

SENS TRANSITION

*Le développement
personnel pour
l'Évolution professionnelle*

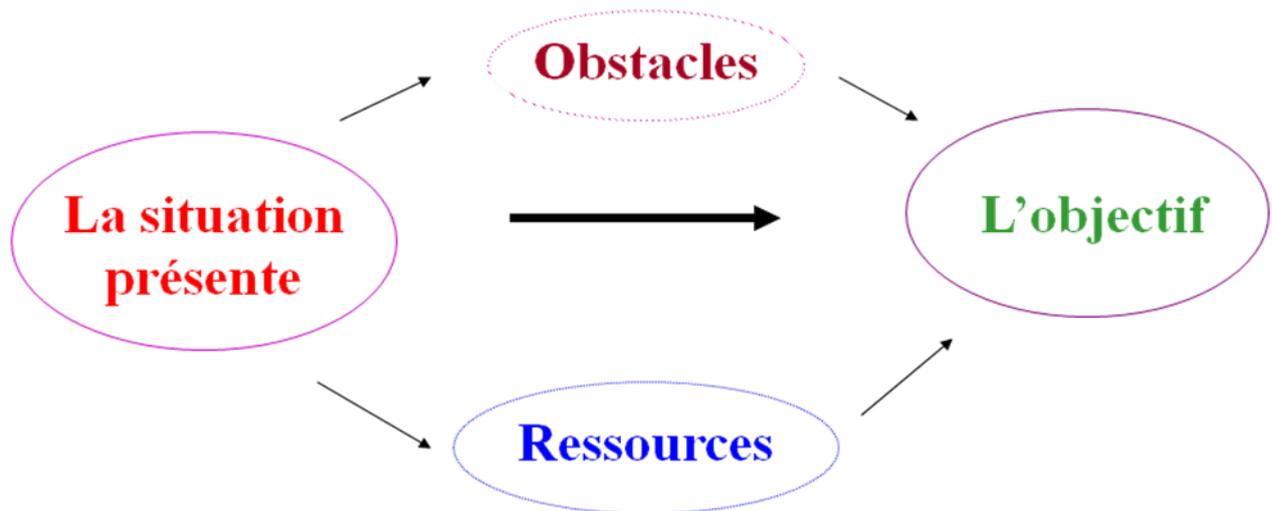
ALAIN BAUER
CATALOGUE DES INTERVENTIONS

Table des matières

Un processus	1
Des modalités d'accompagnement diversifiées	2
En individuel et en collectif : le coaching	3
La mobilisation en groupe : la formation-action	4
La proposition	5
Communication professionnelle et pratiques culturelles	6
Coaching d'insertion professionnelle – Outplacement	8
Maîtrise des Relations Interpersonnelles.....	8
Reconstruire son identité professionnelle et dynamiser un projet.....	9
Développer la confiance en soi	10
Ecoute active pour les commerciaux.....	11
Ecoute client.....	12
Négociation d'achat	13
La Réunion efficace dans l'entreprise.....	15
Mettre en place et gérer une relation pour vendre.....	16
Gérer son stress, accroître son énergie	17
Qui suis-je ?.....	17
Ils m'ont fait confiance	18
Publications	19

