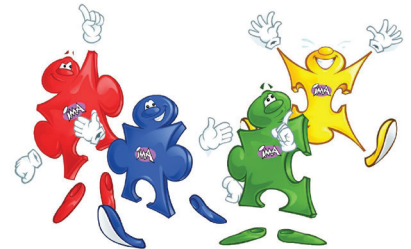


## Atelier Service Orienté Client

ATELIER D'UNE DEMI-JOURNEE



### INTRODUCTION

iMA est un langage universel conçu pour optimiser la communication et les contacts.

iMA signifie Identifier, Modifier, Adapter : les principes utilisés pour améliorer la communication, le travail d'équipe et l'interaction entre des personnes différentes.

**« iMA est divertissant et efficace. Tous les participants ont immédiatement accroché. Les résultats sont stupéfiants. »**

En répondant à un questionnaire en ligne composé de 10 questions, les participants reçoivent un feed-back instantané sur leur mode comportemental naturel et leur style iMA prédominant .

Plus de 60 000 personnes dans le monde connaissent leur style iMA et utilisent ce concept pour améliorer l'efficacité de leurs interactions avec les autres.

Advice & Management utilise iMA pour vous proposer des ateliers et des programmes destinés à améliorer, de manière significative, l'efficacité personnelle, la gestion, le leadership, le travail d'équipe, les ventes et le service clientèle.

**« Du test Myers Briggs à la graphologie française, je n'ai jamais rencontré un outil de profilage aussi court, divertissant et influent sur notre manière de collaborer dans ce nouveau monde du numérique. »**

### NOTRE MANIÈRE DE COMMUNIQUER AVEC LES AUTRES

Lorsque nous voulons partager nos sentiments, pensées et idées avec une autre personne, nous les « codons » dans un langage et les transmettons à l'aide de mots, de gestes et d'expressions vocales et faciales.

Une fois nos idées reçues, elles sont décodées : la personne reçoit notre message et assigne une signification à chacun de nos mots et pensées et prend alors des mesures mentales, physiques ou émotionnelles.

Les problèmes de communication surviennent généralement, car nous n'avons aucune garantie de la bonne interprétation de nos mots, de nos expressions vocales et faciales et de notre gestuelle par l'autre personne (l'auditeur).

Dans le monde numérique d'aujourd'hui, la communication en ligne doit sa complexité à l'absence de communication non verbale.

Que nous soyons en ligne ou hors-ligne, nous augmentons les chances d'une réception précise et volontaire de notre message par notre interlocuteur si nous comprenons la façon dont cette personne souhaite recevoir l'information.

La clé de réussite de ce processus est la capacité de transmettre des pensées, des idées et des sentiments à l'auditeur en vue de maximiser ses chances de les comprendre.

C'est ce dont traite iMA.

## APPRENDRE À COMPRENDRE ET À PARLER IMA

iMA est un langage universel conçu pour optimiser la communication et les contacts. En répondant à 10 questions, iMA identifie vos schémas comportementaux dominants : votre style iMA.

Une fois que vous aurez intégré votre propre style iMA et que vous connaîtrez les autres styles, vous comprendrez comment les autres perçoivent et filtrent le monde et pourquoi ils agissent différemment.

### Vous comprendrez :

- les différents styles de pensées ;
- les forces et les modèles de comportement limitatifs ;
- les différentes manières dont les gens aiment donner et recevoir l'information ;
- pourquoi les gens ont des motivations différentes.

De quoi vous permettre de traiter l'autre comme il le souhaite. A terme, la confiance, la communication et la coopération progressent et le stress et la tension diminuent.

### Le langage de couleurs iMA repose sur ces quatre styles :



**Les High Yellows – Jaunes Dominants** sont des personnes extraverties, amicales et enthousiastes. Les autres adhèrent facilement à leur vision. Elles agissent rapidement, ont beaucoup d'énergie et entretiennent des relations positives avec les autres. Eternels optimistes, les High Yellows peuvent influencer leurs confrères et forger des alliances pour atteindre leurs objectifs.



**Les High Blues – Bleus Dominants** sont des personnes chaleureuses, de bons supporters et des adjoints qui développent de solides réseaux sociaux avec des individus fiables. Ils sont prêts à se soutenir mutuellement. Excellents membres de l'équipe, les High Blues sont courtois, aimables, bons planificateurs et persévérants. Ils assurent un excellent suivi.



**Les High Greens – Verts Dominants** sont des personnes sérieuses, analytiques, persistantes, systématiques et orientées tâches. Elles aiment résoudre des problèmes, perfectionner les processus et travailler pour atteindre des résultats tangibles. Les High Greens font des recherches, réalisent des comparaisons, identifient les risques, calculent les marges d'erreur et prennent les mesures correctives qui s'imposent.



