

L'ART DU QUESTIONNEMENT

Des questions, nous nous en posons tous les jours - peut-être encore plus ces temps-ci, alors que le monde du travail doit s'adapter à une crise majeure. 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
- Cultiver la qualité relationnelle (notamment en situation de télétravail)
- Favoriser la résolution de problématiques en prenant soin de bien les poser

Public visé

Dirigeants, Managers de proximité, top managers

Groupe d'une dizaine de personnes

Une méthode unique

Faire varier son questionnement

Suspendre ses présupposés

Comprendre le cadre de référence de l'autre

Adapter son questionnement à la situation

Ressources pédagogiques

- Des formats variés (plénière, sous-groupes, binômes...) pour une qualité d'apprentissage maximale
- Un livret pédagogique papier

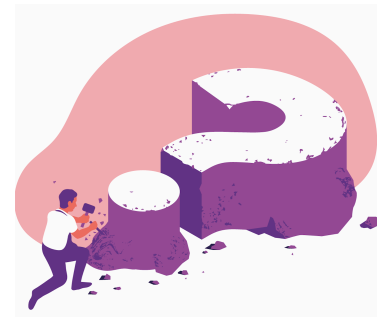
Problématiser

Poser les bons enjeux (conceptualiser)

Identifier les tensions essentielles



Programme



La formation est composée de trois modules

- **en présence, sur une journée**
- **À distance, sur trois demi-journées**

Module 1 : Ouvrir son questionnement

- 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 ?

Module 2 : Apprendre à problématiser #1

- **Identifier les enjeux.** 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 ?
- **Formuler la problématique.** « 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 ?

Module 3 : Apprendre à problématiser #2

- **S'entraîner** sur des cas pratiques apportés par les participants. La mise en application supervisée par Thaé permettra à chacun d'identifier ses facilités et ses points d'amélioration.



**FLORA
BERNARD**

Présidente, co-fondatrice



**MARION
GENAVRE**

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'École 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. ■