

STAGE DE COMMUNICATION DYNAMIQUE (2 journées, 8 à 10 participants max.)

« Toute action que nous faisons, et toute relation que nous construisons met en jeu notre corporéité. »

M.M Marzano-Parisoli

OBJECTIF

Comment améliorer sa posture de communicant pour ne pas se laisser dépasser par le contenu du message et déstabiliser par les impondérables.

A l'opposé d'une communication automatique, dépersonnalisée et décontextualisée, la communication dynamique met en relation la posture du corps et la posture de l'esprit. En apprenant à mieux prendre en compte l'intelligence ambiante et à se situer par rapport à tous les paramètres extérieurs, en optimisant également sa disponibilité physique et mentale, il est en effet possible de produire un effet marqué sur son auditoire et d'atteindre véritablement sa cible.

L'objet de ce stage est donc d'identifier non pas les techniques mais **les principes d'une communication simple et efficace** dont les caractéristiques essentielles sont le sens du **repérage** et **l'économie de moyens**.

Au cours du stage, différents éléments seront présentés aux stagiaires pour les entraîner à progresser en matière de légitimité et pour dynamiser leur sens du repérage et du dosage, leur pensée stratégique et leur mobilité.

Le travail en dynamique de groupe permettant d'étudier à partir de différents supports et mises en situation les mécanismes qui signent la pertinence d'une communication en tenant compte de paramètres trop souvent ignorés : l'environnement, le contexte, les personnalités engagées, le timing, les enjeux personnels, la posture corporelle, etc.

LE CONTENU DU STAGE

Cette formation se déroule sous la forme **d'un stage de deux jours** inter ou intra entreprises, comptant 8 à 10 participants au maximum.

1^{er} jour : Des techniques aux principes

Matinée : le stage débute par une réflexion en dynamique de groupe sur la posture du communicant : quelle différence entre une communication standard et une communication créative ? Comment mieux identifier ses ressources personnelles ? Comment décrypter une situation et agir en conséquence ?

Après-midi : Après l'approche théorique, des mises en situation seront proposées aux participants pour les amener à gagner en confiance, à améliorer leur qualité de présence, à affiner leur sens de l'observation et prendre le contrôle de leur communication d'un point de vue postural.



2^{ème} jour : Les clefs de votre communication dynamique

Matinée : Explorer quelques unes des expériences des stagiaires et en tirer les enseignements (approche personnalisée). Phase de restitution en dynamique de groupe.

Après-midi : travail approfondi sur les principes d'une communication ressentie et charismatique : préparation, anticipation, authenticité, calage de la respiration, verticalité, etc.

LE PROGRAMME DU STAGE

Accueil et tour de table

Introduction générale

Les enjeux de la communication

La posture du communicant

Mises en situation (communication programmée ou impromptue)

Les principes de l'EDP appliqués au champ de la communication

Réflexions et analyses en dynamique de groupe

Bilan du séminaire

Responsable pédagogique :

Claude Boiocchi

Diplômé de l'Institut Français de Presse

(communication et désinformation, Paris II Assas),

Diplômé en sciences humaines

(communication, philosophie et psychologie, Paris X Nanterre),

expert en méditation et arts martiaux.

Consultant en stratégie de communication depuis 10 ans

(Arseg, Volvic.fr, Excellerator France, Orichalk.com, etc.).

Formateur en **Dynamique Personnelle®**

auprès de cadres et dirigeants, sportifs de haut niveau, coaches, etc.

Claude Boiocchi a présenté les principes de sa pédagogie originale, l'EDP (Enseignement Dynamique Personnel), dans un ouvrage publié en juin 2004, Equilibre et vitalité et dans le DVD « Je m'entraîne donc je suis ! » (Lham, juillet 2007).

LES MODALITES DE STAGE

Les dates de stage peuvent être établies en fonction de l'agenda du client, ou s'intégrer aux sessions déjà planifiées.

Durée : 2 jours

Horaires : 9h-13h

14h30-17h30

Public concerné : Directeurs opérationnels ou fonctionnels, managers, dirigeants, élus, consultants, attachés de presse, acteurs des métiers de la communication