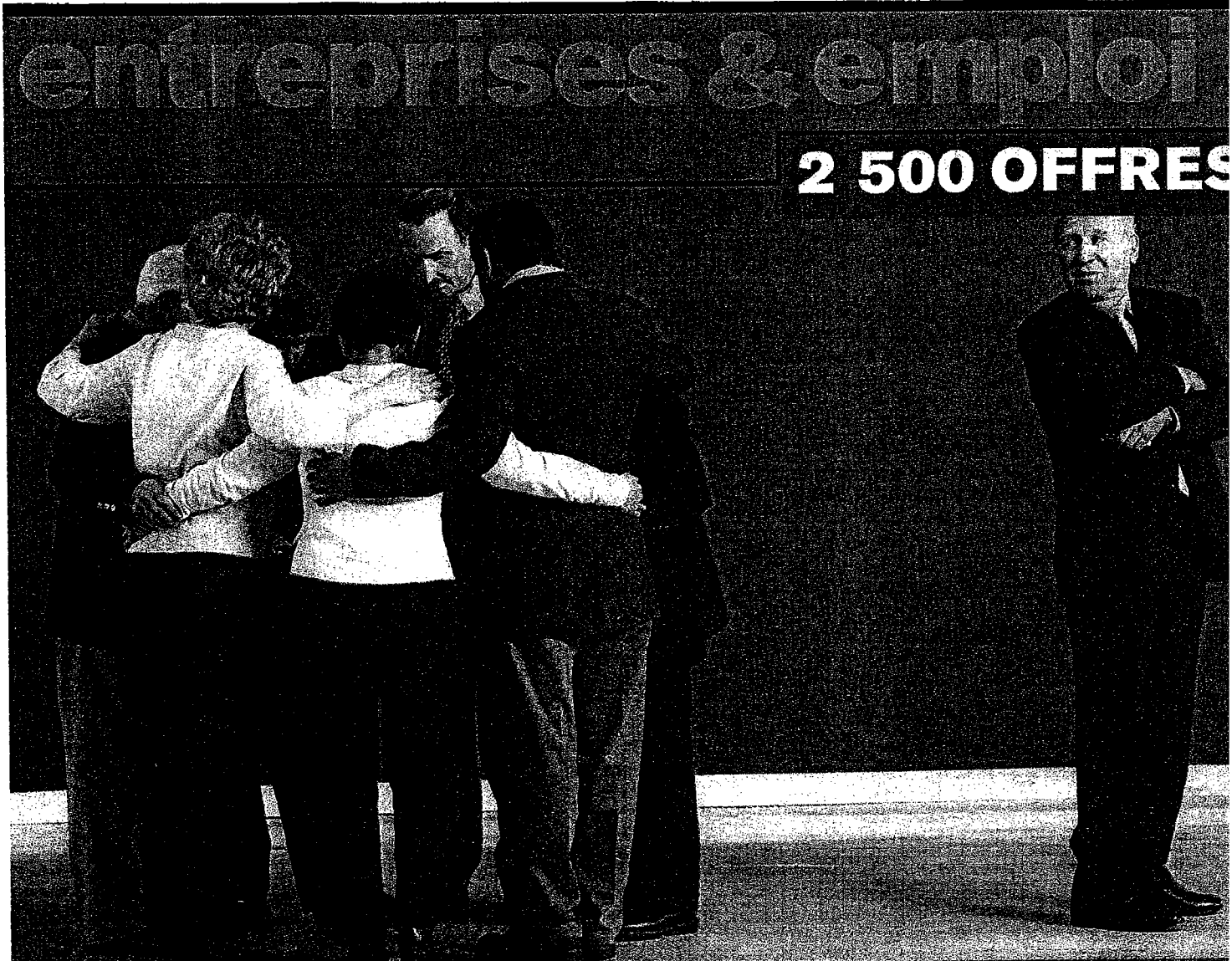


LE FIGARO

« Sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur » Beaumarchais



ENTREPRISES & EMPLOI

2 500 OFFRES

Quand le conflit s'installe

Parfois, les relations entre patrons et salariés tournent à l'affrontement. Mais, en fixant des limites, employeurs comme employés peuvent éviter bon nombre de conflits. En respectant les formes, il est en

effet possible de surmonter les divergences. Les conseils de spécialistes de la communication, coach et DRH pour que les rapports au sein de l'entreprise restent au beau fixe. Pages 6 à 10

Apprendre à correctement formuler ses divergences

De grands patrons s'initient à la gestuelle et aux techniques de discours, pour mieux contrer leurs adversaires. Le pouvoir de dire non, ils l'ont déjà. Cela n'empêche pas pour autant les dirigeants de grands groupes d'apprendre à mettre les formes dans leur refus. Pour cela, ils peuvent compter notamment sur les services de Verbateam. En cinq demi-jour-

nées, cette société de conseil en techniques de communication leur propose d'optimiser leur impact d'orateur. Une formation qui s'appuie beaucoup sur l'image, la voix et la gestuelle pour porter un message. Lorsqu'il s'agit d'aborder les situations conflictuelles (négociation syndicale, interview agressive...), Verbateam a recours à une arme secrète,

vieille de 2 500 ans : la dialectique. Efficace mais très peu enseignée, si ce n'est dans certains syndicats ou partis d'extrême gauche ou d'extrême droite.

Au programme : une douzaine de techniques d'attaque et de parade qui doivent permettre de faire face à la plupart des situations. « La théorie des rôles est essentielle, explique

Jean-Michel Roche le directeur général de la société. *Le dirigeant doit savoir quel rôle il veut jouer et quel rôle on veut lui faire jouer.* » Il souligne que le gagnant est celui qui fixe les règles de la confrontation. Mais la dialectique ne fait pas tout. La maîtrise du regard, le phrasé, les variations de rythme, un visage humain et parfois souriant permettent de

mieux faire passer le message même désagréable. Cependant, il reste encore beaucoup de travail, car les Français seraient culturellement moins bons orateurs que les Américains. Une aubaine pour Verbateam, qui revendique une croissance de 20 % par an compte parmi ses clients L'Oréal, Danone, PPR, Michelin. J.-B.