



**HOMME &
CARRIERES**

ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

Exemples de thématiques

L'approche Homme & Carrières

Votre interlocuteur : Serge KUNTZMANN - 06 62 55 15 75

HOMME & CARRIERES
55, avenue Duquesne 75007 PARIS
S.A.R.L. au capital de 30 000 € - R.C.S. PARIS 528 793 961
Numéro de déclaration d'activité de formation : 11754975075



**HOMME &
CARRIERES**

SOMMAIRE

2

DÉTAILS DES THÉMATIQUES ABORDÉES

1. Mieux se connaître pour mieux communiquer	3
2. Développement personnel	4
3. Manager avec les couleurs	5
4. Vendre en couleurs	6
5. Key Account Manager Expert	7
6. Management transversal	8
7. Management à distance	9
8. Animation de réunion	10
9. Entretien annuel d'appréciation	11
10. Régulation du stress, gestion des conflits	12
11. Excellence en présélection	13
12. Excellence en recrutement Niveau 1	14
13. Excellence en recrutement Niveau 2	15
14. Intégration réussie	16

L'APPROCHE HOMME & CARRIERES

Notre Philosophie	17
Méthode pédagogique	18
Les clés de l'efficacité pédagogique	19 à 21
Autres thématiques possibles	22

1. MIEUX SE CONNAITRE POUR MIEUX COMMUNIQUER

3

Qui se ressemble s'assemble

1. L'objectif du séminaire

- Comprendre la méthode 4Colors®
- Comprendre les comportements et les attentes de nos interlocuteurs

2. Public concerné

Tout collaborateur concerné par le sujet quelle que soit sa fonction.

3. Contenu

- Découverte des couleurs de la communication
- Les 4 tendances : rouge / jaune / vert / bleu
- Identifier son propre style / couleurs à partir de son profil de personnalité 4Colors®
- Comprendre son propre style de communication pour renforcer les échanges
- Comprendre les comportements et les attentes de nos interlocuteurs
- Les motivations des différents types d'interlocuteurs
- Travailler sur le style d'interlocuteur le plus opposé

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

2. DEVELOPPEMENT PERSONNEL

4

Renforcer sa communication en s'appuyant sur la connaissance de soi-même et sur son profil de personnalité

1. L'objectif du séminaire

- Comprendre son propre style de communication pour renforcer les échanges
- Comprendre les comportements et les attentes de nos interlocuteurs
- Développer des argumentaires efficaces

2. Public concerné

Tous les collaborateurs

3. Contenu

Découverte des couleurs de la communication

- Les 4 tendances : rouge / jaune / vert / bleu
- Identifier son propre style / couleurs (à partir du profil de personnalité 4colors®) pour :
 - Mieux se connaître
 - Développer son écoute
 - Se mettre en valeur
 - Développer son efficacité
 - Gérer son stress
- Comprendre les comportements et les attentes de nos interlocuteurs à travers ses couleurs
- Les motivations des différents types d'interlocuteurs
- Travailler sur le style d'interlocuteur le plus opposé

4. Durée

- A déterminer suivant les besoins et pouvant être échelonné sur plusieurs mois.

3. MANAGER AVEC LES COULEURS

5

« Pour un management humain, agile et durable »

B. Boussuat

1. L'objectif du séminaire

- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Revenir aux bases du management
- Manager la performance au quotidien
- Optimiser la perception des équipes vis-à-vis de leur manager

2. Public concerné

Les managers.

3. Contenu

Mieux se connaître soi-même et identifier son style de communication

Comprendre les autres : identifier ses interlocuteurs

Place et contribution de chacun dans le groupe sur un projet

Adopter les comportements gagnants

Les caractéristiques d'une équipe qui fonctionne mal

Les caractéristiques d'une équipe qui fonctionne

Bâtir son plan d'action

Suivi distanciel

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

4. VENDRE EN COULEURS

Rouge, jaune, vert ou bleu ?

1. L'objectif du séminaire

Atteindre ses objectifs de ventes :

- Comprendre son propre style de communication pour renforcer son efficacité commerciale
- Comprendre les motivations et attentes des clients
- Développer des argumentaires efficaces

2. Public concerné

Les collaborateurs commerciaux en contact direct avec les clients.

