

Contacts

Lille

11 / 13 / 15 Square Dutilleul
59 000 Lille

Contact commercial :

Grégory THIBESSARD
Tél : 03 20 54 41 92
Fax : 03 20 54 42 93
GSM : 06 84 60 47 83
E-mail : gthibessard@metaphora.com

Lyon & Paris

153, rue de Courcelles
75 017 Paris

Contact commercial :

Patricia SEBBAG
Tél : 01 56 33 50 70
Fax : 01 56 21 21 22
GSM : 06 84 60 47 79
E-mail : patricia.sebbag@metaphora.com

Toulouse

216 route de St Simon
31100 TOULOUSE

Contact commercial :

Sylvie SOULEIL
Tél : 05 61 16 57 59
Fax : 05 61 16 57 58
GSM : 06 84 60 47 81
E-mail : ssouleil@metaphora.com

Sommaire

Accompagnement des utilisateurs

- *Conduite du changement* p°3
- *Rédaction technique* p°4
- *Formation des formateurs* p°5

Direction de projets

- *Imposer son projet...dans un environnement complexe* p°6
- *L'entretien, mieux convaincre...pour obtenir un engagement* p°7

Communication d'entreprise

- *Communiquer par l'écrit* p°8

Ergonomie des applications

- *Ergonomie informatique* p°10



Ergonomie informatique

1 jour

Objectifs

- Améliorer l'efficacité des IHM, et donc des utilisateurs,
- Réduire les coûts d'accompagnement du changement (documentation, formation),
- Améliorer la productivité des développeurs.

Participants

- Chefs de projets, concepteurs, responsables maîtrise d'ouvrage.

Pré-requis

Cette formation ne nécessite aucune connaissance préalable.

L'ergonomie des IHM

- Définition de l'ergonomie : de l'ergonomie générale à l'ergonomie des IHM.

Les enjeux de l'ergonomie pour la conception d'IHM

- Enjeux de l'ergonomie des IHM pour l'équipe projet et pour les utilisateurs.

La démarche ergonomique dans un projet informatique

- Règles typographiques, de mise en page et syntaxiques pour améliorer l'efficacité de l'IHM.

Les facteurs de succès des IHM

- Etude des 10 erreurs les plus courantes,
- Principales règles ergonomiques à respecter pour une bonne utilisabilité de l'interface (guidage, homogénéité, compatibilité, etc.).

Une mise en pratique : analyse ergonomique d'IHM

- Analyse collective de l'ergonomie de logiciels ou de sites web (étude des éléments problématiques de l'interface),
- Proposition collective de solutions pour améliorer leur utilisabilité.



Conduite du changement

1 jour

Objectifs

- Optimiser les coûts de déploiement d'applications et les retours sur investissement des différentes actions (communication, documentation, formation),
- Bien équilibrer le dispositif du point de vue économique et pédagogique,
- Maîtriser le déroulement du projet.

Participants

- Responsables Maîtrise d'ouvrage,
- Responsables de la conduite du changement.

La conduite du changement

- Enjeux (casser le paradigme émetteur / message / récepteur),
- Actes de la conduite du changement : communication, documentation, formation, support.

La prise en compte des utilisateurs

- Identification des objectifs (importance du principe de décentration),
- Identification de la cible,
- Définition des contenus,
- Présentation des différentes techniques d'analyse des besoins des utilisateurs : interviews, réunions, mises en situation.

La définition d'un plan d'action

- Identification des actions de transfert en fonction des profils utilisateurs,
- Identification des médiums en fonction de la nature des informations.

Les actions de communication

- Typologie des supports,
- Organisation logique et physique de l'information.

Les actions de documentation

- Typologie des supports,
- Organisation logique et physique de l'information (présentation des méthodes de rédaction INFOMAP, ESPRIT, MRS).

Les actions de formation

- Aspects pédagogiques : valise pédagogique,
- Aspects mise en oeuvre : organisation, planification des sessions.



