



# DÉVELOPPER SA POSTURE STRATÉGIQUE

PROGRAMME DE FORMATION

**aērÿs**  
COACHING

[WWW.AERYSCOACHING.COM](http://WWW.AERYSCOACHING.COM)

## DÉVELOPPER SA POSTURE STRATÉGIQUE

# OBJECTIFS

L'accompagnement proposé a pour vocation de :

- Développer la capacité à prendre de la hauteur pour la compréhension des enjeux stratégiques organisationnels, en particulier, ceux portés par la Gouvernance de l'entreprise.
- Savoir quand , avec qui et comment utiliser les compétences de réflexion stratégique
- Expérimenter et développer une communication stratégique avec les acteurs clés de l'organisation

01

### Développer sa pensée stratégique

- Diagnostiquer les enjeux organisationnels
- Se positionner au bon niveau
- Donner du sens et susciter l'engagement

02

### Les compétences et comportements du leader stratégique

- Capitaliser sur son style de Leadership L.E.A.®
- Capitaliser sur ses points forts
- Identifier ses biais potentiels et axes de développement

03

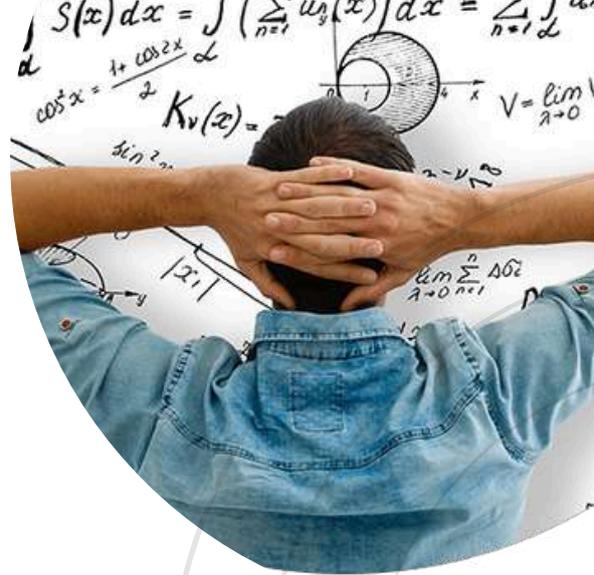
### Développer une vision stratégique de son environnement

- Cartographier sa galaxie professionnelle
- swot de son environnement stratégique
- Les huit piliers d'une vision stratégique

04

### Développer son influence

- « Penser stratégique » au quotidien
- Développer son impact et son influence auprès des acteurs clés (Direction générale)
- Elaborer son plan d'action stratégique



# DÉVELOPPER SA POSTURE STRATÉGIQUE



## DÉMARCHE PROPOSÉE-DURÉE



### RÉUNION DE CADRAGE DES OBJECTIFS

- **Réunion tri-partite** avec le collaborateur, son manager et le consultant coach
- **Partage des attentes** et contractualisation de l'objectif



### DURÉE

- **4 séances individuelles de 3h00** pour une durée totale de 12h00
- **Réflexion individuelle et travail inter-séances** (expérimentation en situation réelle, appropriation d'outils)



### ANCRAGE

- **Bouclage** : réunion tripartite avec le collaborateur, son manager, restitution et feedback.

## PROCESSUS





## MÉTHODOLOGIE

La méthodologie s'appuie sur l'alternance :

- d'apports de modèles pour soutenir la prise de hauteur et l'analyse de son environnement stratégique,
- de temps de prise de recul sur son propre leadership pour faciliter la conscience de ses comportements et leur impact et expérimenter de nouvelles postures

### Rôles



- Le facilitateur alterne posture de formateur et celle de coach
- Le participant , en séance , réfléchit à l'appui de modèles à une meilleure compréhension de son environnement sur le plan stratégique. En inter-session il est amené à expérimenter de nouvelles postures et visions des situations organisationnelles.



