du brainstorming ; Les autres activités en formation Le jeu de rôle
- La conception d'un stage (le découpage de la journée
- Le fil rouge du formateur

c) L'animation

- L'intendance et la boîte à outils
- L'occupation de l'espace
- L'art de la reformulation ; L'art du questionnement
- Ce qu'il faut savoir sur le groupe (psychologie, personnages...)
- Le rapport formateur/apprenants
- La gestion des cas difficiles ; Les erreurs à éviter
- Points particuliers proposés par les stagiaires



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

COACHING ET MÉDIATION

Objectif :

Assister le patron d'une structure, dans la prise de décision, dans le règlement de situations délicates et dans son vécu général de leader.

Modalités de durée :

Elles seront sur mesure en fonction des différents paramètres constituant la mission.

Modalités d'intervention

- ☞ Entretien en face à face
- ☞ Animation de réunion
- ☞ Audit et enquêtes
- ☞ Contacts téléphoniques

Domaines d'intervention

- ☞ Relations humaines
- ☞ Management
- ☞ Développement
- ☞ Motivation
- ☞ Organisation
- ☞ Politique commerciale
- ☞ Communication interne
- ☞ Situations conflictuelles
- ☞ Communication externe
- ☞ Situation financière
- ☞ Relations bancaires
- ☞ Réalité existentielle du dirigeant



FRANÇOIS A. SITTLER

L'AUDIT ORGANISATIONNEL - ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

❖ Établir un état des lieux précis et objectif

Chacun se comporte au titre de « sa raison », de ses valeurs et de ses certitudes en pensant faire le meilleur choix et cela avec tous les risques d'erreurs involontaires (ou pas). C'est ainsi que les dysfonctionnements n'émanent pas forcément d'une volonté négative ou d'une indifférence à la qualité des prestations. A contrario, certains faits ne sont pas admissibles, en regard de la réglementation, de la sécurité, de la satisfaction de l'utilisateur ou du simple devoir de loyauté vis-à-vis de son employeur. C'est donc sans affectif ni subjectif, que nous analysons sur le terrain ce qui se passe, ce qui se fait, soit en positif soit en négatif.

Dans une première phase, un de nos objectifs est d'acquiescer un « capital confiance » auprès des collaborateurs, renforcé par notre lien déontologique au secret professionnel. Dans certains cas, nous rencontrons au début, les représentants syndicaux que nous considérons comme les partenaires naturels d'une évolution de progrès.

A la fin de cette enquête, nous obtenons une connaissance globale des éléments de notre action.

❖ Mettre en place un plan d'action

A l'issue de la première phase, en accord avec la Direction Générale, nous rédigeons un rapport, pouvant (et devant) être lu par tout le monde, au cours d'une procédure bien précise. Il contient notamment toute une série de préconisations pratiques, allant de divers détails à des mesures plus structurelles. De cette analyse découle la mise en place d'un plan d'action lequel part toujours du plus simple (faciliter le quotidien d'exécution), afin d'enregistrer au plus tôt des progrès concrets, palpables et reconnus. En toile de fond, nous recherchons le plus possible à créer un véritable rapport PLAISIR/EFFICACITÉ dans la gestion des tâches.

Dans cette approche, il y a toujours une partie consacrée à l'évolution des compétences, et à la construction d'un plan offensif de formation, utilisant notamment des ressources internes.

❖ Le scénario habituel

De manière générale, et sous réserve d'aménagements du fait de spécificités diverses, le scénario de notre action est le suivant :

- Annonce d'une action dénommée « Excellence 2020 » par la Direction concernée (type projet de service). Il visera à détecter les pistes d'amélioration de la prestation globale, ainsi que l'image qui en ressort, et tout autant, les conditions de travail et le ressenti qui en découle chez les agents. Cette annonce indiquera notamment le fait de confier à un cabinet de consultants, l'accompagnement de ce projet de service afin de bénéficier d'un regard externe, axé positivement sur le progrès. Il sera également précisé que l'intervenant sera déontologiquement astreint à une éthique de discrétion, ne faisant remonter que les informations génériques, d'où le fait de lui accorder toute confiance.
- Séance de travail avec la Direction concernée, pour « caler » l'opération
- Séance de travail avec les managers
- Entretien si nécessaire, avec les représentants syndicaux
- Rencontre avec les collaborateurs sur le terrain : Soit entretiens individuels soit en petits groupes
- Éventuellement, contacts divers avec des partenaires, des prescripteurs, des clients ou des usagers, afin de mesurer le feed-back externe
- Contact systématique en fin de journée avec la Direction concernée
- Production du rapport de synthèse et mise en place de la procédure de communication au personnel
- Accompagnement sur le terrain des premières mesures de correction et d'amélioration

