

DÉVELOPPER LA MOTIVATION

Durée
8 heures

Date début prochaine session
sur inscription

Nb places dispo.
/

Langue
/

LIEU DE LA FORMATION

IFSB Possibilité de formation intra-entreprise
Référence : M4092
Formateurs : Professionnels du secteur
Partenariat : Cette formation est organisée en partenariat avec Progress Management et Communication.
Effectif max : 12 participants
Quand : Sur demande
Langue : FR
Tarif : 475,00 € HTVA
Tarif membre : 395,00 € HTVA

ACCÈS AU LIEU DE FORMATION

INSTITUT DE FORMATION SECTORIEL DU BATIMENT SA.

PUBLIC CIBLÉ

Ce séminaire s'adresse à tout management soucieux de la pérennité de la motivation des collaborateurs.

OBJECTIF

• Permettre au Management de l'entreprise de mobiliser, à chaque instant, les ressources humaines qui lui sont confiées.
• Ne pas "gaspiller les talents" des collaborateurs en exploitant au mieux les capacités existantes et les potentiels cachés.
• Etablir des "règles du jeu" claires et bien comprises par tout le monde.
• Oser dire, en chaque occasion, la vérité et agir de manière transparente.
• Diminuer, dans l'entreprise, l'esprit négatif, frein majeur du changement.
• Gérer le "bon désordre" dû à la motivation des collaborateurs.
• Canaliser et reconnaître les efforts d'un collaborateur motivé.
• Inscrire l'accueil des nouveaux arrivants dans une démarche qui développe immédiatement les compétences de base en termes de reconnaissance.

CONTENU DE LA FORMATION

L’entreprise motivante aujourd'hui
• Le rôle du management motivationnel.
• L'identification à l'entreprise (l'équipe, le team, le service).
• Donner "envie" par la motivation.
• La théorie des besoins et la motivation.
• Comment motiver concrètement.
➢ Contacts du matin ou de fin de journée.
➢ Contacts de retour d’absence, de congés, etc.
➢ Réunions, contacts opérationnels journa-liers, etc.
➢ Entretien annuel.
• L'anticipation des facteurs de démotivation (situations difficiles particulières, impact sur certains profils, etc.).
• Les objectifs motivants pour chaque individu.
• La délégation : forces et limites d'un modèle motivationnel (précautions à prendre).
• La neutralisation de "Radio Couloir".
L’environnement motivant.
• Responsabilisation et confiance.
• Liberté et équité : règles acceptées.
• Transparence et écoute.
• Fédération des individus.
• Possibilités de développement personnels.
• Echanges et vie au quotidien.
• Solidarité, appartenance, éthique.
• Les modèles majeurs d'un management moti-vant.
➢ Le "one-minute management".
➢ Le management " walking around".
➢ Le management "portes ouvertes".
➢ Le management "sur mesure".
➢ Le management assertif.
Faire vivre la motivation
• La communication motivante.
➢ En individuel ou en groupe.
➢ Le feedback et le contrôle de l'in-formation.
➢ L'écoute active : moteur de la moti-vation.
➢ La perception et l'objectivité.
• Favoriser les facteurs de motivation.
➢ Contenu de travail.
➢ Epanouissement.
➢ Promotion.
➢ Responsabilités.
➢ Reconnaissance.
• La mise en valeur des efforts.
➢ Valoriser l'exemple.
➢ Le renforcement de l'initiative.
➢ Les signaux de reconnaissance.

➢ Les moments pour le faire.
• Mise en place d'un "contrat de progrès".
L'intégration motivante des nouveaux
• L'annonce positive de leur arrivée et la personnalisation de leur accueil.
• La communication sur l'entité.
• L'implication immédiate et "les règles du jeu" à respecter.
• L'importance du rôle du tuteur/mentor en tant que référence interne.
• L'information and knowledge management.
• La mise à disposition d'un document d'ac-cueil "sympathique", comprenant un "Who is who".
• Le "marketing interne" de la culture d'en-treprise.
Plan d'action.

PÉDAGOGIE

Ce stage est organisé de manière à donner aux participants un "Contrat de Progrès" personnel. Ceci permet de renforcer et d'activer les applications pratiques dans un avenir proche. Il est, d'autre part, soutenu par de nombreux exercices et de plans d’action individuels.