Rédaction technique

1 jour

Objectifs

- Améliorer l'efficacité et l'homogénéité de la documentation utilisateur (papier et électronique),
- Améliorer la productivité des rédacteurs,
- Optimiser un projet rédactionnel en l'intégrant à un projet d'accompagnement du changement.

Participants

- Responsables de l'émission et de la production de documents,
- Responsables Maîtrise d'ouvrage,
- Responsables de la conduite du changement.

Le rôle de la documentation

- Positionnement de la documentation par rapport au projet de déploiement d'une application.

La définition et la prise en compte du lecteur

- Analyse des besoins, des attentes, des connaissances à priori du lecteur,
- Techniques d'entretien et d'observation.

L'organisation logique de l'information

- Principales techniques et méthodes de conception et d'organisation logique de la documentation (SPRI, etc.)

Les techniques de mise en forme matérielle

- Règles typographiques, de mise en page et syntaxiques pour améliorer l'efficacité du texte.

L'utilisation de l'image dans la documentation

- Présentation de l'image à vocation pédagogique, attractive, technique,
- La relation texte-image.

La documentation en ligne

- Présentation des principaux outils de création d'aide en ligne,
- Présentation des techniques propres à la création d'aide en ligne (préconisations de Brockman, principes de Schneidermann...).

La documentation sur Xnet

- Présentation des principaux outils de création de pages Web,
- Techniques propres à l'édition de documentation Inter-Intranet.

Les grandes étapes du projet rédactionnel

- Estimation des charges,
- Etapes : transfert de compétences, prise en compte des lecteurs, création du modèle, rédaction, recette, diffusion, maintenance,
- Intégration du projet rédactionnel dans le projet de développement.



La rédaction d'une information visuelle

- Rendre visuelle la structure de l'information,
- Respecter le sens de lecture,
- Utiliser le blanc,
- Hiérarchiser les titres,
- Rendre visuelle l'articulation fine du texte,
- Le dire en image,
- Le pouvoir de l'image : attractivité, proximité et synthèse,
- Intégrer textes et images.

La rédaction pour l'écran

- Différences papier / écran,
- Vocation de l'écran : accessibilité et modularité de l'information,
- Règles de rédaction pour l'écran.



Communiquer par l'écrit

1 jour

Objectifs

- Améliorer l'efficacité des écrits et la productivité des rédacteurs,
- Supprimer le syndrome de la page blanche,
- Améliorer l'homogénéité des écrits de l'entreprise.

La prise en compte du lecteur

- Buts de l'écrit,
- Prépondérance de l'écrit en entreprise,
- Ecrire c'est communiquer,
- Différence avec l'oral,
- Compenser le manque d'interaction avec ses lecteurs : aller à la rencontre de ses lecteurs.

La structure du message

- Importance de la structure logique de l'information,
- Saturation de la mémoire à court terme,
- Règles de structure de l'information,
- Hiérarchiser l'information,
- Etapes de réalisation d'un plan fin et cohérent,
- L'aide d'un plan type,
- Le document : un parcours du global au particulier.

La rédaction simple et concise

- Faire parler les titres,
- L'art de la synthèse,
- Avoir le réflexe « phrases courtes »,
- Alléger le style,
- Employer une formulation directe,
- Expliciter les sigles et abréviations,
- Traduire le jargon.

Participants

- Tout collaborateur d'entreprise ayant à produire des documents administratifs ou techniques (compte-rendus, argumentaires, rapports, etc.).



Formation de formateurs

2 demi-journées non successives

Objectifs

- Acquérir les outils pédagogiques de base permettant de dispenser une formation,
- Éviter les principales erreurs pédagogiques pouvant survenir au cours de l'animation d'une formation,
- Aborder les sessions de formation avec une plus grande confiance en soi.