Un processus

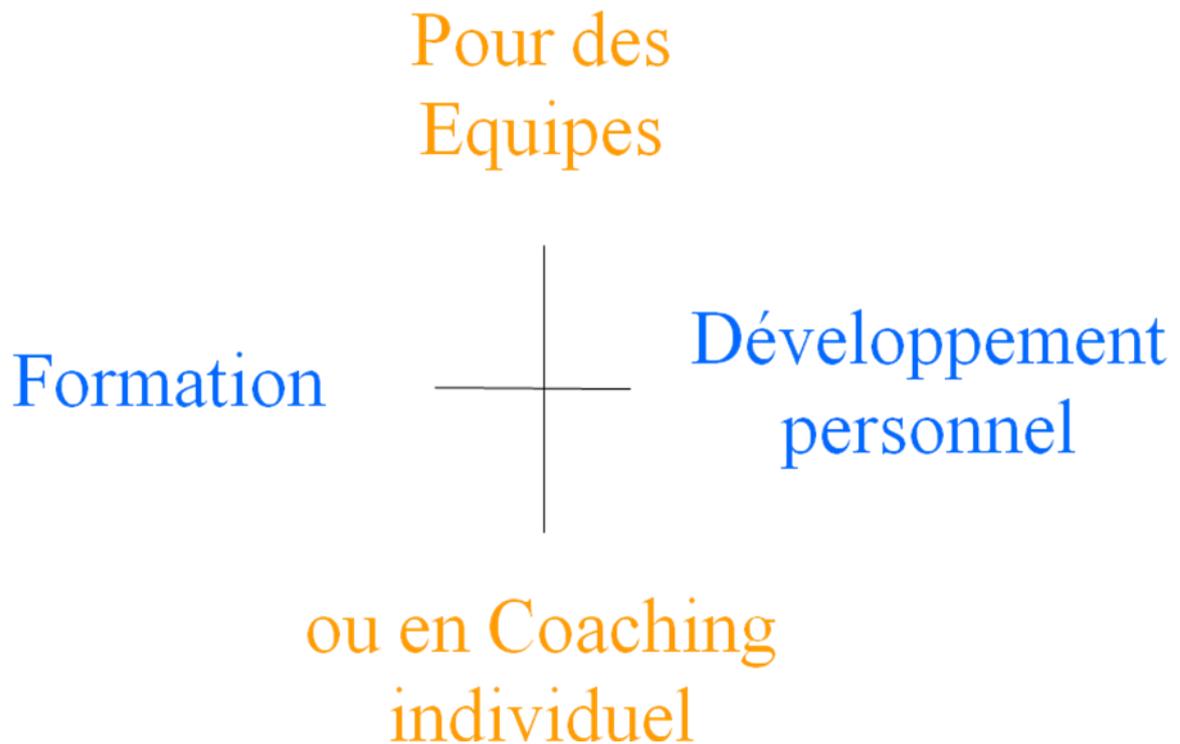
Développement personnel



Décider que la situation doit cesser, évoluer, bouger. Vouloir s'adapter, prendre conscience de ses motivations, développer de nouvelles capacités, assumer de nouvelles responsabilités.

Autant d'occasions de faire le point, de réviser ses buts, de se fixer des objectifs. Et de se faire accompagner dans un PROCESSUS DE CHANGEMENT.

Des modalités d'accompagnement diversifiées



Coaching ou formation, pour une seule personne ou pour un groupe de stagiaires, mettre en œuvre des processus d'accompagnement, ou des dispositifs pédagogiques adaptés et personnalisés.

Quelque soit le processus de changement choisi, prendre en compte les particularités les objectifs, les demandes, les défis à relever par les personnes, et qui font sens pour les stagiaires et / ou les bénéficiaires d'un coaching.

Personnaliser, adapter pour atteindre les objectifs fixés et réussir le processus de changement souhaité.

En individuel et en collectif : le coaching



En tant qu'individu comme en tant que groupe, retrouver et prendre conscience de ses Ressources, mobiliser son Potentiel et développer ses Stratégies de Réussite propres.

Générer le changement en atteignant ses Objectifs, conformes à ses Buts, à ses Motivations et son Environnement.

Adhérer pleinement à une démarche et bénéficier d'un accompagnement bienveillant et clairement cadrer.

La mobilisation en groupe : la formation-action



Partager, confronter des valeurs, des savoirs, des savoir-faire; développer des apprentissages. Découvrir ses propres modes de fonctionnement et ceux des Autres. S'enrichir d'une expérience commune et s'en sentir plus fort, mieux intégrer.