**Les High Reds – Rouges Dominants** sont des fonceurs axés sur les objectifs. Assumer la responsabilité et la prise en charge de personnes et de situations ne leur fait pas peur. Ils mettent l'accent sur une approche pragmatique et sur le résultat final. Ils agissent rapidement, sont orientés tâches et travaillent vite, seuls et efficacement.

Plus de 60 000 personnes issues de 40 pays utilisent actuellement iMA pour une meilleure compréhension d'eux-mêmes et une communication plus efficace avec leurs collègues, familles et amis.

Que vous soyez en première ligne ou au siège social, dans le secteur privé, public ou tertiaire, au début ou à la fin de votre carrière, iMA vous ouvre de nouvelles perspectives de pensées et d'action.

## QU'EST-CE QUI FAIT RÉAGIR VOS CLIENTS ?

### Aperçu

Partout, vous entendez parler de l'importance de la satisfaction clientèle. Vous pouvez penser que le service s'améliore avec le temps. Les enquêtes, hélas, démontrent le contraire.

Un client sur quatre pense quitter son fournisseur moyen à tout moment pour cause d'insatisfaction.

Le problème ? Trop d'entreprises et de collaborateurs perçoivent le service clientèle comme un fait unique. Un vrai service ne se focalise pas uniquement sur un événement unique, mais construit une relation durable et positive.

Les organisations et les personnes percevant le service positivement savent que chaque contact est une opportunité qui ne se représentera jamais plus. De telles rencontres produisent typiquement soit un :

- ✓ **moment magique : des expériences positives qui rendent le client heureux de travailler avec vous, ou un ;**
- ✓ **moment de détresse : des expériences négatives qui irritent, frustrant ou agacent.**

La clé d'un moment magique ? Dépasser les attentes du client. Ce qui fonctionne avec une personne peut, toutefois, ne pas fonctionner avec une autre. Cet atelier d'une demi-journée montre comment utiliser la connaissance des styles iMA pour créer des moments magiques.

### Contenu du programme

L'atelier Service Orienté Client est une formation d'une demi-journée qui vous aide, vous et votre entreprise, à devenir plus efficaces et à développer un avantage compétitif.

Les participants auront, au préalable, complété le questionnaire iMA en ligne pour leur permettre d'identifier leur style iMA. Ils participeront, ensuite, à la formation spécifique d'une demi-journée consacrée aux questions suivantes.

- **Comment identifier le style iMA d'une autre personne ?**
- **Les quatre styles de base iMA**
- **Comment s'adapter aux différents styles iMA pour créer un moment magique ?**
- **Une boîte à outils de stratégies et de comportements pour gérer efficacement chaque style iMA**

Consultez la page suivante pour obtenir un aperçu de la manière de traiter chaque style iMA dans un environnement de service orienté client. Chacun d'eux sera exploré durant cette séance très interactive d'une demi-journée.

## TRAITER CHAQUE STYLE IMA POUR CRÉER DES MOMENTS MAGIQUES

### Aborder les iMA **High Reds**

Les High Reds peuvent sembler peu coopératifs, tentant d'imposer leurs conditions. Mais posez-vous une question : de quoi ont-ils besoin ? Vous pouvez les neutraliser par :

- **des résultats ou, au moins, des signes de progrès tangibles ;**
- **un rythme rapide ;**
- **une preuve qu'ils contrôlent la situation ;**
- **la conviction de gagner du temps.**

La dernière chose à faire est de faire valoir votre autorité et de débattre avec les High Reds. Ils ne vous écouteront pas et vont probablement surenchérir. « Personne n'a jamais gagné un débat avec un client » est un axiome de service. Et c'est d'autant plus vrai avec les High Reds.

### Aborder les iMA **High Yellows**

Face à une plainte, les High Yellows peuvent sembler pressés et impulsifs. Ils peuvent aussi apparaître manipulateurs. Sous le stress, la première réaction des High Yellows peut ne pas prendre en compte les faits et vos propos. Mais vous pouvez répondre à leurs besoins en leur accordant :

- **une attention personnelle ;**
- **une affirmation de leur position ;**
- **de nombreuses concessions verbales ;**
- **l'assurance que les efforts sont épargnés.**

Donnez-leur, de préférence, une explication rapide et réfléchie qui prouve que vous n'êtes pas en train de vous débarrasser d'eux.

