



**Séminaires, workshops,
formations**

**BOÎTE À OUTILS
POUR
ORGANISATIONS
AGILES**

Stéphane Dangel

consultant

Storytelling en France



Jean-Marc Blancherie



Marianne Dabbadie



Stéphane Dangel

Nous avons créé pour vous un programme propre à accompagner les organisations dans leurs efforts pour être toujours plus agiles. Nous sommes des professionnels expérimentés du management, de la communication, du marketing, du storytelling, des sciences politiques... parce que l'agilité ne se cultive pas avec des chapelles mais par la multidisciplinarité. Nous sommes les créateurs de pédagogies innovantes pour des séminaires, des workshops, des formations. Nous sommes habitués à intervenir sur tous types de formats : coaching individuel, petits groupes, larges voire très larges auditories.

NOS RÉFÉRENCES

Industrie/services



Institutions



Enseignement supérieur / formation



Être un manager efficace Puissance + 4

Culture d'entreprise, intelligence émotionnelle, knowledge management, visualisation des idées, bienveillance, leadership

Réussir des démarches de changement 11

Audit et action, prospective, changement participatif

Pour un marketing conquérant et innovant 14

Activation et dynamisation de marque, e-tourisme, expérience client

L'entreprise à l'ère digitale 17

Digital, réseaux sociaux, transmédia, intelligence artificielle

Votre contact :

Stéphane Dangel
+33 6 83 54 22 78
contact@storytellingfrance.com



Mettre en œuvre le Knowledge Management Efficacité et intelligence collective

Objectifs pédagogiques :

Savoir mettre en œuvre une démarche de Knowledge Management en entreprise

Public visé :

Cadres et chefs de projets

Compétences visées :

Maîtriser les facteurs clés de succès d'une démarche de Knowledge Management

Connaître les outils du Knowledge Management

Savoir évaluer une démarche de Knowledge Management

Les + pédagogiques :

Le Knowledge Management (KM) est maintenant un élément stratégique de toute organisation. La connaissance à laquelle le Knowledge Management s'intéresse est mobilisable au bon moment par les personnes concernées. Les transformations de l'économie et des univers sociaux reposent plus que jamais sur la connaissance, l'intelligence, leur organisation collective, avec le KM.

Le MapManagement consiste à utiliser le Mind Mapping, pour progresser très rapidement dans des projets et contextes professionnels. Nous vous guidons dans l'univers très large des possibilités offertes par le MapManagement, et vous prenez en main l'outil à partir de vos projets et de vos besoins concrets. Vous travaillez donc directement et de manière pratique sur les questions qui vous intéressent. Le MapManagement au moment même de la formation, vous procure déjà des gains de temps, d'organisation, de créativité ; et ceci immédiatement.

Les logiciels de Mind Mapping que nous utilisons sont des outils visuels qui, tout en suscitant la créativité, permettent l'organisation des idées, des informations, des processus. Très puissants et d'un usage simple, naturel, ces logiciels génèrent des «cartes cognitives», un langage visuel dont les bénéfices sont très importants.

Jusqu'à 20 participants - en intra - 3300€



Créer une culture d'entreprise fédératrice

Une entreprise ou tout autre type d'organisation est un lieu dans lequel des personnes se rassemblent pour poursuivre un objectif commun.

Pour que cet objectif se réalise, il est nécessaire que tous les membres de l'organisation partagent des valeurs communes, qu'ils vivent tous la même histoire. Et cela ne se fait pas tout seul.

Durant ce workshop de deux jours :

- les participants identifient les atouts et valeurs fortes de l'entreprise
- ils connectent ces valeurs à leurs propres attentes et règles de vie
- ils évaluent les opportunités d'intégrer de nouvelles valeurs que l'entreprise ne possède pas encore
- ils formalisent leur culture d'entreprise
- ils établissent collectivement les modalités d'une mise en oeuvre concrète et durable de cette culture et de sa diffusion auprès des acteurs clés internes et externes de l'entreprise

Les méthodes utilisées sont variées et permettent l'expression de tous, sans tabous ni préjugés. Elles sont à la fois très sérieuses et néanmoins ludiques, pour créer une atmosphère propice au partage d'expériences de vie dans l'entreprise.

