PILGRIM

une science, un sport, un art

COMMUNICATION

Un parcours pour développer
ses connaissances, ses réflexes et ses habiletés pour
exercer son rôle avec plus de plaisir, plus de courage et plus d'énergie.

Comment choisir les stratégies les plus efficaces en fonction des
dynamiques d'équipe et de la culture organisationnelle.
Comment engager et mobiliser les équipes envers NOS objectifs [et ceux de l'organisation].
Comment designer des projets de communication et les
transformer en expériences de marque qui ont plus de sens pour soi et pour l'organisation.

Exercer le métier de communicateur exige plus de connaissances, plus de compétences et plus d'habiletés que jamais auparavant. Il ne suffit plus aujourd'hui de savoir écrire et de comprendre les mécaniques des médias traditionnels et numériques. Il faut savoir lire les gens. Il faut offrir une réponse appropriée. Il faut savoir anticiper ce qui suivra. **Pour de vrai.**

Le parcours PILGRIM est un cursus qui permet à un participant d'acquérir les connaissances, les réflexes et les habiletés pour mieux exercer leur leadership dans le rôle de communicateur au sein de leur organisation.

L'APPROCHE ET LA PHILOSOPHIE

Jouer un rôle de communicateur dans une organisation a bien changé au fil des ans. Les réalités que la technologie a créées ont changé les comportements des clients et des communautés… mais aussi celle des employés et des dirigeants.

Le fait de « jouer » dans ces zones grises, mais tout de même très bien explorées par la science – sans réellement comprendre les systèmes et les comportements humains – peut nous amener dans un contexte de doute et de cul-de-sac professionnel. On pense trop souvent que le charisme [le leadership] est une forme quelconque de pouvoir… Je crois au contraire que c'est une illusion. Un vrai leader n'use pas de magie ou d'envoûtement sur les autres – il a un savoir-faire, du courage, de la détermination et de l'expérience. Et cela s'apprend.

Je crois que plus que jamais à titre de leader en communication, on doit non seulement comprendre ce qui se passe, chez soi et chez notre interlocuteur, mais avoir des opinions fouillées sur les sujets qu'on défend. Il n'y a pas beaucoup d'endroits où on peut explorer ces questions et je souhaite que PILGRIM soit cet espace créateur et innovant.

On n'approche pas une girafe avec la même stratégie qu'un rhinocéros

L'environnement, les équipes et les systèmes dans lesquels on évolue dictent les lois et les mécanismes. Selon l'objectif, l'intention et la nature du projet, on ne doit pas « faire l'approche » avec la même stratégie. Notre rôle n'est pas de défier les règles, mais bien de les comprendre, d'adopter la bonne stratégie au bon moment au bon endroit... Et d'accepter la posture constante – et essentielle – d'adaptation, d'évolution et d'innovation.

Expédition en survie PSYCOM Origins. Crédits photo : Guillaume Beaudoin.

LES OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Développer une vision personnelle et stratégique de mon organisation, du métier de communicateur et de mon leadership.
- Comprendre et influencer les dynamiques dans mon équipe et dans mon organisation.
- Actualiser et innover avec les expériences – clients, employés et communauté.

Concrètement, le participant va :

- Développer une connaissance des mécanismes impliqués en communication – *one-on-one* et en groupe.
- Développer une plus grande intelligence émotionnelle en comprenant la fonction des émotions et des mécanismes sous-jacents.
- Développer une conscience, une capacité à s'observer dans son rôle, ses forces et ses angles morts.
- Choisir la stratégie la plus adéquate, la plus appropriée pour convaincre et mobiliser une personne envers son projet.
- Développer des opinions fouillées sur son travail, pour mieux les expliquer et influencer les systèmes.
- Exercer son rôle avec plus de courage, plus de plaisir et d'énergie.

Ce que l'organisation y gagne :

Un stratège en communication plus calme, plus détendu et mieux équipé pour faire face aux défis technologiques, humains et financiers inhérents à leur travail. Plus particulièrement :

- Organiser et faciliter des rencontres de gestion avec plus de connaissances et d'habiletés.
- Engager et mobiliser les équipes envers les objectifs stratégiques de l'organisation.
- Intégrer des pratiques de collaboration, de créativité et d'innovation dans leur milieu de travail.