### Outil 1 : Le Business Model You®

- Le Business Model est un outil permettant de prendre conscience de la valeur ajoutée de sa contribution aux besoins de ses clients internes .(cf.annexe)



### Outil 2 : La Théorie organisationnelle de BERNE ®

- Une représentation organisationnelle de son environnement qui donne des clés de lecture systémiques sur la dynamique des acteurs et de l'activité



### Outil 3 : Cartographie de son environnement

- L'objectif est de développer son influence grâce à la compréhension des enjeux stratégiques et de développer sa stratégie d'alliance.



## PRÉ-REQUIS

Le collaborateur est volontaire pour s'inscrire dans la démarche  
Pas de prerequis spécifique pour cette formation



## PUBLIC

Toute personne souhaitant développer sa posture stratégique dans le cadre de ses fonctions : chef/directeur de projet, manager , dirigeant...



## ACCESSIBILITÉ

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, pour tout besoin d'accueil spécifique, nous contacter.



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Des quizz à l'issue de chaque séance  
Un questionnaire est proposé en fin de parcours pour évaluer le niveau d'intégration des concepts travaillés



## MODALITÉS ET DURÉE D'ACCÈS

En amont de toute inscription, un entretien est mené avec le collaborateur pour analyser ses besoins et adapter le déroulement à ses enjeux spécifiques.

Dès réception de votre demande d'inscription, un consultant vous contacte pour organiser un rendez-vous sous un délai de 24 heures. La formation démarre dans les 15 jours suivants.

Pour toutes questions, contactez-nous :



[Contact@aeryscoaching.com](mailto:Contact@aeryscoaching.com)



Téléphone : 06.66.07.02.65

## BUDGET

01

### FORFAIT ACCOMPAGNEMENT

**Forfait pour l'accompagnement comprenant:**

- Séance de cadrage
- Séances individuelles 4\*3h00
- Bouclage Séance tri-partite

Total :

12 heures d'accompagnement+ séance de Cadrage (1h00)+séance de Bouclage (1h00)

Cadre Dirigeant (membre du CODIR) : 6 000 €HT

Manager de managers : 4 500 €HT

Manager : 3 000 €HT

02

### OPTIONS

Séances supplémentaire (2H30)