Le workshop donne lieu à une synthèse écrite par l'intervenant, qui sert de base à l'entreprise pour agir conformément à ses objectifs.

Public visé :

Tous les acteurs de l'entreprise, dans une démarche ouverte

Ou uniquement les cadres de l'entreprise, pour un travail plus ciblé

Jusqu'à 100 participants voire plus, d'une même entreprise - en intra - 1850€



Faire émerger les non-dits qui minent votre entreprise

Même lorsque l'entreprise va bien en apparence (succès commerciaux, satisfaction des clients...), cela ne veut pas dire que le pire n'est pas sur le point d'arriver.

C'est comme un feu invisible qui couve sans que personne ne remarque rien, et qui explose soudain au grand jour, avec d'autant plus de ravages qu'il était complètement inattendu.

L'entreprise peut être minée par des problèmes qui sont comme la partie immergée d'un iceberg, et qu'il est important de connaître pour éviter qu'ils ne rongent les fondations d'une organisation florissante.

Ce n'est pas une fatalité.

Un workshop de deux jours suffit pour mieux connaître son entreprise en profondeur :

- dans le cadre d'une démarche collective ouverte, chacun peut s'exprimer sans peur de passer pour quelqu'un de défaitiste
- les méthodes utilisées font émerger des expériences vécues dans l'entreprise, en évitant que les participants se focalisent sur un échange d'opinions, par nature improductif
- les idées-témoignages émis par les participants ont un effet boule de neige, en déclenchant des contributions d'autres participants
- les insights ainsi rassemblés sont mis en connexion les uns avec les autres pour produire du sens au terme d'une analyse collective
- l'ensemble du processus s'opère de manière fluide et ludique, car traiter de sujets sérieux voire sensible ne doit pas provoquer de l'ennui chez les participants
- un document de synthèse post-workshop est produit par le consultant-animateur, avec des recommandations d'actions

Public visé :

Tous les acteurs de l'entreprise

Jusqu'à 100 participants voire plus, d'une même entreprise - intra - 1850€



Être un manager bienveillant pour les projets et les équipes

Objectifs pédagogiques :

Savoir prendre la mesure des difficultés pour maîtriser l'environnement professionnel et ses répercussions sur la façon dont nous gérons notre temps, nos projets et nos équipes

La complexité de la vie moderne est source d'anxiété : inflation de technologies qui ont envahi notre vie, difficulté croissante des paramètres techniques à prendre en compte pour réaliser un travail, course à la performance, autant de difficultés quotidiennes à surmonter et qui créent en nous et pour nos équipes, un environnement qu'il devient toujours plus difficile de maîtriser. Et nous sommes tous confrontés à cela.

Public visé :

Cadres, chefs de projets, commerciaux, ingénieurs...

Elle peut également être adaptée pour des publics spécifiques

Compétences visées :

Mieux gérer son temps et ses projets
Retrouver le goût du travail d'équipe
Retrouver le sourire en toutes circonstances

Méthodologies :

- définition et organisation de mes priorités en contexte réel (autodiagnostic)
- découpe d'un projet en lots et réalisation d'un diagramme de GANTT
- exercices d'empathie, communication non verbale, savoir se mettre à la place de l'autre, formulations positives

Les + pédagogiques :

- plan d'action personnalisé pour une meilleure gestion de mon temps et de mes projets, autodiagnostic de ma sensibilité au stress
- livre « Médiation pleine conscience » avec exercices et méthodologie
- matrices GANTT et découpe de projets faciles à utiliser

Jusqu'à 20 participants - intra - 3300€



Être un manager moderne avec l'intelligence émotionnelle

Le manager moderne est-il du genre à estimer avoir fait son travail en donnant des ordres et en s'assurant qu'ils ont été exécutés ? C'est une attitude qui prouvé son efficacité... dans le milieu militaire. Mais les acteurs de la vie d'une entreprise ne sont pas des soldats : cela ne peut pas fonctionner pour eux.