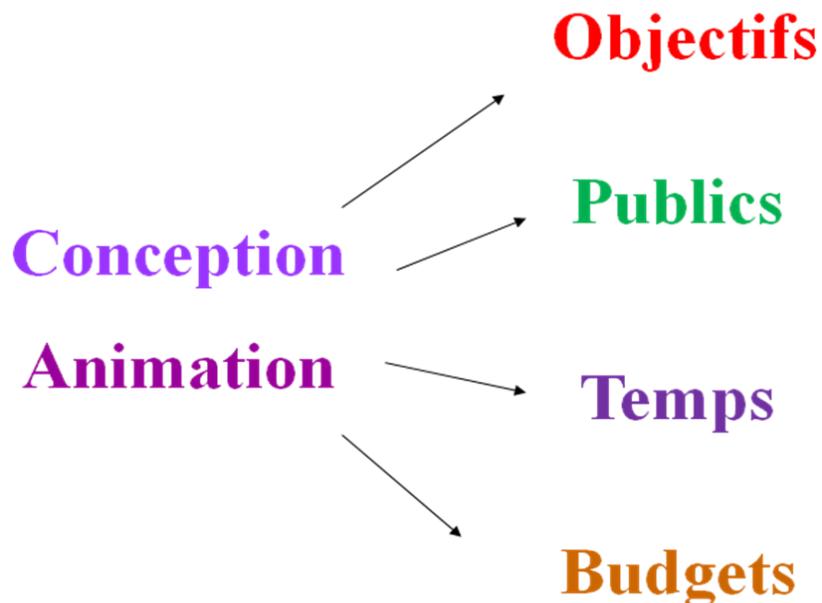
Bénéficier de dispositifs pédagogiques conçus de façon rigoureuse, en fonction d'objectifs définis et validés, des attentes des participants et des caractéristiques du public concerné.

Profiter des apports de la posture de Coach dans l'animation des formations.

La proposition

Formation / Coaching

En Intra ou en Inter



Lire une proposition claire, précise, concrète qui indique sans ambiguïté ce qui sera fait, quand, avec qui, où, comment, dans quel but et à quel coût.

Repérer que, dès le départ, la demande a été comprise, que chaque élément et particularité ont été pris en compte.

Et pouvoir se consacrer à l'essentiel : atteindre ses objectifs et obtenir les changements désirés.

Communication professionnelle et pratiques culturelles

Objectif : Permettre aux participants

- Identifier les représentations qu'ils se font de l'environnement dans lequel ils vont se trouver.
- Identifier les différences auxquelles ils seront confrontés.
- Comprendre les différences de comportement pour accepter l'Autre et mieux communiquer
- Développer leur aisance relationnelle dans un contexte socioculturel nouveau et en toutes circonstances

Public : Tout collaborateur qui doit s'intégrer dans un environnement socioculturel et professionnel différent afin d'assurer une mission professionnelle.

Durée : 3 jours

Nombre de participants maximum : 12

Moi	L'Autre	Et Nous
<p>1. Identifier ses représentations de l'environnement prochain : idées reçues, préjugés et leurs conséquences sur la communication</p> <p>Les participants vont identifier et mettre entre parenthèses les idées reçues, les préjugés qui pourraient devenir des obstacles à une intégration satisfaisante dans leur nouvel environnement socioculturel.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Représentations symboliques des différents éléments de l'environnement. ✓ Identification des composantes nouvelles à prendre en compte pour comprendre son environnement ✓ Repérage des comportements inefficaces. 	<p>2. Comprendre les différences de comportement pour accepter l'autre et mieux communiquer.</p> <p>Les participants vont s'initier à la découverte réciproque des différences de comportements et de significations attribuées à ces comportements</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Valeurs et critères dans la relation : respect, non respect et leurs conséquences comportementales. ✓ Les attentes réciproques dans la relation professionnelle. ✓ La perception de son rôle et de sa place dans la situation professionnelle. ✓ Objectifs, communication et relation interpersonnelles. 	<p>3. Développer l'aisance relationnelle quelque soit le contexte.</p> <p>Les participants vont s'approprier les outils pour réussir à bien communiquer et à entretenir des relations de coopération.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La détermination et la validation d'un objectif. ✓ Le cadrage de la relation ; la notion de contrat. ✓ Le recueil d'informations : savoir poser des questions. ✓ Le recadrage de situation. ✓ Le recadrage de signification. ✓ L'utilisation des critères. ✓ La base de la négociation : le cadre commun.

Méthode pédagogique :

Présentation et démonstration des outils (éléments et outils de la PNL¹). Exercices et mise en situation à partir du vécu professionnel des stagiaires. Partage des expériences en groupe. Feed-back des participants et de l'animateur.

¹ Programmation Neuro-Linguistique.