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

❖ Exemples d'objectifs

Il est important de préciser l'esprit de l'action du consultant : Il ne vient pas en qualité d'enquêteur pour chasser les erreurs ; il vient en tant que fédérateur, « miroir », facilitateur, innovateur le cas échéant, en vue d'instiller une envie collective de qualité systématique. Les axes de travail et de résultats seront notamment :

- Créer une motivation pragmatique et collective
- Stimuler une activité (mettre du « sport » et de la passion dans le quotidien)
- Monter le taux de rationalité : Procédures et méthodologie
- Chasser les dysfonctionnements
- Régler des problèmes d'accueil ou de taux de satisfaction/clients ou usagers
- Augmenter l'activité ou la productivité
- Assurer le redémarrage d'une entité en difficultés.
- Stimuler la mise en place d'un projet de service
- Détecter des économies directes ou indirectes

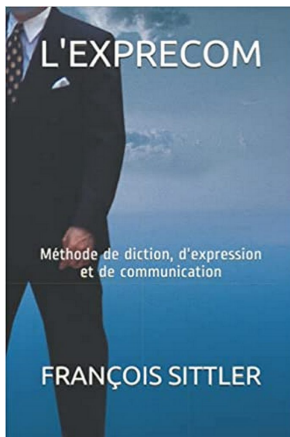
❖ Cibles fréquentes

- Manque de « rituels » de tous ordres
- Absence de « croyances » d'entreprise (supports de l'appartenance)
- Fatalisme ambiant ; démotivation générale ; oppositions et rivalités internes
- Insuffisance des échanges de signes de reconnaissance, etc., etc.....
- Mauvaise circulation de l'information
- Poids du passé ou de l'histoire de l'entité concernée
- Management trop vertical ou manquant de pédagogie
- Absence d'expression de tout ou partie du personnel
- Insuffisance d'activité et de rendement
- Mauvaise planification
- Coût de fonctionnement paraissant excessif



FRANÇOIS A. SITTLER

LA MÉTHODE L'EXPRECOM



LE CONSTAT :

Tu vois, euh pas de problème, euh, S'exprimer, communiquer au quotidien : Facile ? Et pourtant ; euh, un petit peu, euh c'est fondamental.....

Mais encore « vous pouvez répéter je n'ai pas compris » ; « j'ai oublié votre nom » ; ou enfin « il ne regarde jamais en face ».

Un exemple : Enregistrez 10 personnes au magnétophone ; que diront-elles ? « Ce n'est pas possible, ça n'est pas moi » ; « je n'aime pas ma voix » ; « cet accent est affreux ».....

En résumé : La voix est votre premier outil de communication. C'est le cas au téléphone, en public, en entretien de vente, en négociation, dans l'accueil.....

Pourquoi donc continuer à s'embarrasser de cet a priori négatif qui vous empêche d'affirmer votre différence ?

LA SOLUTION :

Amorcer un changement profond et définitif par le travail de la voix, puis proposer des solutions de comportements qui seront facilement admises et appliquées. Il s'agit en fait de faire la chasse à tous les verrous et barrières dont la voix est le reflet partiel.

Autrement dit, avant de régler vos échanges avec les autres, Réglez votre propre machine.

INDISPENSABLE POUR QUI ?

L'EXPRECOM est l'outil indispensable des stages concernant les commerciaux, les cadres et chefs d'entreprise, les professions libérales, les responsables d'association et de collectivités : Les personnes appelées à s'exprimer en public.

LE SUPPORT

- Un livre broché de 280 pages
- Un CD contenant les cycles 1 et 2 en version audio (MP3)



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER



CONTENU DETAILLE DE L'EXPRECOM

LE SOMMAIRE : Cycle 1

- Leçon n° 1 : L'articulation et les nasales
- Leçon n° 2 : Histoire d'O
- Leçon n° 3 : Le « A » et le « E »
- Leçon n° 4 : Ai, ais, ait, ê... et les autres
- Leçon n° 5 : Le « B » et le « P »
- Leçon n° 6 : Le « D » et le « T »
- Leçon n° 7 : Le « F » et le « V »
- Leçon n° 8 : Le « GUE » et le « QUE »
- Leçon n° 9 : Le « J » et le « CHE »
- Leçon n° 10 : Le « S » et le « Z »
- Leçon n° 11 : Le « L » et le « M »
- Leçon n° 12 : Le « R »
- Leçon n° 13 : Le « X »

Copie des leçons
sur fichiers audio
MP3 fournis en
parallèle.

