

POUR QUI ?

Les Dirigeants (Ligue, Comité, Club), les secrétaires généraux ayant à rédiger des rapports dans l'exercice de leurs fonctions.

PRÉ-REQUIS :

Pas de pré-requis particulier pour cette formation.

EFFECTIF :

De 6 à 15 personnes

Le CROS Île-de-France se réserve le droit d'annuler la session si le nombre de participants est insuffisant.



90€* TTC



28 janvier 2020



9h30 – 17h30 (7 heures)



CROS Île-de-France

Accès **Cité Universitaire**

1, rue des Carrières, 94250 Gentilly



* Ce prix s'adresse uniquement aux bénévoles et aux salariés ne bénéficiant pas de prise en charge par un OPCO**.

OBJECTIFS

1. Appréhender ses écrits avec méthode et rigueur
2. Savoir organiser et synthétiser les idées importantes de ses écrits
3. Savoir hiérarchiser ses arguments pour donner un impact à son message

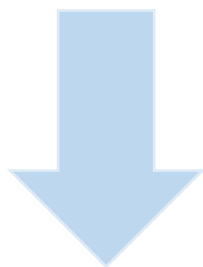
INTERVENANTES

Patricia Maillet a mené des actions pérennes aussi bien auprès de grandes administrations que dans le secteur privé

Chantal Riou possède également cette expérience et a dirigé par ailleurs pendant 15 ans le service formation d'une grande entreprise

PROGRAMME

Programme détaillé sur les pages suivantes.



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Prise en compte des problèmes rencontrés par les stagiaires. Les participants sont invités à apporter des rapports ou bilans rédigés par eux même, ils pourront être exploités lors de l'atelier rédactionnel.

Évaluation de la formation par les stagiaires.

CONTACT ET RENSEIGNEMENTS :



Aurélien CORDEAU



aurelien.cordeau@crosif.fr



01 49 85 84 93



Programme détaillé

Matinée : conseils méthodologiques

Après-midi : rédaction et/ou analyse de rapports, bilans rédigés par les participants

1. Ouverture du séminaire

- Présentations, attentes et rappel des objectifs.

2. Les critères essentiels

- Les objectifs du rédacteur et les compétences à mettre en œuvre :
 - comprendre le contexte ;
 - savoir analyser les causes ou faits essentiels en cas de dysfonctionnement ;
 - savoir hiérarchiser les idées fortes ;
 - savoir évaluer les enjeux, risques, solutions et savoir cibler les actions à mettre en œuvre en toute objectivité ;
 - savoir convaincre, le cas échéant, et révéler les besoins.
- Les attentes des destinataires : la nécessité de les identifier (fil d'Ariane).
- Les contraintes et critères d'efficacité : la clarté, la précision, la hiérarchisation des idées, la concision, la prudence, la rigueur du fond et de la forme.
- Le style : des préconisations concernant la syntaxe et les constructions à éviter ou à privilégier ; les registres de langue et la terminologie ou comment adapter ses choix selon les niveaux de compréhension ou le profil des destinataires ; exemples commentés.
- Le vocabulaire pour constater, rappeler, informer, communiquer un avis, etc.
- Les mots de liaison courants.
- La prise en compte du niveau de compréhension du destinataire dans le choix du vocabulaire, des sigles mentionnés, etc.
- L'impact du message selon la hiérarchisation des idées adoptée.
- Les différentes formes et pratiques : échanges et exemples commentés.

3. Les outils méthodologiques

- Les techniques de lecture et de prise de notes associées au *mind mapping* (schéma arborescent autour d'un axe central).
- 3QO3CP (Quoi ? Qui ? Quand ? Où ? Combien ? Comment ? avec quelles Conséquences ? Pourquoi ?) : analyse et sélection des idées fortes et secondaires.
- Les plans utiles à l'analyse de la problématique :

- ESPRI (Exposé de la Situation / analyse de la Problématique / Résolutions ou Réponses / Information sur les actions à court ou moyen terme) ;
 - SOSRA (Situation / Observations / Sentiment / Résolution / Actions) ;
 - DESC (Description / Expression / Suggestions / Conclusions).
- Le plan binaire, chronologique, par opposition.
 - Un plan pour aider à la décision : des arguments hiérarchisés.
 - Un plan pour informer : constat ou état des lieux, annonce de la problématique et des informations clés.

4. Atelier rédactionnel

- À partir de rapports, de bilans ou de sujets proposés par les participants, analyse corrective, rédaction ou reformulation en groupe.

5. Une méthodologie de relecture

- Répondre aux exigences de qualité et d'efficacité en adoptant une stratégie de relecture : pratiquer des relectures dissociées par objectif (correction grammaticale et orthographique, concision, hiérarchisation des idées, typographie, mise en page, etc.).

6. Évaluation de la satisfaction ou évaluation « à chaud

- Écrite, les participants reçoivent un questionnaire où ils évaluent les points suivants :
 - contenu (respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus...) ;
 - animation (expertise du consultant sur le sujet, relations avec le groupe...) ;
 - pédagogie (équilibre entre les apports théoriques et pratiques...) ;
 - logistique ;
 - mise en œuvre envisagée (plan d'actions...).
- Orale (tour de table).