Coaching d'insertion professionnelle – Outplacement

Objectif : accompagner les participants dans un processus de changement qui leur permette de :

- Se réapproprier les ressources de leur expérience professionnelle
- Prendre conscience de ses compétences et les définir
- Définir et/ou affiner un projet professionnel
- Formuler une offre de services
- Mettre en œuvre une recherche d'emploi efficace
- Développer ou restaurer de la Confiance en Soi et de l'Estime de Soi

Public : Cadres, non cadres, salariés, demandeurs d'emploi

Durée : Environ 20 heures en individuel, ajustables en fonction des personnes
20 jours en présentiel pour les groupes

Nombre de participants : 12 personnes maximum

1. Savoir qui nous sommes professionnellement

Au cours de cette première phase, les participants se réapproprient leurs expériences, leurs compétences et seront en mesure d'élaborer une offre de services. Ils définissent ou affinent un projet professionnel réaliste et réalisable.

- ✓ Elaborer son CV
- ✓ Faire émerger ses stratégies de réussite
- ✓ Formuler son projet

2. Définir ses cibles de prospection

Lors de cette deuxième phase, les participants clarifient leurs objectifs afin de se donner le maximum de chances et d'opportunités de trouver leur emploi.

- ✓ Définir son marché de l'emploi
- ✓ Trouver ses sources d'offres d'emplois (le marché caché, les réseaux)

3. Se mettre en relation avec les entreprises

Avec cette dernière phase, les participants apprennent à utiliser les divers outils d'une bonne recherche d'emploi.

- ✓ Ecrire une lettre de motivation et de candidature spontanée
- ✓ S'entraîner à l'entretien de recrutement : ses enjeux, ses pièges, sa préparation
- ✓ Utiliser le téléphone avec pertinence et efficacité

Méthode pédagogique

Apports méthodologiques et théoriques, exercices d'application individuels et en groupe accompagnés, exercices de simulation (travail en groupes), recherches individuelles et enquêtes métier.

Maîtrise des Relations Interpersonnelles

Objectif : Permettre aux participants

- De découvrir et s'approprier les ressources dont ils disposent pour communiquer efficacement.
- D'identifier les points clefs de leur dynamique relationnelle en situation de travail.
- D'optimiser leur efficacité relationnelle dans le cadre de leur rôle professionnel.

Public : Tous publics désireux d'initier des relations harmonieuses et efficaces avec leurs entourages, professionnels ou non

Durée : 4 jours

Nombre de participants maximum : 12

1. Découvrir et s'approprier ses ressources pour communiquer efficacement. Moi et l'Autre

Lors de cette première phase, les participants vont s'exercer à mettre en œuvre les postulats et les principes d'une communication efficace. Ils s'appuieront sur leurs perceptions et leurs représentations de leur environnement et apprendront à utiliser celles-ci dans le cadre de leur dynamique relationnelle.

- ✓ *Postulats de base et philosophie de la communication.*
- ✓ *La construction de la réalité.*
- ✓ *Système de perception et de représentation.*
- ✓ *Observation, calibration et congruence.*

2. Identifier les points clefs de la dynamique relationnelle en situation de travail. La responsabilité dans la relation.

Lors de cette deuxième phase, les participants vont clarifier les enjeux de leurs comportements en situations relationnelles professionnelles.

- ✓ *Les attentes réciproques dans la relation professionnelle.*
- ✓ *La perception de son rôle et de sa place dans la situation professionnelle.*
- ✓ *Valeurs et critères dans la relation : respect, non respect et leurs conséquences comportementales.*
- ✓ *Objectifs, communication et relation.*

3. Optimiser l'efficacité relationnelle dans le cadre de la situation professionnelle. Mettre en place et gérer la relation.

Dans cette troisième phase, les participants vont s'approprier les outils pour réussir à bien communiquer et à entretenir des relations de coopération.

- ✓ *La détermination et la validation d'un objectif.*
- ✓ *Le cadrage de la relation ; la notion de contrat.*
- ✓ *Le recueil d'informations : savoir poser des questions.*
- ✓ *Le langage de la précision : la boussole du langage.*
- ✓ *Le traitement des objections.*
- ✓ *Le recadrage de signification.*
- ✓ *L'utilisation des critères.*
- ✓ *La base de la négociation : le cadre commun*

Méthode pédagogique :

Présentation et démonstration des outils (éléments et outils de la PNL²). Mise en situation à partir du vécu professionnel des stagiaires. Partage des expériences en groupe. Feed-back des participants et de l'animateur.

² Programmation Neuro-Linguistique.

