



LA QUESTIOLOGIE : LA MAITRISE DES QUESTIONS AU SERVICE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE

PROFIL DU FORMATEUR : Frédéric Falisse est coach de cadres et de comité de direction, spécialiste en communication avancée et management de la créativité. Concepteur et développeur de la QuestioLOGIE, il l'enseigne au travers de formations ou de conférences dans de grands groupes, PME ou en écoles de commerce (ESSEC, HEC, Webschool Factory).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Augmenter l'impact et l'efficacité de ses questions à l'aide d'outils
 Maîtriser la puissance des questions pour accompagner et développer ses collaborateurs.
 Comprendre la structure spécifique des questions qui aide à prendre du recul, facilite un debriefing d'une erreur
 Poser des questions utiles à soi et aux autres.

PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, Managers

PRÉ-REQUIS

Pas de prérequis

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

2 jours – 14 heures

CONTENU DE LA FORMATION

Journée 1 Matin

1. Atouts et enjeux des questions

- o Question et quête
- o Quête personnelle et question de vie, tout est enjeu de formulation
- o Celui qui lead est celui qui pose les questions
- o Vidéos et démonstrations
- o La place des questions dans le management 3.0

2. « Empowering people » ou « comment mobiliser ses collaborateurs ? »

- o Questions fermées, ouvertes : définitions, grammaires, techniques.
- o Produire un dialogue qui a de la valeur par des questions plus impactantes
- o Déjouer une objection de niveau 1 par le jeu de questions ouvertes.

Journée 1 Après Midi

3. Créer de l'implication et dépasser les réponses toutes faites

- o Utiliser des boosters pour impliquer son interlocuteur
- o Gérer le temps des questions pour réaliser un débriefing constructif

4. Choisir ses « pourquoi » pour choisir son influence

- o « Pourquoi », caractéristiques et limites
- o Gérer les « pourquoi » et renforcer son influence
- o Alternatives au « pourquoi » pour motiver son interlocuteur
- o Recruter efficacement en posant les questions qui révèlent

Journée 2 Matin

5. Calibrer son induction pour fixer le cadre des réponses

- o Notion d'induction
- o Clarifier le cadre pour des questions efficaces
- o Accroître son leadership en posant les questions qui comptent

6. Analyse du besoin des clients ou des collaborateurs

- o Entendre et faire exprimer ce qui n'est pas dit
- o Distinguer conditions et motivation d'achat
- o Convaincre en 3 questions
- o Piloter une relation commerciale sur le long terme.

Journée 2 Midi

7. Réfléchir et décider en équipe

- o Questioning : aligner l'équipe sur les questions qui comptent
- o Matrice de décision en 8 questions.

8. Conclusions et perspectives

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie active, les participants sont invités à produire en quantité et qualité,
- Mise en scène de situations généralement au départ d'expériences réelles des participants.
- Battle en équipe (fun et sans réelle compétition),
- Alternance d'apports théoriques très courts et d'illustrations (vidéos, démos) synthétiques pour laisser un maximum de temps aux exercices et aux débriefings.
- Apprentissage par la pratique : les participants sont d'abord mis en situation pour en déduire ensuite les conditions de réussite et les meilleures pratiques.
- Travail en sous-groupe,

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Feuille de présences émargées sur place.

Attestation de présence et de fin de formation envoyée à l'issue du stage

Evaluation des acquis à la fin du stage.

Evaluation à chaud de la satisfaction fait en ligne et évaluation à froid.

MOYENS TECHNIQUES

- Un vidéoprojecteur, avec si possible câble HDMI
- Des baffles ou système audio répliquant le son des vidéos
- 2 paperboards

Installer un espace avec des chaises en U, si possible sans table.

EFFECTIF MINI : 1 MAXI :10