

Animations Innovantes



Animation de grands groupes



Pourquoi des sessions
regroupant un grand nombre
de participants ?

Diversité et masse critique

Nous animons de plus en plus d'équipes de grande taille pour les raisons suivantes :

- > Plus l'équipe réunie au cours de la convention est diversifiée, plus elle représente l'ensemble de l'unité considérée (elle est l'hologramme du système considéré).
- > Plus le changement est urgent, plus il convient de réunir le maximum de personnes en même temps de façon à éviter les freins liés à la démultiplication en cascade et à atteindre rapidement une masse critique d'acteurs du changement.

Nos convictions

- > La taille des groupes démultiplie l'énergie individuelle et collective au cours de l'événement
- > Si le processus de l'événement est bien géré, cette énergie permet
 - D'obtenir des résultats concrets très adaptés à la situation, au contexte et à l'unité considérée
 - D'imprimer un souvenir vivace chez chacun des participants, susceptible de décupler les conséquences au sein de l'unité après le séminaire

L'imago du groupe

Les écueils des groupes de petite taille :

- > Notre expérience de 10 ans de travail en groupes de management, nous montre que dans les groupes de petite taille, le dernier jour du séminaire il y a à chaque fois la question suivante qui est posée :
- > « comment je change, si mon environnement ne change pas? Est-ce que je dois attendre que tout le monde soit formé pour commencer à mettre en application la formation ? »
- > La conséquence : découragement, sentiment d'impuissance (« à quoi ça sert que je change si l'ensemble de l'entreprise ne change pas? »), sentiment d'injustice (« pourquoi on me dit de changer quand mes supérieurs ne changent pas? »)

Les avantages du grand groupe :

- > Pour donner l'envie de changer, les individus ont besoin de se représenter leur groupe d'appartenance comme une force (« tous ensemble on va y arriver »), un levier (« si les autres le font, moi aussi, je vais y arriver ») et une communauté (« les autres peuvent m'aider »)
- > Cette représentation s'appelle « imago du groupe ». Plus elle est forte, plus l'individu se sent puissant pour pouvoir se remettre en question, donc se mettre en situation de changement.

Impliquer les participants

Les avantages pédagogiques :

- > Le programme que vous proposez est très complet et dense. Notre suggestion c'est de choisir une approche sélective et qualitative pour que les enseignements puissent être profitables et appliqués concrètement par les participants.
- > Une couverture de tous les sujets risque d'avoir la conséquence d'une « avalanche de contenu », sans une réelle réflexion qui permet de rendre siens les contenus pour pouvoir les appliquer par la suite.
- > Lors de l'Open Space chaque participant participera aux ateliers concernant les sujets qu'il aura le plus besoin de travailler.
- > Le choix des contenus « à la carte » permet de cibler les besoins réels, d'éliminer les temps morts, d'impliquer les managers.
- > Les participants auront à leur disposition les outils pédagogiques des thèmes proposés par vous (ex. Le manager, acteur-clé du recrutement et de la fidélisation de ses collaborateurs, Le rôle du manager dans la reconnaissance de la performance de ses collaborateurs, etc.) qu'ils pourront utiliser pour approfondir des sujets. Les coachs seront présents pour les inciter à utiliser ce matériel pédagogique en tant que facilitateurs et pour répondre aux questions de clarifications sur le contenu de celui-ci.
- > De cette manière, les éléments théoriques seront utilisés comme support utile aux échanges d'expériences des participants lors de l'Open Space.
- > S'il est clair que chaque participant n'aura pas couvert l'ensemble des sujets mais seulement ceux qu'il aura besoin de couvrir, néanmoins, par l'effet du grand groupe, il sait qu'une autre personne aura couvert un sujet qui lui manque et qui pourra être une ressource pour acquérir ou approfondir cette compétence au moment du besoin.



Méthodes d'animation

Critères de choix des méthodes

!!! La méthode est au service d'une finalité.

Nous ne proposons une méthode qu'après avoir compris le sens de notre intervention.

