

# Les bases du management

## Objectifs pédagogiques



- Connaître les principes de bases du management et de la fonction de manager, ainsi que son style dominant de personnalité.
- Savoir donner du feedback à un collaborateur et le recadrer ; connaître les bases du principe de résolution des conflits.
- Connaître les bases d'une communication assertive, inspirante, constructive et ouverte envers son équipe, à l'écrit comme à l'oral.

## Principe

La formation donne les bases du management inspirant et de la communication assertive à des managers en devenir ou qui souhaitent acquérir un bagage théorique pour compléter leur expérience du management.

Elle s'appuie sur des situations réelles, décrites ou jouées lors de mises en situation (briefing, réunion, annonce, feedback, recadrage, etc.).

NB : nous n'aborderons pas le management sous l'aspect de « styles » de management qui seraient à adopter à tour de rôle, en fonction des caractères des personnes en face de soi, sachant que toutes les bonnes formes de management sont ouvertes, inclusives, inspirantes (donc montantes), pas autoritaires (donc pas descendantes) et qu'elles visent toutes à faire en sorte que les collaborateurs s'engagent d'eux-mêmes, s'investissent, ne se sentent pas sous les ordres d'un supérieur mais bien accompagnés et inspirés par un manager à la fois coach, facilitateur, inspirant et juste, qui sait aussi bien remercier qu'expliquer, trancher que dire non.

Cela dit, la formation permet, en filigrane, à chacun de voir s'il est à l'aise avec ce qui est proposé en matière de bonnes pratiques et d'outils selon son « style » personnel (introverti, extraverti, à l'aise en public ou non, doué pour expliquer ou non, doué pour donner du sens ou non, maladroit pour corriger ou non, à l'aise pour féliciter ou non, impatient ou non, plutôt tourné vers l'action ou la réflexion, etc.).

## Contenu

### I - LES BASES DU MANAGEMENT

- ❖ La fonction et les trois rôles du manager : Gestionnaire & Facilitateur, Coach, Ambassadeur de la marque et le temps dédié passé dans chaque catégorie (faire tourner le service, s'occuper de son équipe d'un point de vue humain, représenter la marque).

### II – LES OUTILS DE DELEGATION ET DE COMMUNICATION : QU'EST CE QU'UNE EQUIPE ?

- ❖ Etat des lieux de mon équipe, dont je fais partie :
  1. A quel stade est mon équipe (immature, fractionné, affectif, efficient et autonome) ?
  2. A quel niveau de maturité et de motivation sont mes collaborateurs ? (Motivés ou pas, sachant faire ou pas).
  3. Quelle est la mission de mon équipe et le rôle de chacun ?
  4. Quels sont nos objectifs (SMART ou FAST) ?
- ❖ Les bases de la gestion du temps et de la délégation : la matrice Eisenhower
- ❖ Les bases de la communication assertive et impactante :
  1. Ni fuite, ni manipulation, ni agressivité.
  2. Être juste plus que bienveillant. Savoir s'affirmer tout en respectant l'autre.
  3. Faire interagir et participer son public, ne pas tout dire.

### III- GESTION DES CONFLITS

- ❖ La méthode DESC pour aborder et régler les conflits.