COMPÉTENCES ET COMMUNICATION

COMMUNICATION & POSTURE PROFESSIONNELLE

DATE DE CRÉATION : 22/05/2025 - HA

QUI

Public : demandeurs d'emploi, publics au RSA, salariés en chantier d'Insertion

Prérequis : comprendre le français, savoir lire et écrire

Formation accessible aux personnes en situation de handicap

COMMENT

Durée : 21 heures

Horaires de la formation en journée ou demi-journée

Nombre de stagiaires : 6 à 10

Coût horaire/stagiaire (Non assujetti à la TVA) : 23€ (soit 483€/stagiaire)

OÙ

Salon-de-Provence, Miramas, Berre-l'Étang, Châteaurenard, Arles

> OBJECTIFS

- **Maîtriser les bases de la communication**
- **Être capable d'exprimer une information claire à l'oral comme à l'écrit**
- **Être capable de comprendre et reformuler à l'oral ou par écrit une information, une consigne**
- **Être capable d'exprimer ses besoins, ses difficultés**
- **Être capable d'adapter sa posture dans les différents types d'échange**
- **Maîtriser les moments clefs de la vie professionnelle**
- **Acquérir une autonomie et fluidité dans sa présentation**

> CONTENUS

Connaître les principes de base en communication

- Entrer en relation avec son interlocuteur
- Communiquer oralement, à l'écrit et prendre conscience de la communication non-verbale

Communication orale

- Écouter, reformuler, poser des questions, entrer en relation, échanger
- Maîtriser sa respiration pour s'exprimer plus aisément

Communication écrite

- Écrire et être compris, produire des phrases simples et structurées, identifier ce qui est de l'opinion, du sentiment dans un écrit professionnel
- Travail sur les écrits professionnels et les objectifs opérationnels

Communication non verbale

- Le code gestuel, la gestion de l'espace, les postures à adopter, les attitudes à éviter, le code vestimentaire

FORMATEUR

Expériences et compétences

directement en lien avec

les contenus de formation

CONTACTS

of-pais@asso-gdid.fr

Storytelling professionnel

- -Présentation du storytelling
- -Construction du storytelling

Communication d'entreprise

- Identification de la communication des entreprises vis leur site ou autres outils de communication
- Identification des valeurs et de la culture de l'entreprise
- Prise en compte des valeurs de l'entreprise dans son discours professionnel cohérent

> MOYENS & MÉTHODES

- **Moyens mis en œuvre :** vidéoprojecteur, ordinateurs, salle organisée avec tables en U, tableau blanc…
- **Méthodes et/ou techniques d'animation des apprentissages transmis aux stagiaires :** méthode active et participative, l'apprenant est au cœur de la formation, il participe activement à son processus d'apprentissage (jeux de rôle et mise en situation).

> ÉVALUATION

Appréciation des acquisitions et de l'amélioration des compétences en formation :

- Les formateurs évaluent les stagiaires de manière implicite et explicite (question-réponse, quizz, questionnaires avant, pendant et après la formation)
- Evaluation sur le déroulement de l'action : questionnaire de satisfaction