Reconstruire son identité professionnelle et dynamiser un projet

Objectifs : aider les participants à se reconstruire une identité professionnelle, et de les mettre en mesure de définir un projet de réinsertion dans la vie sociale et professionnelle.

Public concerné : Cadres expérimentés dont l'âge et le niveau des compétences sont vécus comme des obstacles à la reprise d'une activité en entreprise.

Nombre de participants limité à 12 personnes. Durée du séminaire : 4 jours, espacés d'une semaine.

1. **FAIRE LE POINT** : quel parti tiré de la situation vécue ?

- * Prendre conscience de ses *SENTIMENTS*, de ses *PENSEES* (processus internes) et de ses *COMPORTEMENTS* induits par la situation actuelle. Les accepter pour les dépasser.
- * Mise en évidence des *STRATEGIES MENTALES* qui déclenchent nos sentiments. Comment les modifier afin de mieux gérer le stress de la situation actuelle.
- * Assumer sa *RESPONSABILITE* : comment la situation dans laquelle nous nous trouvons dépend-elle des choix que nous avons fait ?
- * Réévaluer notre situation selon de nouveaux critères plus positifs. (Recadrages)

2. **L'EXPERIENCE PROFESSIONNELLE** : distinguer qui on EST de ce que l'on FAIT.

- * Vie professionnelle et valorisation personnelle.
- * Reprendre contact avec ses *QUALITES*.
- * Déterminer ses *VALEURS* et ses *CRITERES*, et la façon dont ils ont été expérimentés au cours de sa vie professionnelle.
- * Déterminer ses *STRATEGIES D'EXCELLENCE*. Découvrir en quoi elles sont des "stratégies d'excellence" pour soi.
- * Intégrer(métaphoriquement) la distinction entre qui on *EST* et ce que l'on *FAIT*.

3. **LE PROJET** : 1) mettre ce que l'on *FAIT* au service de qui on *EST*.

- * Les différents niveaux de *MOTIVATION* : la Vision, la Mission, les Buts, les Objectifs.
- * Contacter sa Vision du monde, retrouver son Idéal de toujours.
- * Formuler sa Mission, sa contribution sociale, la place que l'on veut prendre dans la société.
- * Se donner des Buts, qui sont la concrétisation de sa Mission.
- * Définir des Objectifs, qui sont les étapes pour atteindre ses Buts.

Cette étape, comme les précédentes, prend en compte les situations actuelles que vivent les participants.

4. **LE PROJET** : 2) mise en place d'un projet pour chacun des participants

- * Présentation des idées de projet de chacun des participants
- * Présentation de la grille des *NIVEAUX LOGIQUES DE LA PENSEE*
- * Utilisation de cette grille pour affiner les projets et s'assurer de leur validité.
- * Présentation des projets "définitifs".

METHODE PEDAGOGIQUE

Elle repose sur :

- ◆ Un apport méthodologique, ou théorique selon les besoins, avec utilisation de supports appropriés.
- ◆ Des exercices d'application à partir des situations apportées par les participants, après démonstration.
- ◆ Un retour au sein du groupe, qui permet l'échange des expériences, et l'intégration de nouveaux *SAVOIR-FAIRE* et *SAVOIR-ETRE*.

Développer la confiance en soi

L'objectif de cette journée est d'améliorer la capacité des opérateurs de télémarketing à :

- * entrer en relation avec les prospects et l'entourage au cours des missions.
- * faire passer l'information aux prospects et à l'entourage au cours des missions.
- * prendre des rendez-vous avec les prospects.

Nombre de participants : 5 personnes. Durée du séminaire : 1 journée.

Ce programme d'une journée est bâti à partir de l'analyse de l'interview conjointe, pendant une heure, de deux opérateurs de la société HELIOPHONE.