**625 €HT**

---

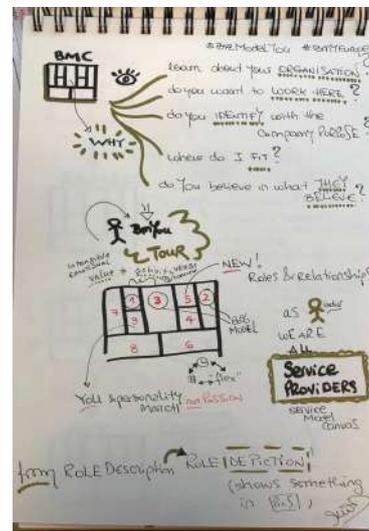
# OUTILS

BUSINESS MODEL YOU ®  
T.O.B® (THEORIE ORGANISATIONNELLE DE BERNE)  
BIO DE LA CONSULTANTE



OUTILS

# Le Business Model®



<p><b>Key Partners</b></p>  <p>Key Partners provide a Key Resource and/or perform a Key Activity on your team's behalf. Describe your Key Partners. Distinguish between true partners (without whom delivery and/or follow-up would be impossible) and ordinary suppliers who are readily replaceable.</p>	<p><b>Key Activities</b></p>  <p>Describe the activities most essential to delivering benefits and following up with clients/customers.</p> <hr/> <p><b>Key Resources</b></p>  <p>Five types include:              1. People              2. Intellectual (methodologies, processes, brands, patents, etc)              3. Physical (buildings, machinery, supplies)              4. Financial (cash, cash equivalents)              5. Culture (values, purpose, beliefs)</p> <p>Describe resources essential to creating/delivering benefits and following up with clients/customers.</p>	<p><b>Benefits Offered</b></p>  <p>How do people benefit from the work your team does? Be specific. Benefits could include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Basic need fulfillment (food, clothing, shelter, health care, security)</li> <li>- Emotional satisfaction</li> <li>- Social need fulfillment</li> <li>- Increased enjoyment</li> <li>- Lower cost</li> <li>- Reduced risk</li> <li>- Improved performance</li> <li>- Better convenience or usability</li> <li>- Improved operations</li> <li>- Better society</li> </ul>	<p><b>Roles/Relationships</b></p>  <p>Characterize the role your team plays or the relationship it has with each client or customer segment (for example: revenue or profit center, consultant, product/service producer, change agent, etc.).</p> <hr/> <p><b>How They Know the Team/ How the Team Delivers</b></p>  <p>Describe these five service stages:              1. Awareness              How do people find out about the benefits your team provides?              2. Evaluation              How do people know you are the right team to do the work?              3. Agreement              How do you agree upon the terms of the service(s) your team will provide?              4. Delivery              Describe where/how your team delivers service.              5. Follow-up              How does your team follow up to make sure clients/customers are satisfied?</p> <p>In each stage, what portion of activity is conducted in-person? Remotely?</p>	<p><b>Clients/Customers</b></p>  <p>Who benefits from your team's work?              Who depends on your work to get their own work done?              Be sure to describe both external and internal clients/customers.</p>
---	---	--	---	---

**Costs and Consequences**



Describe the financial costs your team incurs (salaries, benefits, key operating expenses). Describe the non-financial consequences of doing your work. Consequences might include:

- High employee turnover
- Suboptimal financial contribution
- Worker disengagement
- Missed opportunity
- Stress, burnout, isolation, or injury
- Adverse social impact or damaged reputation

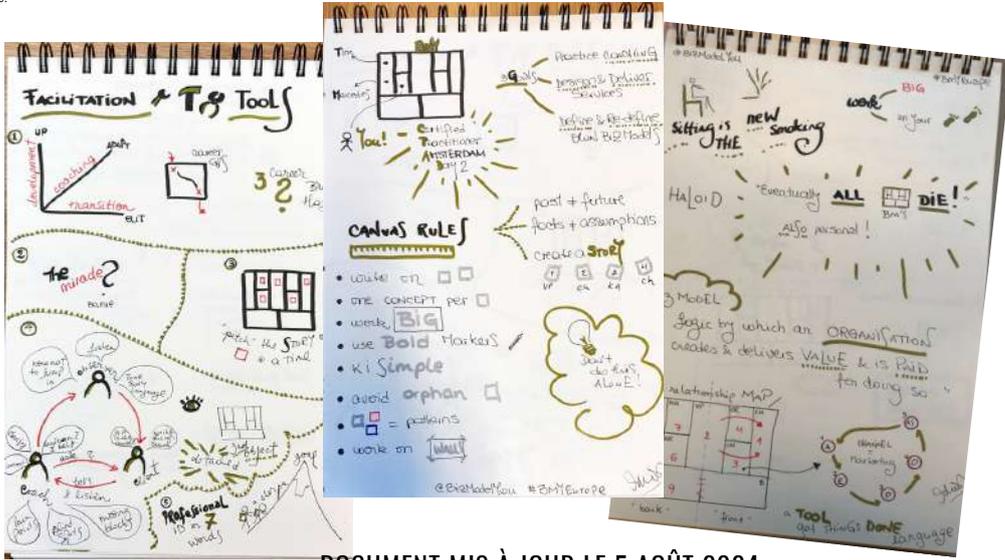
**Compensation and Rewards**



Describe the compensation your team enjoys (revenue, budget allocation, grants, donations, etc.)  
 Which form of compensation is most important?  
 Describe the non-financial rewards your team enjoys (social contribution, recognition, sense of belonging, mastery, learning). Which non-financial rewards are most important?