Nous choisissons et adaptons nos méthodes en fonction

1. Des objectifs de notre client
 2. De la culture de l'entreprise et des spécificités de l'équipe concernée
 3. Du processus au sein duquel s'intègre l'événement (appropriation du changement, motivation des équipes, transversalité, comportement des managers, réunion annuelle, kick-off,...)
 4. Des participants
 5. Des résultats attendus
 6. Des contraintes budgétaires
- ...

Ces méthodes, nous savons les décliner dans de nombreux environnements

En fonction des demandes de nos clients

Afin de leur proposer des environnements de « **décadrage** » susceptibles de décupler les capacités des équipes à « **changer de cartes mentales** »

Quelque soit le lieu, nous l'adaptions à nos modes d'animation afin de les rendre à la fois accueillants, conviviaux et mobiles

Open-Space

Objectif

Permettre l'appropriation et la prise en charge du changement par l'ensemble des participants

Population concernée

Une équipe de décideurs confrontée à un changement majeur – 30 à 200 participants

- > Qui connaissent bien les objectifs de l'Unité
- > Qui savent quels sont les problèmes à résoudre au sein de l'Unité

Déroulement

On demande aux participants de proposer des solutions, de **provoquer des décisions** et de **s'engager** collectivement et individuellement à les mettre en œuvre au travers d'un processus collectif ouvert, dynamique, fluide, favorisant l'expression de chacun, impliquant pour chacun ; tout en laissant la **liberté à chaque participant** du choix des thèmes à aborder et de leurs **contributions personnelles** au cours du séminaire.

1. La question posée par le patron
2. Choix de thèmes de travail proposés par les participants eux-mêmes
3. Ateliers de travail avec débriefings réguliers afin d'assurer la cohésion du groupe
4. Décisions prises en temps réel

Durée

Idéal – 1 jour ½, en résidentiel - Minimum 1 journée

Valeur ajoutée pour l'équipe

Des thèmes sur lesquels les participants sont acteurs

Des décisions prises en temps réel

L'accélération de l'appropriation des décisions et plans d'action par l'ensemble de l'équipe de management

Un compte-rendu en temps réel

Search Conference

Objectif

- Faire prendre conscience aux participants des changements dans leur environnement.
- Décider ensemble des changements induits au sein de l'équipe.
- Définir les plans d'action pour l'appropriation et la déclinaison de ces changements au sein de l'unité

Population concernée

Une équipe de management confrontée à un changement majeur – 30 à 200 participants

Déroulement

1. Les faits majeurs dans le passé, externes et internes à l'unité
2. Ce qui va changer dans l'environnement dans le futur – Les divers scénarios envisagés pour le futur
3. Que se passe-t-il si l'équipe de direction ne change pas ? Si elle change ?
4. Quelles sont les attentes réciproques au sein de l'équipe de Direction ?
5. Plans d'action d'appropriation et de déploiement

Durée

1 jour ½ à 3 jours, en résidentiel

Valeur ajoutée pour l'équipe

- L'ensemble de l'équipe prend le temps de se retourner sur son passé. Elle s'y ressource en trouvant un langage commun. Les nouveaux intégrés peuvent participer avec intérêt aux travaux sur le passé avec leur regard neuf et/ou extérieur
- La prise de conscience des changements nécessaires pour s'adapter à l'environnement provoque des changements d'attitudes et de comportements des participants
- Des décisions prises en temps réel
- Un compte-rendu en temps réel

Forum stratégique

Objectif

Définir en équipe les stratégies à appliquer face à la complexité et aux changements apportés par l'environnement

Prendre des décisions en temps réel

Population concernée

Une équipe de management confrontée à un changement majeur – 30 à 200 participants

Déroulement

1. Ouverture : les participants sont confrontés à diverses informations externes et/ou internes qu'ils commentent et s'approprient
1. Focalisation : le travail sur les scénarios du futur permet aux participants d'affiner la stratégie
2. Plans d'action : les participants bâtissent les plans d'action en s'appuyant sur les leviers du changement

Durée

1 jour ½ à 3 jours, en résidentiel

Valeur ajoutée pour l'équipe

L'ouverture vers des avis de personnalités extérieures à l'entreprise

La mise en place d'un langage commun.