PROGRAMME

Améliorer sa capacité à entrer en relation

1. Gérer le stress
 - * Les différents sentiments
 - * Les systèmes de représentations (le VAKO)
 - * Mobiliser des ressources
 - ⇒ Images ressources
 - ⇒ Auto ancrage de ressources
2. Maîtriser l'entretien
 - * Définir un objectif
 - * Ecoute active, reformulation
 - * Le langage de la précision (le Méta modèle)

Améliorer sa capacité à faire passer le message

1. Définir qui l'on est
 - * Vis-à-vis du prospect
 - * Vis-à-vis de l'entourage de la mission
2. Clarifier ce que l'on fait
 - * Le rôle par rapport aux prospects
 - * les apports à l'entourage de la mission
 - * Les attentes par rapport au travail en mission

Améliorer sa capacité à prendre des rendez-vous

1. Développer sa combativité, sa ténacité
 - * Prendre conscience de ses perceptions internes et externes
 - * Respecter ses propres besoins
2. Repérer les facteurs favorisant la prise de rendez-vous dans l'entretien téléphonique

Fin de la journée

Intégration de l'ensemble du programme de la journée

METHODE PEDAGOGIQUE

Elle repose sur :

- ◆ Un apport méthodologique, ou théorique selon les besoins, avec utilisation de supports appropriés.
- ◆ Des exercices d'application à partir des situations apportées par les participants, après démonstration.
- ◆ Un retour au sein du groupe, qui permet l'échange des expériences, et l'intégration de nouveaux SAVOIR-FAIRE et SA-VOIR-ETRE.

Ecoute active pour les commerciaux *Savoir ce que l'on écoute et comment on écoute*

Objectifs : Développer sa capacité à faire émerger les besoins et les motivations du client
Développer sa capacité à prendre en compte les objections du client

Public : Commerciaux

Durée : 3 jours

Nombre de participants maximum : 12

La communication :

- Les postulats de base d'une communication efficace

La représentation de la réalité :

- le vako : Voir, entendre, sentir/ressentir
- les prédicats : les mots pour voir, entendre, sentir
- le schéma visuel

L'art de questionner :

- Questions fermées
- Questions ouvertes : CQQCOQP
- La reformulation : pour quoi ? Comment ?

Le recadrage :

- Recadrage de sens
- recadrage de situation

Les trois mécanismes qui établissent notre vision du monde :

Sélection, distorsion, généralisation

La boussole du langage

- Méta modèle ou le langage de la précision
- Milton Modèle ou le langage de l'induction

Le rapport :

- le contenu / la structure,
- synchronisation verbale et non verbale

La gestion des Etats Internes

- La boucle systémique de notre fonctionnement : Etats Internes, Processus mentaux, Comportements
- Gérer la boucle systémique

La stratégie d'objectifs pour améliorer le recueil d'information

Entraînement avec utilisation du magnéscope, permettant d'intégrer de nouveaux comportements d'écoute lors des entretiens de vente et de négociation.

Méthode :

Présentation et démonstration des outils, mise en situation à partir du vécu professionnel des stagiaires, feedbacks des participants et de l'animateur

Ecoute client

Mettre en place et gérer une relation commerciale

Objectifs : Utiliser efficacement les outils de l'écoute active
Identifier les besoins des clients
Proposer des solutions en termes de fonctionnalités en réponse aux besoins des clients
Négocier en valorisant sa proposition.

Public : Techniciens de haut niveau

Durée : 2 jours

Nombre de participants : 6

Démystifier la relation commerciale, le client, le vendeur

- La vente, c'est quoi ?
- Le vendeur, c'est qui ? Ça fait quoi ?
- Le client, c'est qui ? Ça fait quoi ?
 - ⇒ Mise en évidence des représentations, des comportements, des qualités et de la culture attachés à la relation commerciale.

La découverte du client : se mettre à l'écoute des besoins du client.

- Communiquer avec efficacité : établir le rapport, synchronisation, calibration
- Questionner : questions fermées, questions ouvertes (CQQCOQP)
- Besoins et Motivations d'Achat

L'argumentation

- L'argument, combinaison de réponses techniques, de besoins et de motivations d'achat
- Préparer son argumentaire

Les objections

- C'est quoi ?
- Ça sert à quoi ?
- Comment les traiter ?

La négociation financière

- Prix et valeur
- Prix et engagement

Gérer le stress en situation de vente

- Représentations mentales
- Emotivité
- Processus mentaux
- Comportements

Exercices de synthèse, mises en situation

Méthode :

Présentation et démonstration des outils. Mise en situation à partir du vécu professionnel des stagiaires. Feed-back des participants et de l'animateur.

Négociation d'achat

Professionaliser sa pratique d'achat et gérer la relation avec ses partenaires

Objectif : Comprendre le contexte industriel de ses fournisseurs afin d'en intégrer les éléments essentiels dans sa pratique professionnelle d'achat.
Assumer son rôle et ses responsabilités de négociateur dans la relation commerciale à l'achat.

