

Entretiens
et
interviews

Réunions
et
groupes
de travail

Etudes
de
publics

COR
REL
ATI
ON ■

Pour développer
les compétences
individuelles
et
collectives

Formations 2010





Réussir vos entretiens



Renseignements et inscriptions au 01 43 70 17 57 - e-mail : contact@correlation-conseil.com



01
43
70
17
57

Un cadre, un manager, un responsable de collectivité, un consultant passent de nombreuses heures à s'entretenir avec des spécialistes, des opérateurs, des élus, des usagers, des collaborateurs. Pour lui, maîtriser les techniques de recueil d'information et être à l'aise dans le contact sont des atouts majeurs.

L'entretien est un échange verbal entre deux personnes au cours duquel la première cherche à obtenir de la seconde des informations sur un sujet précis. Pour que l'entretien soit productif, « l'interviewer » devra aider son interlocuteur à relater ses expériences, à faire état de ses connais-

L'enjeu de la formation : acquérir le savoir-faire nécessaire à la collecte d'informations riches et pertinentes, sans pour autant générer des réponses stéréotypées ou des attitudes de défense.



1 à 2
jours

Pédagogie participative à partir de situations réelles enrichie par des feed-back vidéo pour en permettre une relecture en groupe et des conseils personnalisés.

Les participants peuvent apporter un projet d'entretien issu d'une mission en cours.

Objectifs

- Faciliter la prise de contact et le recueil de l'information par l'observation méthodique, l'écoute active et la maîtrise des relances.
- Gagner en fluidité relationnelle pour plus de performance.
- Maîtriser la situation d'entretien, de la préparation au suivi :
 - grâce à une bonne connaissance des différents registres de la communication dans la conduite de l'échange
 - grâce à une bonne connaissance des techniques d'entretiens non-directifs, semi-directifs et projectifs.
- Savoir préparer l'entretien avec efficacité.

Conduire avec aisance tout type d'entretien

Un entretien, pourquoi faire ?

- Principes généraux à connaître pour réussir ses entretiens
- Quelles différences entre un entretien et un questionnaire
- Qu'est-ce qu'un questionnement ouvert ?

Préparer l'entretien avec méthode

- Définir les objectifs de l'entretien en fonction des enjeux et du sujet traité.
- Préparer l'entretien en fonction de ses objectifs et de l'information recherchée
- Identifier le bon interlocuteur, construire un échantillon pertinent
- Anticiper le suivi d'entretien.

Développer l'écoute active

- Etablir le contact avec l'interlocuteur, créer la relation
- Optimiser le recueil de l'information : être à l'écoute de l'autre, entrer dans son mode de raisonnement
- Gérer les silences
- Maîtriser les relances et les reformulations

Conduire les entretiens

- Prendre rendez-vous, débiter un entretien, conclure un entretien
- La pratique des différents types d'interlocuteurs : collègues et collaborateurs, experts et spécialistes, élus et hauts fonctionnaires, socioprofessionnels, consommateurs et usagers

Publics concernés

Cadres d'entreprise ou de collectivités chargés d'étude, managers de proximité, consultants désireux de perfectionner à la conduite d'entretiens. Toute personne amenée à conduire des entretiens dans lesquels le recueil d'information tient une place importante.



Animer vos réunions de travail efficacement



Optimiser ses capacités d'animation

Identifier les différentes formes de réunions, les différents types de participants

- Faire le point sur sa pratique

Connaître et repérer les phénomènes de groupe pour mieux les utiliser

- La dynamique de groupe
- Les jeux d'acteurs et les relations de pouvoir

Développer ses capacités d'écoute

- Quelques principes de communication
- Les techniques qui servent l'écoute active

Exercer la fonction d'animateur, maîtriser les techniques d'animation

- L'amorce : réussir l'ouverture de la réunion
- Faciliter les échanges et faire produire le groupe, dans une bonne ambiance
- Réguler les tensions du groupe, calmer le débat
- Faire passer les messages
- Stimuler et faire progresser la discussion
- Organiser le travail en sous groupe
- Savoir conclure la réunion, ne pas oublier le compte rendu.
- Surmonter les difficultés : le groupe muet, celui qui n'est jamais d'accord, etc.