Le manager moderne est-il alors celui qui autorisera ses équipes à faire des propositions pour que l'entreprise puisse plus facilement atteindre ses objectifs, dans une démarche participative ? C'est déjà mieux que la manière militaire, mais le management d'aujourd'hui exige bien plus d'efficacité que cela !

Sinon, les études menées par les scientifiques ne révéleraient pas que plus de 50% des managers en entreprise ne servent à rien, et que 20% d'entre eux sont nocifs, non seulement pour les membres de leurs équipes mais aussi plus généralement pour la bonne marche de l'entreprise toute entière.

Le manager moderne est celui qui fait preuve d'intelligence émotionnelle. Il ne cherche pas à fixer des objectifs aux équipes. Il cherche à concilier les objectifs de l'entreprise et les objectifs des hommes qui y travaillent.

Public visé :

Managers et dirigeants

Ce séminaire est le complément idéal à la formation sur le management bienveillant.

Lors de ce séminaire, les thèmes suivants sont abordés :

- La conscience de soi, de ses émotions
- L'auto-régulation de ses émotions, la gestion de soi
- L'empathie
- L'écoute active
- L'anticipation et la gestion des conflits
- La capacité à motiver et à être un leader

Jusqu'à 20 participants - intra - 3300€



Grandir en tant que leader dans l'entreprise

Être un leader dans l'entreprise, ce n'est pas uniquement une question de positionnement dans l'organigramme. On peut y être très haut placé et ne pas exercer un véritable leadership.

La différence entre un manager et un leader est fondamentale : le manager fait agir ses équipes, le leader les inspire, il les guide avec une vision de l'entreprise, de ses activités et de son succès pour aujourd'hui et pour demain.

Public visé :

Dirigeants, managers

Au cours de ce workshop de deux jours :

- Vous apprendrez à identifier vos potentialités de leader, et aussi vos points faibles qui vous empêchent d'exercer pleinement ce rôle
- Vous établirez votre profil, votre identité de leader et bâtirez le contenu de votre leadership
- Vous apprendrez à rendre pérennes et contrôlables vos meilleurs moments de leadership
- Vous saurez comment identifier le réseau de leaders internes à l'entreprise, souvent invisible, sur lequel vous pourrez vous appuyer pour augmenter encore la puissance de votre leadership
- Vous saurez comment faire naître à votre tour des leaders au sein de vos équipes, pour relayer votre vision et en faire un objectif concret et atteignable

Vous repartirez de ce workshop avec un plan personnalisé :

- planning d'exercices pratiques pour travailler vos points faibles et parvenir à une amélioration durable
- votre profil de leader détaillé avec les points forts sur lesquels vous pourrez établir vos fondations de leader en toute légitimité
- votre base de données d'histoires vécues qui sont autant de preuves de vos points forts de leader, et que vous pourrez utiliser pour affirmer ce nouveau leadership qui est dorénavant le vôtre

