

MANAGER LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

Durée

2 Jours

Référence Formation

5-MG-MGY

Objectifs

Réussir l'intégration de ces nouveaux collaborateurs
Concilier les aspirations et les comportements des collaborateurs avec les objectifs de l'entreprise
Proposer des approches adaptées pour attirer, intégrer et manager les nouvelles générations (Y et Z)

Participants

Tout manager amené à encadrer ou à recruter un ou plusieurs collaborateurs de la nouvelle génération (Y et Z)

Pré-requis

Etre déjà manager, posséder une expérience dans l'encadrement d'équipes est requis

Moyens pédagogiques

Formateur expert dans le domaine
Mise à disposition d'un ordinateur, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

PROGRAMME

1. Réussir l'intégration de la génération Y

Intégrer le nouveau collaborateur dans l'équipe et dans l'entreprise
Clarifier les éléments non négociables au bon fonctionnement de l'équipe
Concilier les différences pour atteindre les objectifs communs

2. Comprendre les valeurs et les attentes de la génération Y

Situer les différences de générations dans une perspective sociologique
Ce qui reste stable et ce qui change dans : la relation au travail
la relation à l'entreprise
la relation à l'autorité

3. Trouver un mode de management adapté, créer la cohésion

Trouver de nouvelles manières d'envisager le management, pouvoir innover
Co-construire avec la génération nouvelle, utiliser ses forces et ses compétences
Permettre à l'équipe d'intégrer les nouveaux éléments, installer la cohésion avec les différences
Gérer les tensions liées aux différences générationnelles
Intégrer les modes relationnels des Y, leur rapport à la hiérarchie et à l'autorité

4. S'adapter efficacement à de nouveaux comportements

Gérer au mieux la différence et la rendre source d'enrichissement
Utiliser la différence pour renforcer la relation
Expérimenter de nouvelles représentations de la relation, de la communication