Publics concernés

Toute personne amenée à conduire des réunions de travail, simples ou complexes.

Consultants, cadres d'entreprise ou de collectivités, chefs de projets ayant une première expérience et qui souhaitent être plus performants

Nous avons tous vécu une réunion dans laquelle l'animateur est déstabilisé par les participants. Il arrive souvent que les gens ne coopèrent pas, que l'un ait peur de s'exprimer alors qu'un autre sera habité par le désir de s'imposer. Si l'animation de réunion requiert la maîtrise d'une technique, elle ne se limite pas à cela.

Elle nécessite une bonne compréhension de ce qui se passe au sein d'un groupe et une régulation opportune des échanges.

Chacun d'entre nous dispose des ressources nécessaires pour animer efficacement une réunion de travail et faire en sorte que, en réunion, « la mayonnaise prenne » et que le projet avance.

L'enjeu de la formation : acquérir le savoir-faire nécessaire pour animer avec aisance toutes sortes de réunions, faciliter les échanges pour les rendre productifs, gérer les situations et les comportements perturbants et aussi vous aider à mieux vous affirmer en tant que participant.



01
43
70
17
57

Renseignements et inscription au 01 43 70 17 57 – e-mail : contact@correlation-conseil.com

3 demies
journées



Une pédagogie active : simulations de conduite de réunions en vidéo, analyse collective de l'exercice et conseils personnalisés. Cas réels apportés par les participants.

Une brochure simple et claire remise à chaque participant à l'issue de la formation.

Un nombre limité de participants (10 maximum) pour un training personnalisé

Objectifs

- Acquérir des méthodes pour animer tout type de réunions et groupes de travail.
- Savoir adapter les techniques d'animation aux objectifs, à la nature de la réunion et à son public.
- Connaître et comprendre les phénomènes de groupe
- Faciliter la cohésion d'un groupe et les échanges collectifs
- Gérer efficacement les interactions pour orienter les débats vers les objectifs.
- Maîtriser les situations délicates (contestation, tensions, hétérogénéité du groupe), répondre de façon adaptée aux agressions verbales



Donner la parole aux usagers



Renseignements et inscription au 01 43 70 17 57 - e-mail : contact@correction-conseil.com



01
43
70
17
57

Le développement local, qu'il soit conduit par une collectivité, qu'il s'inscrive dans une convention Etat - Région ou qu'il soit porté par un GIP, vise à formuler et à mettre en œuvre des actions en matière d'aménagement, de réhabilitation ou de rénovation, d'équipements ou de communication. Les projets, pour être pertinents, voudront s'adapter aux infrastructures existantes, aux évolutions de la demande, aux publics d'usagers, de visiteurs, de citoyens.

Ainsi, établir le profil des publics concernés par le projet, définir leurs besoins, leurs envies et leurs attentes, analyser leurs comportements, évaluer leur satisfaction sont nécessaires pour concevoir un projet, faire des préconisations et/ou définir un positionnement de marketing territorial.

Apporter une réponse à un cahier des charges, « penser » une étude de publics, entendre la parole des bénéficiaires requièrent une vue d'ensemble des mécanismes de réalisation des études et des enquêtes, une connaissance des principaux outils méthodologiques d'observation du territoire et de ses habitants. Ceux-ci sont nombreux et variés, chacun a des atouts et des limites. Mieux les connaître, pour mieux les utiliser, voilà l'enjeu de la formation.



Exposés - discussion sur des cas concrets, apport de repères théoriques.

L'implication active participants les amènera à mieux comprendre et à mieux intégrer les savoirs faire et surtout les modes de raisonnement.