L'identification des leviers du changement, ainsi que des freins

Des décisions prises en temps réel

Un compte-rendu en temps réel

Le Café du Monde

Objectif

- Partager des connaissances, stimuler la créativité, explorer des pistes d'actions
- Engager les participants dans des échanges en profondeur, quelque soit leur degré de connaissance mutuelle préalable
- Approfondir l'exploration et le partage autour d'enjeux clés au sein d'une unité
- Approfondir le degré de communication au sein d'une communauté
- Créer un véritable échange après une présentation formelle

Population concernée

Tout type d'équipe, au sein d'une unité, inter-unités et y compris ouverte vers l'extérieur de l'entreprise (clients, fournisseurs, partenaires, ...).

Déroulement

1. Introduction : l'animateur présente la question posée aux participants
2. Plusieurs rounds successifs d'échanges entre participants placés en groupe de 6 autour de tables. A chaque round, les participants changent de groupe.
3. Les résultats des réflexions sont affichés sur des panneaux tout autour de la salle
4. Le dernier round permet de produire des synthèses

Durée

½ journée

Valeur ajoutée pour l'équipe

- L'ouverture vers des avis de personnalités extérieures à l'entreprise
- L'expression libre et détaillée de chaque participant
- La mise en exergue, en partant de problèmes complexes, des lignes de force et des effets de levier pour les résoudre

L'écoute Collective

Objectif

Transformer la « personnalité collective » dans un objectif de croissance ou de changement
Créer une communauté incluant les clients de l'entreprise
Consolider, à partir des expressions individuelles, des expressions de groupe et finalement une expression collective

Population concernée

Tout type d'équipe, au sein d'une unité, inter-unité et y compris ouverte vers l'extérieur de l'entreprise (clients, fournisseurs, partenaires, ...).

Déroulement

1. Introduction : l'animateur présente les attentes vis-à-vis des participants
2. Chaque participant peut prendre la parole, sans limitation de temps
3. La cellule d'animation encourage la prise de parole, gère la file d'attente et prépare des synthèses

Durée

2 à 3 séances de 3h pour 50 personnes

Valeur ajoutée pour l'équipe

Un vrai travail sur l'écoute au sein de la communauté
Une consolidation profonde de la communauté
Des décisions issues de consensus, et partagées

Good to Great*

Objectif

- Dépasser les croyances et les limitations du collectif
- Trouver comment faire une vraie différence sur son marché
- Approprier et décliner une vision simple et efficace du business
- Passer de « bon » à « excellent »

Population concernée

Une équipe de management qui a envie de se remettre en cause

Déroulement

1. Présentation des faits concrets nécessitant une remise en cause de l'équipe
2. Travailler sur la stratégie du « hérisson »
 - Refléter ce que l'entreprise peut faire mieux que tous ses concurrents
 - Mettre en évidence les éléments critiques à la rentabilité de l'entreprise
 - Proposer un projet mobilisateur pour les salariés
1. Plan d'action

Durée

1 jour ½ à 3 jours, en résidentiel

Valeur ajoutée pour l'équipe

- Une vraie remise en question de son fonctionnement
- Un travail sur la simplification de la vision
- La mise en place d'un projet mobilisateur pour les salariés

Logistique

1 seule salle de travail pendant toute la durée du séminaire

4m² par participant - Eclairage naturel

Tables circulaires ou hexagonales pour 6 participants faciles à déplacer

L'affichage possible sur tous les murs de la salle

De nombreux paper-board mobiles (1 par table)

De nombreux feutres (qui fonctionnent), post-its (qui collent), feuilles de différentes tailles....

