

Importance d'une bonne circulation de l'information avec les prescripteurs pour mieux positionner les candidats

Il est compliqué de parler efficacement à des cibles différentes

Retour d'expérience

## Comment parler à différents publics ? MONTARGIS

Le client expose son problème

On a des publics avec différentes problématiques, nationalités, centres d'intérêt

Les publics d'infos collectives sont noyés dans l'info, décrochent, ne comprennent pas tout

On emploie des mots ou des expressions qu'ils ne comprennent pas

c'est infantilisant et stigmatisant pas

on utilise un powerpoint général mais les candidats viennent avec des objectifs différents et des besoins fondamentaux

comment toucher le plus de monde ?

après-midi trop longue avec l'auto-positionnement

Les consultants reformulent "ce que je comprends de ta situation, ce que je comprend de ton besoin" et posent des questions pour clarifier

pourquoi vous recevez tous les publics en même temps ?

car on veut que les candidats aient toute l'information de notre centre

pourquoi les infos collectives ?

il faut que tous les DE aient un service

Combien de formations présentées ?

5 visas + EPP + RAN

Il existe un décalage entre la prescription / orientation BRSA et le format de l'info collective

Le client formule sa demande : "Aidez-moi à..."

personnaliser l'information dans un format collectif

Les consultants font des propositions : « si j'étais dans ta situation, je.... »

j'animerai le début de l'info collective pour créer des groupes selon les besoins

ex : est-ce que vous savez utiliser un ordinateur ? est-ce que vous parlez français ?

je ferai 2 infos collectives dans l'après-midi : RAN / FLE et orientation EPP

je ferai des infos collectives ciblées, spécifiques dans l'après-midi

je ferai que des entretiens individuels pour les Visas

cela facilite les positionnements

Les consultants font des propositions folles, irréalisables avec leur baguette magique

Le client retient 3 propositions

je repartirai des besoins des personnes

je ciblerai plusieurs infos différentes

# Comment parler à différents publics ? MONTARGIS

## 1. Le client expose son problème

- 1.1. On a des publics avec différentes problématiques, nationalités, centres d'intérêt
- 1.2. Les publics d'infos collectives sont noyés dans l'info, décrochent, ne comprennent pas tout
- 1.3. On emploie des mots ou des expressions qu'ils ne comprennent pas
  - 1.3.1. c'est infantilisant et stigmatisant
- 1.4. on utilise un powerpoint général mais les candidats viennent avec des objectifs différents et des besoins fondamentaux
  - 1.4.1. comment toucher le plus de monde ?
- 1.5. après-midi trop longue avec l'auto-positionnement

## 2. Les consultants reformulent "ce que je comprends de ta situation, ce que je comprend de ton besoin" et posent des questions pour clarifier

- 2.1. pourquoi vous recevez tous les publics en même temps ?
  - 2.1.1. car on veut que les candidats aient toute l'information de notre centre
- 2.2. pourquoi les infos collectives ?
  - 2.2.1. il faut que tous les DE aient un service
- 2.3. Combien de formations présentées ?
  - 2.3.1. 5 visas + EPP + RAN
- 2.4. Il existe un décalage entre la prescription / orientation BRSA et le format de l'info collective

## 3. Le client formule sa demande : "Aidez-moi à..."

- 3.1. personnaliser l'information dans un format collectif

## 4. Les consultants font des propositions : « si j'étais dans ta situation, je.... »

- 4.1. j'animerai le début de l'info collective pour créer des groupes selon les besoins
  - 4.1.1. ex : est-ce que vous savez utiliser un ordinateur ? est-ce que vous parlez français ?
- 4.2. je ferai 2 infos collectives dans l'après-midi : RAN / FLE et orientation EPP
- 4.3. je ferai des infos collectives ciblées, spécifiques dans l'après-midi
- 4.4. je ferai que des entretiens individuels pour les Visas
  - 4.4.1. cela facilite les positionnements

## 5. Les consultants font des propositions folles, irréalisables avec leur baguette magique

## 6. Le client retient 3 propositions

- 6.1. je repartirai des besoins des personnes
- 6.2. je ciblerai plusieurs infos différentes

## 7. Retour d'expérience

7.1. Importance d'une bonne circulation de l'information avec les prescripteurs pour mieux positionner les candidats

7.2. Il est compliqué de parler efficacement à des cibles différentes