LA PÉDAGOGIE DU PROGRAMME

6 ATELIERS DE 3 H
Volet théorique – Exploration, créativité et codéveloppement
Apprentissage, réflexions et expérimentations avec les pairs

Réunir un groupe de personnes dans des réalités différentes, mais tous dans un rôle de communication. Pour permettre de meilleures capacités à voir et à comprendre les différentes facettes des enjeux stratégiques.

6 RENCONTRES INDIVIDUELLES DE 75 MINUTES
Volet coaching
Accompagnement personnalisé pour actualiser les habiletés d'écoute, de leadership et de communication.

Il est important de s'approprier personnellement les thèmes abordés. Au fil du parcours, cela nécessite des ajustements et l'essai de nouvelles stratégies pour soi et pour le travail. L'idée de ce volet est d'accompagner les participants dans le débreffage afin que chacun puisse bénéficier pleinement des apprentissages et des nouvelles connaissances.

LES THÉMATIQUES ABORDÉES

- Les réalités d'hier, d'aujourd'hui et de demain : impacts sur nos façons de communiquer
- La cohérence identitaire™ & enjeux avec le branding, le marketing et les communications
- Habiletés et stratégies de communication
- Les pratiques collaboratives et la cocréation en organisation
- Les processus créatifs –Design, Innovation & Storytelling

STRUCTURE DES ATELIERS *Le contenu peut être appelé à changer.*

Cours 01 (mars)

Le rôle du communicateur. À quoi sert la communication ? À quoi servent les organisations ?
La cohérence identitaire ™
Réalité, histoire et technologie – impacts sur nos façons de communiquer et les attentes de nos organisations envers les communicateurs.

Cours 02 (avril)

Le rôle et la fonction évolutive et utilitaire des émotions.
La résilience. Faire la différence entre la résilience, la psychologie positive et l'impuissance apprise.
Impacts sur la réalisation d'un plan de comm.
Comprendre les facteurs d'anxiété et de motivation.
Les agendas cachés.
Comprendre et voir les émotions dans la ponctuation. (D. Fichaud)

Cours 03 (mai)

Design d'un meeting efficace. (S. Kaner)
Pratique de collaboration et de cocréation et l'impact réel sur les dynamiques d'équipe et de leadership.
Comprendre les notions de pouvoir personnel, la synchronie et la présence. (A. Cuddy)
Notions de transparence et hiérarchie – conscience à divers niveaux.

Cours 04 (juin)

Développer une vision perso/organisation globale.
Comprendre les styles de leadership (authentique, *servant)* et le marketing de ces concepts.
Comprendre la gestion de l'énergie, structurer un plan
Conscience des dangers**///**Parallèles avec expérience *PSYCOM Origins* Afrique du Sud

Cours 05 (septembre)

Le processus créatif avec Anne-Marie Charest.
L'innovation – les systèmes énergétiques qu'impliquent la posture et les parallèles avec le processus créatif.
Écoute et vulnérabilité (B. Brown)
Permissions, l'impact sur la motivation et la création de plans de communication.
Phases et vitesses pour les projets – exploration, innovation, R&D, production, performance. (J.B. Fogg)

Cours 06 (octobre)

Storytelling & leadership authentique – utiliser les trends, les objectifs de l'organisation et son histoire.
Gestion de changement – cycles de performance et de productivité.
Design thinking et principes d'agilité.
Design et planification en fonction des objectifs court, moyen, long termes.
Les principes de la conscience en comm. (G. Dulude)

MODALITÉS

LIEUX Les ateliers ont lieu au MAJ à Joliette. Les séances de coaching ont lieu à Repentigny ou à Joliette.

COÛT **2595 $** plus taxes, incluant 18 h de formation, 8 h de suivi individuel et le matériel pédagogique.
** Les cohortes sont composées d'un minimum de 6 participants et d'un maximum de 9.*