Le formateur

- Rôle et objectifs du formateur,
- Moyens dont dispose le formateur pour atteindre ses objectifs,
- Grands principes de l'animation d'un groupe,
- Résolution des problèmes fréquents rencontrés en formation (perte d'attention, dispersion, hétérogénéité du groupe, etc.),

L'itinéraire pédagogique

- Séquencement pédagogique d'une formation outil : Concept / Démonstration / Exercice.

Les mots pour le dire

- Utilisation des jargons outil et métier en formation.

Les valises pédagogiques

- Présentation des valises pédagogiques utilisées par les futurs formateurs,
- Conseils pour une utilisation optimale durant les étapes de préparation puis d'animation des sessions.

La mise en pratique

- Mise en situation d'animation sur un ou deux modules (30min). Cette phase implique, en amont, l'appropriation des valises pédagogiques ainsi qu'un travail de préparation des modules animés.

Tour de table

- Recueil des impressions de chacun,
- Mise en avant des points positifs et des points à améliorer.

Participants

- Futurs formateurs.

Pré-requis

Cette formation ne requiert pas de connaissances dans le domaine de la pédagogie.



Imposer son projet...dans un environnement complexe

2 jours

Objectifs

- *Décoder les processus de décision d'un projet (méthode Viatech),*
- *Vendre au mieux son projet aux acteurs concernés (maîtrise d'ouvrage, utilisateurs, directeurs, instances représentatives),*
- *Détecter les forces et éliminer les vulnérabilités du projet.*

Participants

- *Directeurs de projet, chefs de projet, managers.*

Pré-requis

Chaque participant doit être impliqué dans un projet en cours.

L'identification des personnes influentes dans le projet

- Définition des personnes clés : décideur, évaluateur, utilisateur, sponsor, killer,
- Définition de leur rôle.

La qualification de ces personnes

- Degrés d'influence dans les décisions qui concernent le projet,
- Types de réaction face au changement proposé par le projet,
- Niveaux de confiance dans le projet,
- Motivations individuelles qui les poussent à agir,
- Styles de personnalité qui orientent leur comportement.

Les alternatives au projet

- Identification des principales alternatives au projet,
- Avantages et Inconvénients majeurs de chaque alternative.

Les forces et vulnérabilités du projet

- Identification et classement des forces et vulnérabilités (les « Mines ») du projet,
- Détermination (par « brainstorming ») des actions d'élimination des vulnérabilités (« déminer le terrain »),
- Détermination des actions de capitalisation des forces du projet.

Le plan d'action

- Définition et construction d'un plan rationnel d'actions permettant d'accroître la probabilité des succès du projet.



L'entretien, mieux convaincre...pour obtenir un engagement

2 jours

Objectifs

- *Pratiquer les techniques de communication pour mieux convaincre ses interlocuteurs (méthode Viatech),*
- *Reconnaître les signes de résistance de ses interlocuteurs et apprendre à les contourner par des techniques verbales et non verbales.*

Participants

- *Directeurs de projet, chefs de projet, managers.*

L'anticipation des niveaux de résistances de l'interlocuteur

- Méfiance,
- Confusion,
- Doute,
- Indécision,
- Inquiétude.

La maîtrise de la communication

- Pratique des techniques verbales (questionnement, reformulation, écoute active, silence, etc.),
- Traitement des objections,
- Pratique du langage non-verbal (attitude, gestuelle, regard, etc.).

L'identification des attentes réelles de l'interlocuteur

- Questions pertinentes,
- Ecoute empathique.

La structuration de l'entretien en cinq phases successives

- Etablir une relation de qualité : éliminer la méfiance,
- Découvrir les attentes réelles des utilisateurs : éliminer la confusion,
- Présenter le projet en reliant les caractéristiques aux attentes identifiées : rechercher les objections et les traiter,
- Obtenir un engagement de l'interlocuteur : vaincre son indécision,
- Rassurer son interlocuteur sur sa décision : supprimer l'inquiétude.