







Les enjeux de l'accueil des publics difficiles ou en difficultés

Connaître son public, mieux encore, le comprendre permet de tenir compte des particularités de la personne accueillie, de sa situation potentiellement précaire, de sa vie plus ou moins chaotique, dans l'objectif de créer un climat serein et permettre, le cas échéant, de répondre à ses attentes et engager ainsi, un travail d'accompagnement.

A ce titre, il conviendra de distinguer deux notions : les publics en difficultés et les publics difficiles. Cette distinction permettra ainsi d'avoir l'approche adéquate, notamment en termes de compréhension, de communication et de prévention des situations déviantes, pour une meilleure prévention des phénomènes violents notamment...

OBJECTIFS

-  Comprendre et appréhender les situations d'accueil des publics
-  Comprendre le fonctionnement et les représentations des usagers accueillis
-  Adopter un positionnement et une posture professionnelle en adéquation avec les besoins et les demandes du public
-  Appréhender les modes de communication efficaces en toutes situations

PROGRAMME

Analyse de la pratique professionnelle

Proposition de réflexion collective selon l'approche systémique

La notion et l'approche du concept d'accueil

Définition de l'accueil (théorie de DORTIER)

La notion de lien social (théorie de FISCHER)

La notion d'interactions sociales (théorie de SORSANA)

La notion de dimensions : cognitive (MOSCOVICI) et culturelle (LAPLANTINE)

La notion d'accueil et de prise en charge (pré-requis et étapes)

La notion de défi (cognitif, interdisciplinaire, organisationnel, humain et heuristique)

Les caractéristiques des publics accueillis

Précarité, précarisation, pauvreté : différentes définitions pour différentes réalités

La notion de problématiques distinctes

La notion de déterminants communs et de déterminants sociaux

Les facteurs de vulnérabilité et de risque (renoncement et déni)

Les enjeux du positionnement et de la posture professionnelle

Deux axes : image et compétences

Posture et positionnement (théorie et pratique de BOULA)

Connaissance de soi (parasite synthétique et parasite analytique)

La notion de perception et de représentations

Les notions d'une communication efficace

Découverte des outils : reformulation, évaluation, rapport volontaire, pouvoir de synchronisation, notion d'intention et d'attention, etc.

La notion de sens et de valeurs au travers de la relation interculturelle

La notion d'objectifs de communication

La notion de réaction et de pro-action

Le défi des trois types de communication (verbale, non-verbale et para-verbale)

DUREE

2 jours

PUBLIC

Toute personne en contact avec des publics difficiles ou en difficultés, accueillis notamment en CHRS / SAO / SAS / ACI / AI / EI / ETTI...

Pré REQUIS

Aucun

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.

Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

PEDAGOGIE

Nous privilégions l'interactivité
Chaque idée, chaque remarque et chaque situation sont illustrées de manière pratique afin d'être en relation avec les réalités vécues sur le terrain. Nous favorisons les échanges afin de pouvoir partager et débattre des vécus professionnels.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier :
sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris
Intra-muros en France entière
cliquez ici pour consulter sur notre site internet le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