Objectifs

- Avoir une vue d'ensemble des mécanismes de réalisation des études de publics
- Acquérir des modes de raisonnement en matière de recueil de données d'enquête.
- Savoir ajuster le type d'étude qui convient dans un contexte donné
- Faire le lien entre études de publics et décision - action

Panorama des études de publics

Pourquoi faire une étude de publics ?

- Ce que l'on peut attendre d'une étude de publics.
- Comment poser le problème, quelle information recueillir et pour quel objectif ?

Atouts et limites des démarches d'enquête

- Principes généraux et finalités des démarches qualitative, quantitative et mixtes. Les techniques projectives et créatives. Les corpus documentaires.
- Le lien entre les objectifs de l'étude et la méthodologie. Les contraintes liées au contexte et autres difficultés de mise en œuvre. Enquêtes par enquêteurs, formules auto-administrées ou par Internet.

Les outils d'enquête : caractéristiques et mises en œuvre

- Les outils qualitatifs : entretiens individuels ou de groupe, le on-line, les méthodes mixtes
- L'échantillon et le guide d'entretien
- L'exploitation des résultats : analyse de contenu, analyse synchronique, préconisations
- Les outils quantitatifs : échantillonnage et représentativité. Combien de personnes interroger ?
- Principes de construction d'un questionnaire
- Les traitements informatiques et statistiques
- Les apports d'Internet en « quanti » et aussi en « quali ».

1 à 2
jours

Publics concernés

Consultants, chargés d'étude, cadres d'entreprise ou de collectivités, chefs de projets. Urbanistes, architectes chargés de répondre aux appels d'offres.

Toute personne amenée à préconiser ou à encadrer un projet dans lesquels le recueil d'information auprès des publics tient une place importante.

corrélation, du conseil en formation pour vos collaborateurs

Une expertise reconnue

24 ans d'expérience dans les études de publics et la formation.

Une pédagogie active

Les méthodes pédagogiques partent de l'expérience des participants. Elles s'appuient sur des simulations et des jeux de rôles autour de cas concrets. Elle associent les apports théoriques et les exercices pratiques.

Utilisation de la vidéo

- Les atouts pédagogiques de la vidéo sont mis à profit dans les simulations. Cette technique favorise aussi les temps d'échanges d'expériences entre participants à partir de cas concrets et réels.

Une approche individualisée

- Conseils personnalisés d'amélioration, plan de progrès.
- L'intersession d'une semaine permet de commencer à mettre en pratique les acquis de la formation, à identifier ses difficultés puis à corriger ses défaut au cours de la seconde session.
- Une brochure est remise à chaque participant à la fin du stage.

Pour profiter des avantages du DIF

- Chaque collaborateur qu'il soit en CDI ou qu'il travaille en contrat de mission bénéficie d'un crédit d'heures de formation. Il peut, en accord avec son employeur, suivre une formation.
- Pour s'initier à un nouveau métier, se perfectionner et améliorer ses compétences actuelles, mieux connaître son environnement professionnel, améliorer ses capacités de communication ou son développement personnel.
- Les formations que nous proposons sont éligibles au DIF.

Attestations

- Une attestation de stage décrivant le programme de la formation est remise à chaque participant.
- Une attestation de présence est adressée au service formation de l'entreprise.

Formation sur mesures

- Les contenus de la formation sont adaptés aux besoins des stagiaires appartiennent à une même communauté de pratique, un même réseau. Ce qui détermine le détail du programme et la durée du stage.
- Les études de cas sont issues des expériences et des marchés du réseau.
- La formation se déroule dans les locaux de l'entreprise ou dans une salle ad hoc. Les conditions tarifaires sont ajustées à la formule de stage choisie.



01
43
70
17
57

Entretiens
et
interviews

Réunions
et
groupes
de travail

Etudes
de
publics

