

L'ART DU QUESTIONNEMENT

Pour un leadership éclairé



Formation sur 1 journée (9h - 17h)

Dates (au choix) : 26 septembre, 7 novembre 2019

Tarif : 750€HT/ personne

Des questions, nous nous en posons tous les jours. Mais de l'école à l'entreprise, une même croyance est inculquée : on est un bon élément quand on a la réponse. Cette culture de la réponse nous fait oublier que c'est en questionnant nos cadres de références et nos manières habituelles de penser que nous trouvons les solutions les plus pertinentes. Comment développer un questionnement qui nous permette d'envisager le monde autrement ? Comment formuler les vrais enjeux et susciter le dialogue nécessaire dans un contexte de transformation de l'organisation ?

Objectifs

Redécouvrir la puissance du questionnement pour :

- Encourager l'autonomie de pensée
- Contribuer à dénouer des tensions relationnelles
- Décider avec discernement

Une méthode unique



Ecouter sans filtres

Cultiver son attention

Reformuler pour comprendre

Questionner la question

Interroger ses certitudes

Comprendre les cadres de références

Problématiser

Poser les bons enjeux

Distinguer l'essentiel du secondaire

Programme

Matinée : posture et culture du questionnement

> Découvrir son profil de questionneur

Chaque personne a une certaine façon de (se) questionner et de formuler ses interrogations. Comment le fait de connaître votre profil de questionneur peut-il vous aider à ouvrir votre propre cadre de références, mieux comprendre celui de vos interlocuteurs et débloquer les situations où le dialogue est difficile ?

> Questionnement et culture d'entreprise

Il n'est pas toujours facile de questionner : un certain nombre de pressions peuvent s'exercer sur nous et empêcher d'utiliser cette ressource à bon escient : le temps, le groupe, la hiérarchie, les rôles... Votre organisation a-t-elle une forte appétence au questionnement ? Comment votre culture d'entreprise le favorise ou l'inhibe-t-elle ?

Après-midi : le questionnement stratégique

> Repérer les enjeux clés

Dans une situation ou un discours donnés, la lecture des enjeux peut être multiple. Ceci est particulièrement vrai dans les contextes de transformation. Comment repérer ceux qui sont stratégiques ?

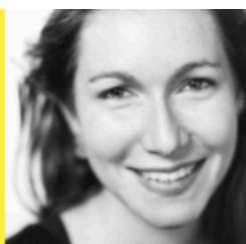
> Problématiser pour poser le bon problème

« Si j'avais une heure pour résoudre un problème, je passerais 55 minutes à réfléchir à la question et 5 minutes à penser à la solution », aurait dit Einstein. Facile à dire, plus difficile à faire. Comment formuler cette question stratégique, à partir des enjeux clés identifiés ?



**FLORA
BERNARD**

Présidente, co-fondatrice



**MARION
GENAIVRE**

Co-fondatrice

Après trois masters en philosophie obtenus à La Sorbonne et une mission en éthique appliquée chez Deloitte Conseil, Marion veut philosopher dans la cité. Flora, diplômée de la London School of Economics, sociologue de formation, a passé 15 ans en entreprise, sur les enjeux de responsabilité sociale et environnementale et veut aider les organisations à redonner du sens à ce qu'elles font. En 2012, de leur rencontre naît Thaé, l'agence de philosophie qu'elles co-fondent. La philosophie pour redonner du sens, telle devient leur mission. En 5 ans, elles ont animé plus de 500 ateliers philosophiques en entreprise, auprès de plus de 5000 dirigeants, managers et collaborateurs, sur des sujets comme la transformation, l'agilité ou la qualité relationnelle. Elles interviennent auprès d'institutions prestigieuses comme HEC ou l'Ecole Centrale. Depuis plus d'un an, Flora et Marion mettent la philosophie au service de l'éthique, enjeu majeur pour les organisations d'aujourd'hui. ■