Jusqu'à 10 participants - intra - 3300€

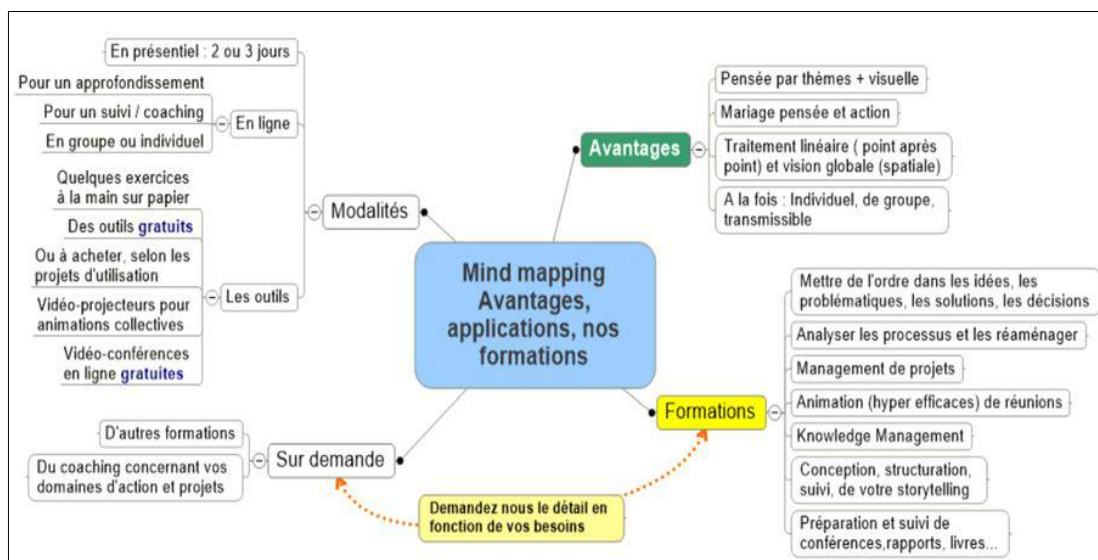


Le Mind-Mapping

Le Mind Mapping, appelé aussi Cartes cognitives (ou mentales, ou des idées), schémas heuristiques, etc. est un instrument simple et puissant dans tous les aspects de management, de communication, et d'organisation de l'information. Voici quelques formations que nous avons pratiquées. Chaque fois, c'est à partir des problèmes concrets et des pratiques améliorables que nous développons cette pédagogie qui devrait être utilisée partout, tant elle est simple et donne des résultats aussi bien individuels que collectifs.

Nos formations peuvent être prolongées à distance et peuvent mobiliser ainsi des budgets serrés, même pour un grand nombre de personnes.

Une carte de présentation vaut toutes les présentations ! Pour les éléments, nous vous les faisons parvenir en fonction des besoins que vous souhaitez traiter.



Jusqu'à 20 participants - intra - 2 jours : 3300€ / 3 jours : 4300€



Un storytelling subjectif, créatif, moteur d'un changement participatif et positif

La mise en récit devient ouverture sur la création, l'inattendu, mais toujours, le positif.

Quel que soit votre domaine de pratique du storytelling et l'usage que vous en aurez...

Public visé :

Groupe de participants d'une même entreprise ou groupe de personnes de différentes entreprises mais ayant un fort intérêt commun

Cette approche originale crée des dynamiques de groupe très puissantes, au travers d'un parcours qui permet un pas de côté par rapport aux problématiques et pratiques habituelles. C'est une expérience positive et créative du changement, quel qu'il soit. Il conduit à un renversement positif des situations et climats collectifs.

Au cours de ce workshop de deux ou trois jours, au choix :

C'est tout un parcours que va vivre le groupe, au travers d'une expérience peu banale de la mise en récit.

Pour débiter, le groupe se mettra d'accord pour formuler, de manière à ne laisser personne insatisfait, la question clé, la problématique centrale qu'il s'agit de traiter.

Puis l'animateur l'amène dans la construction d'un récit qui répond, mais de façon toute symbolique, à la question posée. Ce récit traduit le plus souvent les dynamiques sous-jacentes qui ne se seraient pas exprimées dans un cadre plus technique ou plu rationnel. Mais le groupe revient à un traitement tout à fait rationnel de la problématique, à partir d'une interprétation du récit et d'une mise en cohérence globale aussi bien de l'action que des ressorts de l'action, des visions et des modes relationnels en jeu.

Le traitement se traduira sous forme de cartes cognitives élaborées collectivement, et pourra aller jusqu'à un plan de mise en œuvre d'un projet.

Nous avons traité de multiples problèmes avec cette méthode, là où les situations semblaient inextricables.