3. Contenu

Découverte des couleurs de la communication

- Les 4 tendances : rouge / jaune / vert / bleu
- Identifier son propre style / couleurs (à partir du profil de personnalité 4Colors®)

Comprendre les motivations et attentes des clients

- Les couleurs de nos clients et leurs attentes spécifiques
- Les motivations des différents types de clients

Développer des argumentaires efficaces

- Argumentaires en couleurs
- Méthode RECAP
- Travailler sur le style de client le plus opposé

Vendre « gagnant »

- Être convaincu pour être convainquant
- Vendre la spécificité de son entreprise
- Transmettre l'enthousiasme
- Conclure efficacement

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

5. KEY ACCOUNT MANAGER EXPERT

7

« Le meilleur moyen de prévoir le futur, c'est de le créer. »

Peter Drucker

1. L'objectif du séminaire

- Construire une stratégie d'acquisition, de développement et de fidélisation
- Créer de la valeur par la maîtrise de la relation
- Négocier des accords rentables

2. Public concerné

Les collaborateurs commerciaux en contact direct avec les clients.

3. Contenu

- Approche comportementale 4 couleurs : expert avec gestion de l'opposé
- Retour sur les bases de gestion d'un compte clé : outils / cycle d'achat / approches
- Découvrir et optimiser la posture et les opportunités politiques sur le compte
- Développer « l'intelligence commerciale » : dumping tactique / stratégies d'éviction de la concurrence / ...
- Découvrir la méthode d'Icing pour sécuriser ses offres
- Optimiser sa marge en anticipant la stratégie de compte – branche basse
- Préparer les intérêts décalés pour accélérer le rythme des affaires
- Entraînement à la négociation par le questionnement unique

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

6. MANAGEMENT TRANSVERSAL

8

Managers transverses : le leadership d'influence

1. L'objectif du séminaire

- Définir les spécificités du management transversal
- Légitimer son rôle et prendre conscience de ses préférences comportementales dans son leadership
- Développer une relation de confiance : influencer et mobiliser sans lien hiérarchique
- Gérer les situations conflictuelles

2. Public concerné

Managers, chef de projets, cadres ayant des actions transverses à piloter de façon ponctuelle ou permanente.

3. Contenu

- Identifier les spécificités
- Maîtriser les rôles et compétences clés
- Situer son rôle – développer son leadership et son influence
- Mode de communication
- Convaincre, mobiliser et motiver une équipe sans autorité hiérarchique
- Utiliser la confrontation des expertises et le transfert d'expérience
- S'affirmer dans les relations avec les différents interlocuteurs et développer les comportements
- Gérer les conflits

4. Durée*

- 2 à 3 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

7. MANAGEMENT A DISTANCE

9

Trouver le bon équilibre entre autonomie et contrôle

1. L'objectif du séminaire

- Se positionner dans son rôle de manager : prendre conscience des enjeux
- Instaurer la confiance : autonomie et responsabilisation sont des facteurs de motivation
- Développer l'esprit d'équipe

2. Public concerné

Les managers.

3. Contenu

- Définir les conditions
- Développement de la posture managériale du travail à distance
- Mode de communication et règles de fonctionnement
- Développement de l'autonomie – délégation
- Piloter et suivre la performance
- Stimuler le sentiment d'appartenance
- Outils de suivi et tableaux de bord

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

8. ANIMATION DE RÉUNION

10

« Une bonne communication est aussi stimulante qu'une tasse de café et empêche aussi bien de dormir après »

Ann Morrow Lindbergh

1. L'objectif du séminaire

Se poser les bonnes questions : une réunion pour quoi faire ?

- Descendre l'information auprès de ses magasins, son service, son entrepôt, son équipe, ses fournisseurs, ses prestataires
- Remonter les informations des magasins, de l'entrepôt, de la clientèle, des collaborateurs, du service, du siège, des fournisseurs, des prestataires
- Échanger et partager les informations

2. Public concerné

Tout collaborateur concerné par le sujet quelle que soit sa fonction.

3. Contenu

- Les comportements du groupe
- Sujets et objectifs
- Mode de communication
- La préparation
- Le déroulement
- L'animation
- La gestion du groupe
- La conclusion

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

9. ENTRETIEN ANNUEL D'APPRÉCIATION

11

Renforcer la collaboration du salarié aussi bien avec son manager qu'avec l'entreprise durant l'entretien annuel d'appréciation

1. L'objectif du séminaire

- Évaluer la performance du collaborateur par la mesure de sa contribution aux résultats de son groupe
- Évaluer ses compétences par la maîtrise des pratiques professionnelles
- Identifier les actions qui accompagneront la progression attendue

2. Public concerné

Les managers.

