

Séminaires d'entreprise : quelques erreurs à éviter – 2^{ème} partie

Par Julien Pouget (gérant de JP Associés)



Depuis plusieurs années, j'accompagne des entreprises dans la conception de «temps collectifs» (séminaires de direction, conventions de managers, assemblées générales, universités d'entreprise, etc.). J'ai également l'opportunité, en tant que conférencier, d'intervenir lors de nombreux événements de cette nature.

Cette double casquette m'a permis de relever quelques erreurs fréquemment commises (y compris par moi) dans la conception et

l'animation de ce type d'événements.

Dans [un précédent article](#), nous évoquions les deux premières erreurs relatives à l'agenda et au budget

Erreur n°3 : la prise de pouvoir par la technique

Vous avez une appli pour l'événement ? Des zappettes pour voter ? Des Ipad pour commenter ? Félicitations, il ne vous reste plus qu'à avoir des idées...

Pardonnez l'ironie mais l'ingénierie pédagogique est parfois confondue avec la technique.

Par expérience, le succès d'une séquence repose avant tout sur la capacité des organisateurs à concevoir une pédagogie en adéquation avec les objectifs du séminaire et ses participants. En la matière, le facteur humain prime naturellement sur la technique. Ainsi, dans une séquence de brainstorming, l'exemplarité des dirigeants (bienveillance, ouverture, etc.) est un facteur de succès bien plus important que la beauté de la tablette servant à l'exercice.

A l'inverse, il est toujours triste de constater que certains organisateurs découvrent le jour de l'événement qu'il n'est pas possible de diffuser du son, que le Wifi de l'hôtel est de piètre qualité, qu'il manque des micros, etc. Ma devise en la matière est simple : s'intéresser au maximum à la technique en amont afin de pouvoir s'en désintéresser le jour J.

Erreur n°4 : les (mauvaises) figures imposées

Pour une raison que j'ignore, de nombreuses entreprises se sentent obligées de reproduire un certain nombre de «rites» dans leurs séminaires d'entreprise.

L'exemple type concerne la séquence de lancement au cours de laquelle le script suivant s'enchaîne irrésistiblement : introduction par un cadre dirigeant qui « promet de faire court » mais dépasse son temps de parole et quitte le séminaire immédiatement après son allocution. Il a néanmoins pris le soin de dire à quel point le thème [compléter avec le thème du séminaire] est une priorité pour l'entreprise. Il reviendra en fin de journée conclure des débats auxquels il

n'a pas assisté mais qu'il jugera d'un « très bon niveau » et conclura dans un océan de « y'a qu'a faut qu'on ».

Les participants écoutent passivement, regardent leur téléphone et s'ennuient car ils n'ont pas le sentiment de faire partie du séminaire. Le plus étonnant est que les cadres dirigeants qui réalisent ce type d'introduction s'y ennuiant souvent tout autant. Beaucoup me confessent souvent « en avoir marre » de devoir ouvrir tous les séminaires de leur entreprises.

La valeur ajoutée d'un consultant est ici de repérer ces figures imposées qui lassent et de proposer des alternatives innovantes.

Et vous, quelles sont vos expériences des séminaires d'entreprise ?

Si vous souhaitez un accompagnement pour la conception ou l'animation de votre séminaire, n'hésitez pas à [prendre contact](#)