BusinessModelsForTeams.com - The Team Service Model (v1.1.8) is derived from work by Strategyzer.com and is licensed under Creative Commons CC BY-SA 3.0.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

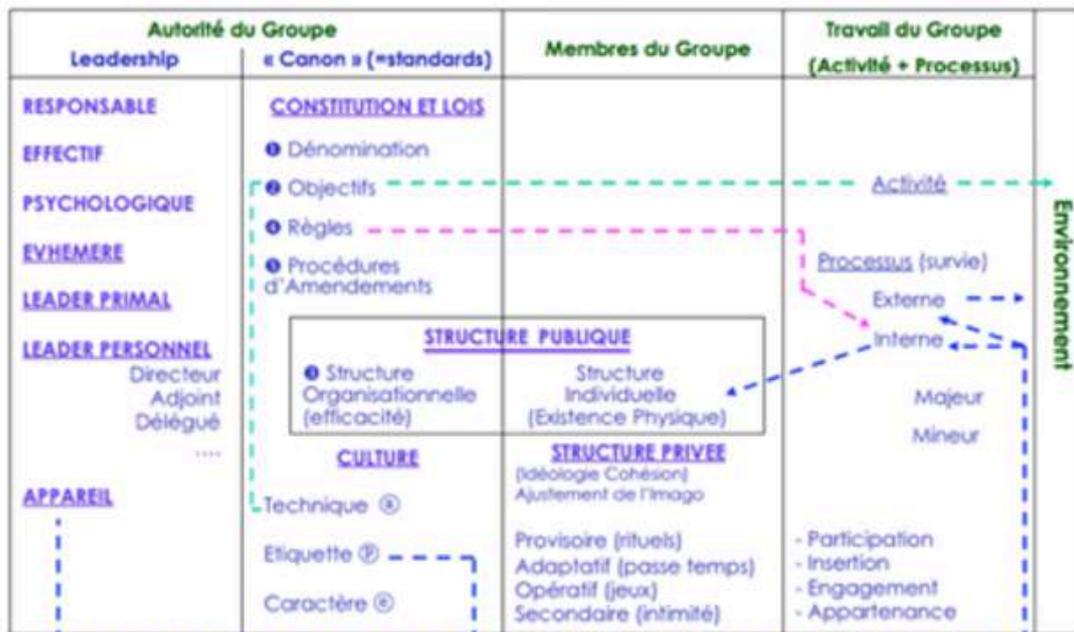


# L'approche T.O.B® (Théorie Organisationnelle de BERNE)

La théorie Organisationnelle de Berne (T.O.B®) est un modèle sociologique et systémique qui permet de mener un diagnostic organisationnel pour:

- Modéliser les phénomènes humains à l'œuvre dans les groupes et les organisations.
- Offrir une grille de lecture cohérente et structurée de l'organisation
- Mettre en œuvre des plans de conduite du changement approprié au contexte et enjeux de l'entreprise au niveau des hommes et du leadership.

## Structures et Dynamiques des Organisations et des Groupes



## BIO ANNE DECORET

Depuis 2005, Anne accompagne des organisations , leurs managers et leaders confrontés à des enjeux de développement dans des contextes de transformation.

- Coaching individuel de managers et dirigeants, notamment dans les organisations internationales complexes et face à des enjeux de transformation.
- Prise de poste, élargissement des responsabilités, passage de l'Expertise au Management et du management au Leadership
- Accompagnement d'équipes dans des parcours de développement (développement de potentiel)
- Accompagnement développement d'équipes
- Pratique du Co-développement et du co-coaching



## CERTIFICATIONS

### Certifications :

- Coaching individuel et équipe, International Mozaik (Paris-2012)
- Théorie Organisationnelle de Berne (TOB) – EATO (2016)
- Changement Emergent (certifiée auprès de l'Institut du changement émergent-Genève)
- Business Model You & Business Model for Team (Tim Clark-San Fransisco-2017)
- Co-coaching (Chantal Victor 2014)
- Strategic Leadership Development™ tools MRG (Management Research Group),
- DISC® assessment 24x7



## QUELQUES RÉFÉRENCES CLIENTS

- ACCOR
- Club MED,
- Bayer,
- Merck Serono,
- Novartis,
- Limagrain Europe,
- Caisse d'épargne,
- Groupama,
- CIAT (Groupe UTC),
- SAGE
- Schneider,
- Keolis,
- Banque Postale,
- Volvo Trucks....