Jusqu'à 50 participants - intra - 2 jours : 3300€ / 3 jours : 4300€



Audit et prospective avec le storytelling

Un audit organisationnel classique, dans une entreprise, se traduit par le rassemblement de données chiffrées, comme s'il s'agissait d'un audit comptable. Les chiffres disent beaucoup de choses mais ne racontent pas tout ! Ils ont surtout du mal à avoir une dimension prédictive fiable, à une époque chahutée où les certitudes ne sont plus de mise.

Il y a moyen de conduire un audit plus riche et plus complet, apte à esquisser les contours du futur : avec une démarche qualitative, centrée sur l'émergence des histoires vécues aujourd'hui dans l'organisation et la construction des histoires déjà en gestation pour demain.

Les histoires ne se focalisent pas uniquement sur les faits mais aussi sur les émotions et c'est ce qui fait leur force et leur capacité à projeter vers l'avenir.

Public visé :

Dirigeants, managers, toute personne en charge de fonctions incluant de la prospective

Lors de ce séminaire :

- Vous découvrirez des méthodes adaptées à différents modes opératoires personnels et différents enjeux de l'entreprise
- Ces méthodes sont particulièrement innovantes et challengent les certitudes et les préjugés
- Vous apprendrez à éviter les biais qui faussent les résultats d'audit traditionnels
- Vous apprendrez à donner du sens au "matériau" d'analyse que vous aurez rassemblé
- Vous saurez comment projeter l'entreprise dans un avenir certes toujours incertain mais possible et souhaité par les acteurs de l'entreprise
- Vous aurez la capacité de prioriser les actions nécessaires pour rendre ce futur possible probable

Avertissement : l'audit dont il est question dans ce workshop n'est pas l'audit comptable, financier mais l'audit de l'entreprise en tant qu'organisation humaine.

Jusqu'à 50 participants - intra - 1850€



Résoudre des problèmes sérieux par le jeu

Jouer, ce n'est pas seulement s'amuser. C'est aborder des situations avec une attitude d'ouverture et sans pression.

Souvent, les problèmes de fond à résoudre dans une organisation ne peuvent pas l'être en utilisant les méthodes classiques appliquées au quotidien. Elles ne sont tout simplement pas adaptées aux enjeux.

Nous utilisons la technique du jeu de rôles qui permet de réunir les acteurs concernés par le problème dans un temps court mais dense.

Cette technique a prouvé son efficacité dans de nombreux cas qui semblaient perdus !

Public visé :

Tous les acteurs concernés par le problème à résoudre, dans une approche résolument transversale

Lors de ce workshop :

- les participants se voient assigner des rôles qu'ils doivent incarner : ces rôles sont délibérément éloignés de leurs fonctions dans l'organisation
- le principe est celui du jeu, mais le problème à résoudre est bien réel et les participants se voient équipés de tous les éléments leur permettant d'agir ; le jeu n'est pas seulement réaliste, il est complètement ancré dans le réel
- l'objectif est de générer des idées nouvelles pour résoudre le problème, à contre-courant des idées qui auraient été émises dans le cadre d'une démarche de résolution de problèmes classique
- des surprises sont introduites en cours de jeu par l'animateur maître du jeu, pour ouvrir de nouvelles perspectives... et pimenter la partie !
- les participants agissent comme une mini-entreprise dont l'activité est de résoudre le problème posé

Jusqu'à 40 participants - intra - 1850€



(Ré)activation de marque

La vie d'une marque est semée d'embûches. Et on sait bien que de toute manière, à un moment, elle arrivera en fin de vie.

La clé d'un investissement réussi dans le développement d'une marque est donc de faire en sorte que ce moment survienne le plus tard possible ! Tous les efforts fournis pour assurer le succès d'une marque doivent aboutir à une rentabilité maximale.

Nous avons conçu un workshop spécifique, testé et validé avec de grandes marques, pour activer ou réactiver des marques qui semblent stagner sans que leurs responsables aient des idées pour les dynamiser ou les redynamiser.