Public : Acheteurs, aide acheteurs et toutes personnes impliquées dans une négociation d'achat.

Durée : 3 jours

Nombre de participants : 5

Professionaliser sa pratique d'achat

- Cadrer la fonction
 - La mission
 - Les buts
 - les objectifs
 - quelques définitions
- Comprendre le raisonnement et les contraintes de l'industriel (imprimeurs, personnalisateurs, routeurs...)
 - Le processus de fabrication
 - Le mode de raisonnement
 - Les capacités et les compétences des fournisseurs
- La commande
 - Sa fonction.
 - Les éléments indispensables
 - Les conditions d'achats
- Les cahiers des charges
 - Cahier technique
 - Cahier fonctionnel

Gérer la relation commerciale à l'achat

- Identifier les rôles
 - L'acheteur
 - Le vendeur
- Se préparer psychologiquement
 - Les représentations mentales
 - Emotivité
 - Processus mentaux
 - Comportements
 - Mobiliser et gérer ses ressources
- Communiquer efficacement
 - Principes de base d'une communication efficace
 - Le rapport
 - La synchronisation
 - La calibration
- L'art du questionnement
 - Questions fermées
 - Questions ouvertes
 - Reformulation
- Les Motivations d'Achat
 - Reconnaître qui l'on est comme acheteur

- L'argumentation
 - L'avantage : combinaison du besoin et de la réponse technique
 - L'argument : la preuve
 - Préparer son argumentaire d'achat
 - La prise en compte du contexte interne
- Le prix
 - Prix et marché
 - Prix et valeur
 - Prix et engagement

Méthode :

Apports spécifiques fondés sur l'expérience de terrain
Présentation et démonstration des outils, mise en situation à partir du vécu professionnel des stagiaires, feedback des participants et de l'animateur

SENS' TRANSITION

*Le développement
personnel pour
l'Évolution professionnelle*

La Réunion efficace dans l'entreprise

Objectif : Organiser ses réunions en fonctions des objectifs poursuivis.
Disposer d'une méthodologie pour préparer, conduire et assurer le suivi d'une réunion.
Développer ses compétences en animation.

Public : tous publics

Durée 4 jours

Nombre de participants maximum : 12

PROGRAMME

1. Préparer

- Types de réunion et préparation
- Outils d'animation : questionnement, reformulation, écoute active

2. Accueillir et introduire

- L'accueil et le démarrage de la réunion
- Les situations de communication : obstacles et techniques (gestion du trac, comportement de l'animateur, comportements des participants)

3. Piloter

- Faire produire, faciliter, réguler

4. Conclure et suivre

- Expérimentation complète des phases d'une réunion jusqu'à la phase de conclusion

METHODE PEDAGOGIQUE

Ancrage dans le vécu des participants. Expérimentation à partir de simulations et de jeux de rôles.
Analyse en groupe. Apports didactiques sur la méthodologie.

Mettre en place et gérer une relation pour vendre

Objectif : familiariser les stagiaires avec la notion de PLAN DE VENTE, et avec les TECHNIQUES MODERNES DE COMMUNICATION INTERPERSONNELLES.

Public : créateurs d'entreprise, membres du Club ESSOR 92

Durée : 6 x 3heures

Nombre de participants limité à 12

PROGRAMME

LA VENTE : MYTHE ET REALITE

- 1) Démystifier la Vente : dépoussiérer les idées reçues, les préjugés. Comprendre ce qu'est un client, un vendeur, la vente...

LE PLAN DE VENTE

- 2) **La Préparation** : Déterminer un OBJECTIF et le valider, afin de conduire un entretien avec souplesse en gardant l'initiative.
- 3) **La Découverte** du client : établir la relation, recueillir de l'information avec les techniques appropriées.
- 4) **L'Argumentation** : gérer la relation pour faire émerger les Motivations d'Achat. Construire les Arguments qui y répondent.
- 5) **Traiter les Objections** : intégrer de nouveaux comportements. Reconnaître la position de l'interlocuteur, mieux le comprendre, et répondre avec plus de pertinence et d'efficacité à ses demandes. Et préserver son intégrité en toute circonstance. Un état d'esprit, un comportement, et des techniques pour les acquérir.
- 6) **Conclure** : affirmer sa dimension de partenaire "gagnant - gagnant".
Eclairer les résistances au Prix, intégrer les dernières objections, et DECIDER ce que l'on fait avec son client, ensemble. A partir d'exercices de simulation, mesurer notre nouvelle capacité à *entrer en Relation pour Vendre*.