3. Contenu

- Enjeux et objectifs
- Posture managériale
- La préparation
- Les étapes de l'entretien (bilan, résultats, acquis, compétences et orientation)
- Le déroulé de l'entretien
- Les entretiens compliqués
- Identifier les besoins d'accompagnement / proposition de développement (outil de motivation) et formations proposées
- Conclusion (feedback positif et constructif)

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

10. REGULATION DU STRESS, GESTION DES CONFLITS

12

Apprendre à se maîtriser et gérer ses émotions

1. L'objectif du séminaire

- Gérer son propre stress
- Le stress : cause et manifestations
- Les typologies de conflits
- Stratégies de résolution de conflits

2. Public concerné

Manager direct ou indirect, équipe complète

3. Contenu

- Le stress : causes, manifestations et émotions
- Apprendre à gérer son stress : conscience de soi, confiance en soi, maîtrise de soi, conscience professionnelle
- Les typologies de conflits
- Les différentes phases d'un conflit
- La méthode DESC
- Approche comportementale du manager

4. Durée*

- 1 jour (ou plus si besoin d'accompagnement personnalisé)

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

11. EXCELLENCE EN PRESELECTION

13

La présélection : l'étape clé d'un bon recrutement

1. L'objectif du séminaire

- Mettre en place un processus standardisé
- Comprendre les objectifs et les enjeux de la présélection
- Les étapes de l'entretien téléphonique
- Posture au téléphone : l'importance du discours et du non verbal
- Gagner en efficacité dans le choix du candidat

2. Public concerné

Service RH, Direction Régionale, mission recrutement, managers

3. Contenu

- Comprendre les objectifs et les enjeux de l'étape clé d'un bon recrutement :
 - Travail d'équipe : les besoins (spécificités du poste / attentes particulières concernant LE candidat)
 - Gagner en efficacité pour l'entretien face à face
- Les étapes de la présélection :
 - Apprendre à lire et à trier un CV
 - Trouver l'adéquation entre les attentes respectives
 - Contourner les risques de discrimination
 - Les phases de l'appel téléphonique
- L'importance du « verbal et du non verbal »

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

12. EXCELLENCE EN RECRUTEMENT NIVEAU 1

14

Savoir recruter : une vraie compétence

1. L'objectif du séminaire

- Harmoniser le processus afin d'améliorer la qualité des recrutements
- Comprendre les enjeux d'un recrutement
- Trouver l'adéquation entre un candidat et un poste

2. Public concerné

Tout collaborateur impliqué dans le processus d'un recrutement

3. Contenu

- Comprendre les objectifs et les enjeux du recrutement
- Définir le profil de poste et le profil de candidat / les spécificités
- Mener un entretien en face à face de A à Z : enjeu, posture, étapes
- Rappel sur la discrimination

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

13. EXCELLENCE EN RECRUTEMENT NIVEAU 2

Comment donner envie d'intégrer la société ?

1. L'objectif du séminaire

- Renforcer les acquis du niveau 1
- Gagner en confiance sur la posture de recruteur
- Travail sur le non verbal
- Application pratique : mises en situation

2. Public concerné

Tout collaborateur impliqué dans le processus d'un recrutement

3. Contenu

- Renforcer le travail du niveau 1 sur le type de questions à poser (questions ouvertes, rappel sur la discrimination)
- Gagner en confiance sur la posture de recruteur : discours, écoute, force de conviction, donner envie
- Le non verbal : exercices et observation de l'image renvoyée au candidat durant l'entretien
- Jeux de rôles et mises en situation sur une bonne partie de la journée afin d'ancrer les compétences et les postures
- Analyse comportementale

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

14. INTÉGRATION RÉUSSIE

16

L'intégration finalise la procédure de recrutement dans une perspective de fidélisation

1. L'objectif du séminaire

- Les enjeux d'une intégration réussie
- Inculquer la culture de l'entreprise
- Définir et respecter le plan d'intégration
- Rendre le nouvel entrant opérationnel

2. Public concerné

Les managers, les parrains, les services RH siège et en DR

3. Contenu

- Les enjeux et objectifs
- Les acteurs de l'intégration (organisation, professionnels RH, équipe, inter-services, managers, parrain)
- Les étapes de l'intégration
- La posture managériale / Le rôle du parrain
- La préparation
- Les étapes de l'entretien (bilan, résultats, acquis, compétences et orientation)
- Le déroulé de l'entretien
- Les entretiens compliqués
- Identifier les besoins d'accompagnement / proposition de développement (outil de motivation) / identifier les besoins en formation
- Conclusion (feedback positif et constructif)

4. Durée*

- 1 à 2 jours en présentiel + accompagnement distanciel en option

* A définir selon les besoins du client et le contenu du programme

NOTRE PHILOSOPHIE

17

Croire en ce que l'on fait et travailler avec des clients - partenaires qui partagent nos valeurs :

Les richesses de l'entreprise

Nous pensons que l'entreprise a deux richesses : ses collaborateurs et ses clients. Nos conseils, formations et coaching vont dans ce sens.

La démarche gagnante

Nous pensons que les entreprises qui gagnent savent mettre en confiance, reconnaître, valoriser leurs collaborateurs : regarder et avancer dans le même sens. Nos formations s'appuient sur les expériences de nos participants.