LE SOMMAIRE : Cycle 2

- Leçon n° 1 : Les animaux malades de la peste
- Leçon n° 2 : Exercices généraux de diction
- Leçon n° 3 : Ces textes venus d'ailleurs
- Leçon n° 4 : Une fameuse dictée
- Leçon n° 5 : La magie des mots
- Leçon n° 6 : Le mot et la chose

Copie des leçons
sur fichiers audio
MP3 fournis en
parallèle.

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

LE SOMMAIRE : Cycle 3

Leçon n° 1 : Le duo « metteur en scène/interprète »

Leçon n° 2 : Détails pratiques de diction

Leçon n° 3 : Le non verbal

Leçon n° 4 : Le questionnement

Leçon n° 5 : La reformulation

Leçon n° 6 : Les métaphores

Leçon n° 7 : Les citations

Leçon n° 8 : Les signes de reconnaissance

Leçon n° 9 : Le rire

Leçon n° 10 : La sensibilité

Leçon n° 11 : Le logiciel interne

Leçon n° 12 : La prise de parole en public

Leçon n° 13 : L'ancrage (éliminer le trac)

Leçon n° 14 : La relaxation

Leçon n° 15 : Des textes pour le plaisir et le sport

Leçon n° 16 : La sérendipité

Leçon n° 17 : Le contrat



FRANÇOIS A. SITTLER

MODULES ANIMÉS PAR FRANÇOIS A. SITTLER

MES RÉFÉRENCES (depuis 1989) A TRAVERS LA SOCIÉTÉ FRANCESCO EZZO DIFFUSION

Collectivités territoriales :

INSET ANGERS	CNFPT DE MAYOTTE
CNFPT DE LA REUNION	CNFPT NORD-PAS-DE-CALAIS
CNFPT DE MARTINIQUE	CNFPT PACA
CNFPT DE GUADELOUPE	CNFPT DE GUYANE
CNFPT ALPES MARITIMES	CNFPT PAYS DE LA LOIRE
CONSEIL GENERAL 06	CONSEIL GENERAL PAS-DE-CALAIS
CONSEIL GENERAL DE LA MARNE	M. I. N. DE NICE
CONSEIL RÉGIONAL PACA	CONSEIL RÉGIONAL DE GUYANE
MAIRIE DE TOULON	MAIRIE DE CANNES
MAIRIE DE LA BRIGUE	MAIRIE DE ST MARTIN VÉSUBIE
MAIRIE DE MANDELIEU	MAIRIE D'ANTIBES
MAIRIE DE WIMEREUX	MAIRIE ANZIN SAINT AUBIN
COM. DE COMMUNES COMTE DE PROVENCE	COMMUNAUTÉ URBAINE DE LILLE
MISSION LOCALE DE GUYANE	MAIRIE DE NICE

Ministère de la Défense : Paris, Lille, Aix-en-Provence, Rennes, Marseille, Metz, Brest

PRÉFECTURE DES ALPES MARITIMES et PRÉFECTURE DE RÉGION PACA

Éducation Nationale : MAFPEN, Rectorat, CROUS, IUT, UNIVERSITÉ, DI.FOR DIR.FIC, GIP FIPAN

D. D. E. : Nice

Centre d'Études Techniques de l'Équipement : Aix-en Provence

Direction Pénitentiaire : Nice et Marseille

Aérospatiale : Cannes-Mandelieu

Musée de l'Armée : Invalides - Paris

France Télécom : Nice et La Réunion

Crédit Mutuel : AMUFOP - Marseille

E.R.D.F : Nice

S. N. C. M. : Marseille

FORCE U : Montpellier

VINCI IMMOBILIER : Nice

Diverses entreprises : Secteur privé région PACA

PARCOURS

Ancien directeur de banque, comédien, co-auteur de la méthode L'EXPRECOM, Sénateur de la Jeune Chambre Économique Française.

Fondateur de la société FRANCESCO EZZO DIFFUSION en mars 1989 devenue MC FORMATION

MÉTHODE L'EXPRECOM

Expérimentée par l'ENA et le Rectorat de Nice ; disponible depuis 1989.



FRANÇOIS A. SITTLER