Et, en plus :

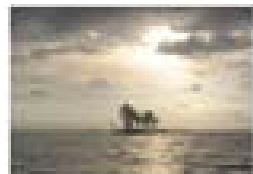
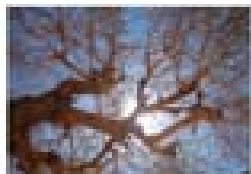
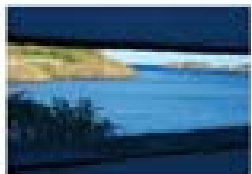
Des animations de « décadrage » adaptées au site

Des collations permanentes

Un Business Centre proche et efficace

Un espace détente (sport, journaux, jeux, ...)

Co-Développement



Le Co-développement

- Définition
 - > Le Co-développement est une technique de coaching en groupe qui permet aux individus à la fois de trouver des solutions à des problèmes posés et à la fois d'apprendre à écouter l'autre et s'enrichir de sa réflexion.
- Un groupe de Co-développement c'est :
 - > Un groupe qui réunit de huit à dix personnes qui décident de partager leurs expériences managériales afin de devenir plus efficaces professionnellement.
 - > Ces personnes réfléchissent et échangent régulièrement sur des préoccupations professionnelles d'actualité vécues.
 - > Pour être efficaces, ces rencontres s'inscrivent dans un cadre structuré facilitant les échanges et la découverte des ressources individuelles de chacun.

Le Co-développement (suite)

- Les meilleurs professionnels ont autant de problèmes que les autres, ce qui fait la différence c'est leur capacité à :
 - > Poser les problèmes et à les analyser sans complaisance
 - > S'appuyer sur ceux-ci pour en faire une source de remise en cause, d'apprentissage et de développement tant personnel que collectif.
- L'apport des autres
 - > Il est toujours possible d'améliorer seul sa pratique, et nous le faisons tous de façon courante mais il y a des limites
 - > L'apport des autres potentialise les efforts individuels grâce à :
 - La diversité des personnalités
 - La multitude des expériences professionnelles et personnelles
 - La variété des façons de comprendre et de vivre la même pratique professionnelle

Le Co-développement (suite)

- Objectifs
 - > Être plus efficace dans sa pratique professionnelle
 - > Apprendre à aider et à être aidé
 - > Echanger au sein d'un groupe de « pairs »
 - > Acquérir une méthodologie d'apprentissage
 - > Savourer le plaisir d'apprendre et de transmettre

- Ce que les participants expérimentent
 - > Une technique d'aide à l'autre dans sa problématique professionnelle par un questionnement rigoureux, respectueux de la réalité de l'autre et sans diagnostic fait au préalable
 - > Un temps de réflexion : un moment privilégié pour prendre du recul, de la hauteur de vue et réfléchir sur sa propre pratique professionnelle
 - > La création d'un réseau privilégié d'échanges et d'interactions entre pairs
 - > L'écoute active centrée sur l'autre et sur son contexte précis.

Le Co-développement (suite)

- Les apports des facilitateurs
 - > Gérer le processus de dialogue du co-développement
 - > Apprendre au groupe d'être autonome : savoir gérer eux-mêmes le processus
 - > Présenter à chaque session des approfondissements théoriques de la problématique abordé lors de la session avec des modèles simples à utiliser
 - Gestion de conflit
 - Gestion des émotions
 - Ecoute active
 - La courbe du changement
 - La médiation
 - Techniques d'influence
 - Gestion du temps ...

Un processus simple ... des interactions puissantes

Exposé (5')	Le client de la séance expose	▶▶	Les participants écoutent
Clarification (15')	Les participants posent des questions d'information	▶▶	Le client répond et précise
Reformulation (10')	Les participants reformulent la situation managériale qui préoccupe le client	▶▶	Le client le reformule à son tour
Contrat (5')	Le client définit le contrat de consultation	▶▶	Que les participants reformulent
Questionnement et réactions (20')	Les participants questionnent, réagissent (observations, idées, impressions, hypothèses)	▶▶	Le client écoute et répond
Synthèse (10')	Le client intègre l'information et conçoit un plan d'action	▶▶	Les participants l'aident et le soutiennent
Intégration (10')	Le client et les participants décrivent leurs apprentissages et les consignent par écrit		

A la fin de chaque session le consultant-coach donne un éclairage de la situation à l'aide d'une brève réflexion théorique