L'individu

Nous valorisons les talents de nos stagiaires pour favoriser les échanges de bonnes pratiques et les benchmarking entre nos clients. Parce que chacun est différent, nous individualisons nos accompagnements (plan d'actions).

Le changement

Nous pensons que le changement est nécessaire à toute vie et tout homme a un potentiel à progresser. Rien n'est définitivement acquis à l'homme : ni ses forces, ni ses faiblesses. Il s'appuie sur la confiance, la créativité et la formation.

La culture du résultat

Nos intervenants sont tous des opérationnels, au contact du marché, chefs d'entreprises, managers eux-mêmes ou anciens managers. Nos interventions s'ancrent dans la réalité, permettant une mise en pratique immédiate et des progrès mesurables.



Un séminaire 100% ludique, interactif et concret

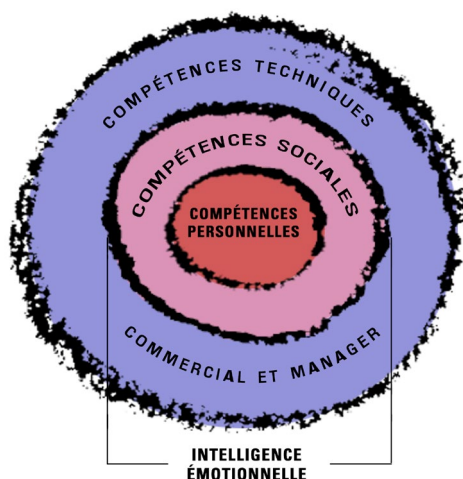
1. Profil individuel de personnalité 4Colors® (optionnel)
2. Méthode des couleurs, jeux, exercices progressifs, travaux de groupes, benchmark
3. Supports technologiques variés, jeux interactifs individuels et d'équipe, extraits de film, clips, quizz, accès en ligne à des tests et espace stagiaires en ligne pour aller chercher des données complémentaires.



LES CLES DE L'EFFICACITE PEDAGOGIQUE

19

- Un parcours pédagogique progressif



- Travailler dans un premier temps sur les compétences personnelles de chaque participant pour développer ses compétences sociales, comportementales et techniques
 - Partir de l'individu pour le motiver, mettre en avant ses talents
 - Construire ensuite un plan de progrès personnalisé très impliquant
- **Le suivi des participants**
 - Suivi du plan d'actions des participants après la session de formation

LES CLES DE L'EFFICACITE PEDAGOGIQUE

20

► Un espace de confiance pour s'exprimer

- Les participants ont déjà tous un vécu significatif sur lequel on peut capitaliser. Il n'est donc pas question de leur donner des leçons, mais d'utiliser au maximum leurs expériences pour favoriser des échanges de bonnes pratiques.
- La richesse vient du groupe : le groupe est initié dès le départ à la critique constructive afin de permettre à chacun de comprendre les perceptions des autres et de faire évoluer les comportements.
- Les jeux et moments forts permettent de créer l'histoire de l'équipe et apportent une complicité. Le groupe devient une « promotion » permettant de garder le contact au-delà de la formation et de renforcer les synergies.

► L'utilisation de la méthode des couleurs

- Pédagogie des couleurs, simple, efficace, permettant un repérage immédiat et une mémorisation durable. Permet aussi d'établir un fil à fil sur l'ensemble des thèmes de la formation
- Restitution ou utilisation d'un profil de personnalité (valorisant pour l'individu et facilitant des remises en cause) permettant à chacun de mieux se situer, de comprendre comment les autres nous perçoivent.



LES CLES DE L'EFFICACITE PEDAGOGIQUE

21

► Passage de la théorie à la pratique :

Une pédagogie opérationnelle favorisant l'apprentissage par l'échange, la cohésion de groupe, la découverte tout en alternant les apports théoriques et pratiques :

- Jeux, exercices progressifs, travaux de groupes, Mind-mapping, benchmark
- Etude de cas spécifiques sur vos problématiques
- Simulations et mises en situation personnalisées
- Webinaires (option)
- Supports technologiques variés, jeux interactifs individuels et d'équipe, extraits de films, ice-breakers, quizz, la boussole des émotions ...



Le passage de la théorie à la pratique est favorisé par un plan d'actions établi par chacun à la fin de la session.

Une formation **100% ludique**, interactive et concrète sur les bases d'une animation en Funny Learning !



AUTRES THÉMATIQUES POSSIBLES (liste non exhaustive)

Développement du leadership

Basiques du management

Management de projets

Gestion des priorités / gestion du temps

Accompagnement au changement / conduite du changement

Devenir Manager Coach

Posture de vente

La communication non verbale

Prospecter et gagner de nouveaux clients

Vendre et négocier par téléphone

Négociation commerciale complexe