### Aborder les iMA **High Blues**

Les High Blues peuvent sembler soumis, hésitants, voire élogieux. Vous pourriez avoir besoin de les détacher de la situation. Ils souhaitent juste que ce problème disparaisse. Les High Blues se sentiront plus à l'aise si vous :

- **les mettez à l'aise ;**
- **promettez que la crise va se résorber ;**
- **garantisiez que le processus sera relaxant et plaisant ;**
- **montrez que vous êtes engagé dans une collaboration destinée à aplanir le problème et sauver la « relation ».**

N'oubliez pas, les High Blues sont aussi vite contrariés que les High Reds. Ils l'expriment juste d'une manière beaucoup plus discrète. Et ils vont voir ailleurs sans histoire si leurs besoins ne sont pas satisfaits.

### Aborder les iMA **High Greens**

Les High Greens ont tendance à réciter la chronologie des événements et l'inventaire des erreurs qu'ils ont dû endurer. Ils fournissent énormément de données et de documentation. Voici comment réduire les tensions avec des High Greens revendicateurs :

- **suggeriez qu'ils ont raison ;**
- **expliquez le processus et les détails ;**
- **exprimez de la gratitude pour leur précision ;**
- **aidez-les à « garder la face ».**

Ils peuvent sembler compulsifs et attachés au processus. Montrez-leur qu'ils ont raison de résoudre le problème. Mais pour préserver leur fidélité, vous devez dialoguer avec eux de manière précise et systématique, en insistant sur l'intérêt de votre entreprise que justice soit rendue.

## TÉMOIGNAGES

98 % des personnes qui ont participé à un atelier iMA ont affirmé qu'il s'agissait d'une expérience très stimulante et intéressante. Ils l'ont d'ailleurs appliqué dans leur travail. (Plus de 2 000 personnes ont été interrogées).

### Petit florilège de réactions :

**« iMA a contribué à rendre le management amusant ! »**

**Paul Adamson**  
Directeur, Olan Mills Photography

**« James Knight a présenté cet outil extrêmement puissant à 50 enseignants et 150 étudiants. Il permet aux individus de développer leur potentiel et leur fournit les connaissances nécessaires pour améliorer leurs relations professionnelles. Le champ d'application, dans des environnements tels que des écoles et des collèges, est énorme. Je le recommande sans hésitation. »**

**Ann Marie Hodgkiss**  
Professeur principal, Princess Helena College

**« Je recommanderais iMA à toute personne désireuse de se développer et d'accroître l'efficacité de sa communication avec les autres. »**

**Martin Durrant**  
Elite Selection

**« iMA est une révélation dans ma vie. Il a catapulté le réseau professionnel d'Ecademy dans une nouvelle ère. La capacité de comprendre rapidement et simplement les autres et d'être en mesure de percevoir la manière dont ils peuvent nous défier, ou percevoir les raisons pour lesquelles nous pouvons instantanément être "attirés" par eux a été un énorme pas en avant pour nos membres et moi. L'assimilation d'iMA à Ecademy a tout simplement été incroyable. Il s'agit de l'adoption la plus rapide, parmi de nombreuses autres applications, au sein de notre entreprise. »**

**Penny Power**  
Fondateur d'Ecademy

**« Du test Myers Briggs à la graphologie française, je n'ai jamais rencontré un outil de profilage aussi court, divertissant et influent sur notre manière de collaborer dans ce nouveau monde du numérique. »**

**Julie Meyer**  
CEO d'Ariadne Capital (citée dans City AM Column)

## OPTIONS DU PROGRAMME

Il s'agit d'un programme intra-entreprise comportant les options suivantes :

Durée :	Une demi-journée
Matériel :	Un classeur, un manuel, de la documentation, un stylo et une attestation de participation
Support :	Recherche – Rendez-vous préalable ou discussion téléphonique  Administration – Impression et préparation du matériel des participants et coordination avec le lieu choisi pour l'organisation du programme.  Evaluation - Evaluation post-programme et le rapport d'un consultant iMA fournissant un feed-back sur le programme.
Dates & Lieux :	A votre convenance
Délégués :	Nombre à votre convenance
Style :	Les programmes iMA sont dynamiques, passionnants et très participatifs. Ils ont un impact fort et motivent les participants à apprendre et à comprendre le changement.
Méthodes d'apprentissage :	Nous utilisons un mélange de méthodes d'apprentissage : séances pratiques, ateliers de groupe, apprentissage orienté scénario, devoirs, apprentissage autogéré, apprentissage partagé en groupe, apprentissage accéléré et apprentissage structuré en groupe.

## CONTACT ADVICE & MANAGEMENT

E-mail : [gerald@advice-management.eu](mailto:gerald@advice-management.eu)  
Tél. : +32 (0)496 73 41 81

[www.advice-management.eu](http://www.advice-management.eu)

Questionnaire : [http://ima-connect.com/fr\\_questionnaire.html](http://ima-connect.com/fr_questionnaire.html)  
<http://www.advice-management.eu/fr/ima-communication.html>