Cette méthode est bien adaptée à la relance de marques ou au lancement de nouvelles marques.

Public visé :

Directeurs et responsables marketing, équipes marketing, responsables de budgets et équipes créatives d'agences de communication-marketing

Lors de ce workshop :

- vous construirez une nouvelle histoire pour votre marque, dynamique et pleine de potentiel
- vous travaillerez en sous-groupes et passerez d'atelier en atelier pour explorer les différentes facettes de la (re)dynamisation de la marque
- ces ateliers sont complètement différents des méthodes de travail habituels sur les marques : on ne peut pas faire du neuf avec du vieux, c'est une certitude ! Pour que cela fonctionne, il faut regarder l'existant d'un oeil neuf
- au terme du workshop, vous aurez réellement trouvé l'axe dynamique porteur de valeur pour votre marque

Jusqu'à 60 participants - intra - 3300€



Le storytelling pour le e-tourisme et la valorisation des territoires

Le tourisme traditionnel a vécu. Aujourd'hui, il est possible d'aller bien plus loin, avec le storytelling allié au podcast et au smartphone. Le tourisme d'aujourd'hui est un tourisme amplifié. Les instances touristiques, les sites touristiques, les territoires qui seront en pointe dans leur mise en pratique auront bien plus qu'un temps d'avance sur les autres.

Les visiteurs, les touristes, et la population locale elle-même, sont maintenant liés en permanence à leurs Smartphones. Cela génère une relation différente au territoire, qui devient à la fois un lieu patrimonial, culturel, historique, économique, spécifique, et un territoire numérique balisé par des services, des discours, des conseils, des appréciations, un accueil modelés par de multiples acteurs. Les deux aspects interagissent, mais c'est bien le numérique, outils et contenus, qui va porter les transformations d'une ville, d'une région, d'un site.

Public visé :

Dans une organisation ou avec un groupe dont le territoire est commun ou semblable

Lors de ce workshop :

Ce workshop a pour but de rassembler des acteurs stratégiques et opérationnels pour orienter et traduire concrètement une stratégie territoriale.

Il commence par un storytelling subjectif-crétatif qui permet de dire quel sens (direction et signification) les acteurs souhaitent privilégier pour le territoire. Des cartes cognitives élaborées en groupe concrétiseront cette orientation. La mise en œuvre se fera ensuite sous la forme d'un projet de production utilisant le numérique, et particulièrement le smartphone et la production audio (podcast). Production de contenus, un peu comme s'il s'agissait de piloter un « Internet de séjour », mais en allant au-delà. Une efficacité du projet et de l'action tiendra à une cohérence incluant les dispositions d'esprit, une visée, une atmosphère sensible, un regard territorial singulier (une représentation mentale renouvelée), une volonté d'action et d'engagement positifs, une fluidification, une facilitation, des relations entre les acteurs (permanents et provisoires) du territoire.

A l'issue du workshop le projet sera balisé en termes d'orientation, d'acteurs, d'outils, de contenus.

Jusqu'à 50 participants - intra - 4300€



Construire une expérience merveilleuse pour vos clients

Aujourd'hui, les clients ne sont plus seulement des acheteurs de produits ou de services, ce sont des personnes qui veulent vivre une expérience. Le produit ou le service ne doit plus être considéré comme une finalité, ni son achat. Le produit, le service est désormais un moyen qu'utilise le client pour vivre l'histoire qu'il a envie de vivre.

Le but des entreprises doit ainsi être de se rendre indispensable au client dans ce processus, en lui faisant vivre une expérience client inoubliable.

Public visé :

Directions marketing et commerciales

Lors de ce séminaire :

- vous saurez ce que le terme « expérience client » signifie et toutes les dimensions qu'il recouvre
- vous ferez connaissance avec la méthodologie de la construction d'une expérience client mémorable, avec la technique du design thinking et de l'UX design (design de l'expérience utilisateur) ; vous serez initiés à toutes les étapes de la méthode et aux règles d'application indispensables au succès
- vous saurez comment décliner cette expérience client sur tous les points de contact avec les clients : les points de contact physiques et les points de contacts digitaux, sur Internet, les téléphones mobiles...

