



FORMATION

LE MANAGEMENT PLURI-GÉNÉRATIONNEL

Référence :

066-315-12

Durée :

3 jours

Dans la plupart des entreprises il n'y a pas que des jeunes, il n'y a pas que des seniors, il n'y a pas que du « middle-âge ». Même si toute généralisation est propice à des erreurs d'appréciation, se poser la question de comment utiliser au mieux les ressources des divers âges représentés dans une entreprise revient à reconnaître que chaque « génération » a une tendance à utiliser des modalités particulières de communication

Ainsi le succès suprême d'une équipe multi générations dépend de la capacité d'un manager à mener et inspirer une équipe pour non seulement *reconnaître*, mais aussi *concilier* ces différences.

Public : tout manager qui souhaite améliorer son management en fonction des trois générations

Pré-requis : aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- **Mieux connaître les générations pour favoriser l'intégration des jeunes et permettre un départ serein des seniors**
- **Développer la cohésion, la synergie et tirer profit de la diversité culturelle et générationnelle**
- **Identifier, repérer et comprendre les attentes, besoins, motivations et modes de fonctionnement des collaborateurs issus des trois générations**
- **Développer les outils nécessaires au management de chaque génération représentée**

Méthodes pédagogiques

Supports de cours sur clé USB

Mises en situation : exercices individuels et en sous-groupes. Auto-diagnostic de ses modalités managériales

Exercices progressifs

Réflexion collégiale sur des études de cas

Attestation de formation





PROGRAMME

I - Identifier les différentes générations

1- Éléments de réflexion liminaire : à quoi renvoie la notion de « génération » dans une structure professionnelle ?

2- Vers une typologie et une reconnaissance des trois strates générationnelles

- La génération « Y », les « jeunes » : leur identité. Accompagner la reconnaissance au pouvoir et au savoir
- La génération « X », « le middle-age » : reconnaître leur expérience et les redynamiser pour permettre un renouveau
- Les seniors : encourager la transmission des savoirs et des transferts de compétences. Aider l'entame d'un changement de vie.

II – Le manager où se situe-t-il et comment doit-il se manifester ?

1. Identifier son propre ancrage générationnel et culturel

2. la nécessaire « décentration » ou empathie du manager

- Les attitudes de Porter selon les interlocuteurs
- Se situer sur des grilles de valeurs antagonistes
- La prise en compte et la gestion des diversités générationnelles au travers de l'Analyse transactionnelle

III – Les moyens de communication à privilégier

1. Questionner

- Pour reconnaître l'expérience
- Pour faciliter l'intégration
- Pour manifester sa capacité d'écoute et d'empathie

2. Chercher à comprendre, construire et se positionner

- Créer un lien intergénérationnel
- Etablir des plans d'action dans le consensus générationnel
- Asseoir son autorité de manière bienveillante

3. Démontrer son engagement

- La manifestation au-delà des générations du potentiel « leader » du manager
- Reconnaître les motivations de chaque génération et agir dessus

III – La nécessaire gestion des tensions & conflits intergénérationnels

1. Le triangle impossible : persécuteur/victime/sauveteur

2. Les stratégies de gestion des tensions/conflits : les outils de médiation

- Les trois règles de la communication en situation de conflits
- Réguler et innover
- Privilégier la communication orale
- Responsabiliser les protagonistes

3. De l'exclusion à la coopération en passant par la cooptation

4. Le consensus gagnant/gagnant plus que la compromission

- Avoir des objectifs prédéfinis en lien avec les « générations » présentes à réconcilier
- Se manifester comme catalyseur et faire partager sa vision
- Faire du conflit un vecteur potentiel d'émulation collective