Gérer son stress, accroître son énergie

Objectifs : Améliorer la maîtrise de soi afin d'accroître son énergie.

Public :

Durée : 2 jours

Nombre de participants maximum : 12

CONTENU

Le stress : identifier, comprendre :

- Les situations de stress
- Identifier les stresseurs (facteurs externes, facteurs internes)
- Les stresseurs
 - ☞ Autodiagnostic des sources de stress
- Les mécanismes du stress
 - ☞ Phase d'alerte
 - ☞ Réaction biologique
 - ☞ Psychologie du stress

Améliorer sa résistance au stress et développer son énergie

- Conscience de soi et conscience du corps
- Relaxation et respiration consciente
- Hygiène de vie

Nos réactions au stress : identifier, comprendre :

- Les quatre composantes de notre système de fonctionnement
 - ☞ Perception et représentation du monde
 - ☞ Les états internes et les émotions
 - ☞ Les processus internes (pensées et croyances)
 - ☞ Les comportements (sous l'emprise du stress)
- Améliorer sa communication
 - ☞ Identifier les parasites à une bonne communication
 - ☞ Se poser de bonnes questions
 - ☞ Savoir dire non
 - ☞ Savoir demander

METHODE :

- Apports méthodologiques.
- Autodiagnostic.
- Exercices pratiques d'entraînement sur des situations vécues.
- Recherche de solutions individuelles sur les cas apportés par les participants.
- Travail de relaxation et de respiration consciente.

Qui suis-je ?



Après 25 ans comme commercial dans l'imprimerie, Coach certifié RNCP (DESU Paris 8), Maître Praticien en PNL et Sophrologue, je me suis investi dans l'accompagnement des évolutions et des transitions professionnelles de personnes et de publics très diversifiés, cadres et non cadres.

Je fonde mes méthodes de travail sur la réappropriation des vécus professionnels et personnels, afin d'en faire émerger un projet réaliste et réalisable. Ce projet s'appuie sur une direction, un objectif, et il est porteur de sens pour la personne.

Expertise : Coaching, recherche d'emploi/outplacement, évolution de parcours professionnel (accompagner des prises de postes, gérer les relations avec les collègues et les n+, savoir dire non avec élégance, négocier un changement de poste, voire de métier dans une structure), gérer son stress, communiquer efficacement avec ses interlocuteurs quel qu'ils soient.

Concevoir et animer des actions en développement personnel et professionnel pour du collectif.

Ils m'ont fait confiance

ADEIOS Consultants ACTUAL Carrières

CANTIN RH et Associés pour Mc Donald's

AFPA Club ESSOR 92 JARRY Conseils pour CDER

Conseil Général des Hauts-de-Seine

Mairie de NEUILLY / SEINE

ADD Human pour GDF

HELIOPHONE

Publications



La parole est aux coachés

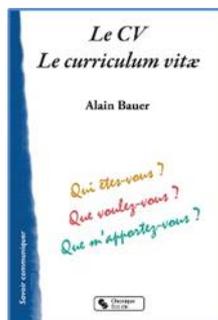
Oser demander et accepter l'aide d'un tiers, le coach.

Faire prendre une nouvelle direction à sa vie, un sens qui avait pu se perdre dans les aléas professionnels ou personnels.

Chacun est ici concerné par

ces retours de coaching de vie.

Editions Baudelaire – mai 2016



Le CV Qui êtes-vous ?

Avec les principes et la méthodologie qui conduisent à l'élaboration du CV, nous verrons comment en faire un outil de communication qui répond aux questions essentielles que se pose le recruteur : **Qui êtes-vous ?**

Que voulez-vous ? Que m'apportez-vous ? Ainsi notre CV deviendra autre chose qu'une liste de références avec des compétences qui se confondent avec des réalisations, sans présenter pour autant une véritable **offre de services**.

Editions Chroniques sociales – mai 2017