Jusqu'à 100 participants - intra - 3300€



Utiliser le storytelling digital, sur les réseaux sociaux et transmédia

Objectifs pédagogiques :

Maîtriser le storytelling et le décliner en mode digital (web, médias sociaux...), réalité virtuelle et transmédia pour utiliser la puissance du storytelling dans les outils de communication les plus en pointe

Public visé :

Directeurs et chefs de projets Internet, responsables de communication, créateurs de contenus, consultants, entrepreneurs

Compétences visées :

- Maîtriser les ressorts du storytelling pour des messages plus efficaces
- Savoir faire de l'auditoire un véritable acteur de l'histoire
- Décliner le storytelling dans toutes ses présences online

La formation est assurée par un consultant formateur expert en storytelling et en innovations digitales.

Les + pédagogiques :

- Apprentissage des ressorts digitaux clés incluant les outils de communication les plus avancés : non seulement les sites Internet (web), les smartphones, les réseaux sociaux, mais aussi la réalité virtuelle et la réalité augmentée
- Mise en pratique directement sur les situations et enjeux réels des stagiaires pour produire des contenus réellement utilisables
- Exercices de conception de contenus de storytelling digital écrits et visuels
- Nombreux exemples variés et adaptés aux contextes professionnels des stagiaires

Jusqu'à 20 participants - intra - 3300€



Intelligence Artificielle : société et entreprise, quelles transformations ? Quel impact sur le développement des activités ?

Vous vous êtes certainement déjà demandé ce qu'était l'Intelligence Artificielle et à quoi elle servait ? Et aussi... comment vous pourriez bénéficier de ses applications dans votre entreprise.

L'Intelligence Artificielle (IA), malgré toutes vos lectures et la culture que vous en avez... De nombreuses questions demeurent. Aujourd'hui l'IA suscite à la fois l'admiration et la crainte. Quelle est la réalité de l'impact de ces nouvelles technologies dans la société et dans les entreprises ? Faut-il s'y adapter et le faire rapidement ? Les comprendre ou les subir ?

Ce séminaire de deux jours sera l'occasion de faire le point sur de nombreuses questions :

- Qu'est-ce que l'IA ? Où en est-on en Europe, Afrique, Amérique, Asie ?
- Quelles questions, technologiques, humaines, éthiques, soulève son développement ? Quelles sont les technologies employées ?
- L'IA va-t-elle remplacer votre travail ou au contraire vous libérer du temps et vous permettre d'y voir plus clair ? Quelles en sont les applications : marketing, banque, assurance, santé, ressources humaines ? Quelles sont ses avancées, dans la société ? Pour la médecine ? Pour l'éducation ? Pour la sécurité ? Pour le Droit ? Les transports ? La défense ? Comment l'IA nous facilite-t-elle ou nous complique-t-elle la vie ? Quelle réorganisation et adaptation de l'entreprise sous-tend l'introduction de l'IA ? Comment devez-vous être accompagné pour l'introduire avantageusement dans votre entreprise ?

Marianne Dabbadie, Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, et spécialiste en Intelligence Artificielle.

A l'issue de ce séminaire, les participants :

- connaîtront les contours de l'Intelligence Artificielle
- connaîtront les applications concrètes et risques de l'Intelligence Artificielle dans la société et dans l'entreprise
- disposeront des connaissances nécessaires pour identifier les actions à entreprendre et les applications à mettre en œuvre au sein de leur entreprise

Jusqu'à 50 participants - intra - 3300€



L'AGILITÉ EST DANS LA BOÎTE

Trois experts complémentaires à votre service – Contactez-nous !

Stéphane Dangel
consultant

Storytelling en France