



# L'empathie

Revenir aux sources du management



# Proposition d'une conférence d'une heure sur « L'empathie »

Comment utiliser l'empathie dans ses pratiques managériales et sa quête d'innovation

Ordre	Séquence	Contenu	Remarques
1	L'empathie, un sujet société sérieux :	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Fondation de la campagne présidentielles de OBAMA</li><li>○ Guerre de l'empathie: Uber contre les taxis</li><li>○ Marketing de l'empathie : la fraise française contre l'Espagne</li><li>○ Bouton de l'empathie sur les réseaux sociaux, etc.</li></ul>	Prendre conscience que l'empathie n'est pas un sujet de psy mais la base du marketing et management moderne
2	Comprendre l'empathie	<ul style="list-style-type: none"><li>○ L'empathie selon la psychologie : De l'affectif au cognitif<ul style="list-style-type: none"><li>● Ne pas confondre avec compassion ou sympathie</li></ul></li><li>○ L'empathie selon les neurosciences<ul style="list-style-type: none"><li>● Sommes nous tous égocentriques ?</li></ul></li><li>○ Les grands mouvements d'empathie actuels : Human library, parent circle, empathie root</li></ul>	Comprendre l'empathie commence par ne pas confondre le sujet avec d'autres notions proches
3	Outrospection	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Identifier les différences avec nos clients et collaborateurs dans l'action</li><li>○ Nous avons tous des valeurs et des cultures différentes<ul style="list-style-type: none"><li>● Les 6 systèmes de valeurs : Lesquels sont les vôtres ?</li><li>● Les 4 curseurs culturels ? Où placez vous les vôtres ?</li></ul></li></ul>	Comprendre nos différences et similitudes avec clients et collaborateurs
4	Empathie dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Comprendre le fonctionnement de certaines startup</li><li>○ Utiliser le Design Thinking</li><li>○ Organiser des voyages expérientiels</li><li>○ Apprendre à utiliser la carte de l'empathie</li></ul>	S'interroger sur l'opportunité de l'empathie dans ses pratiques commerciales et managériales

# Objectifs de l'animation :

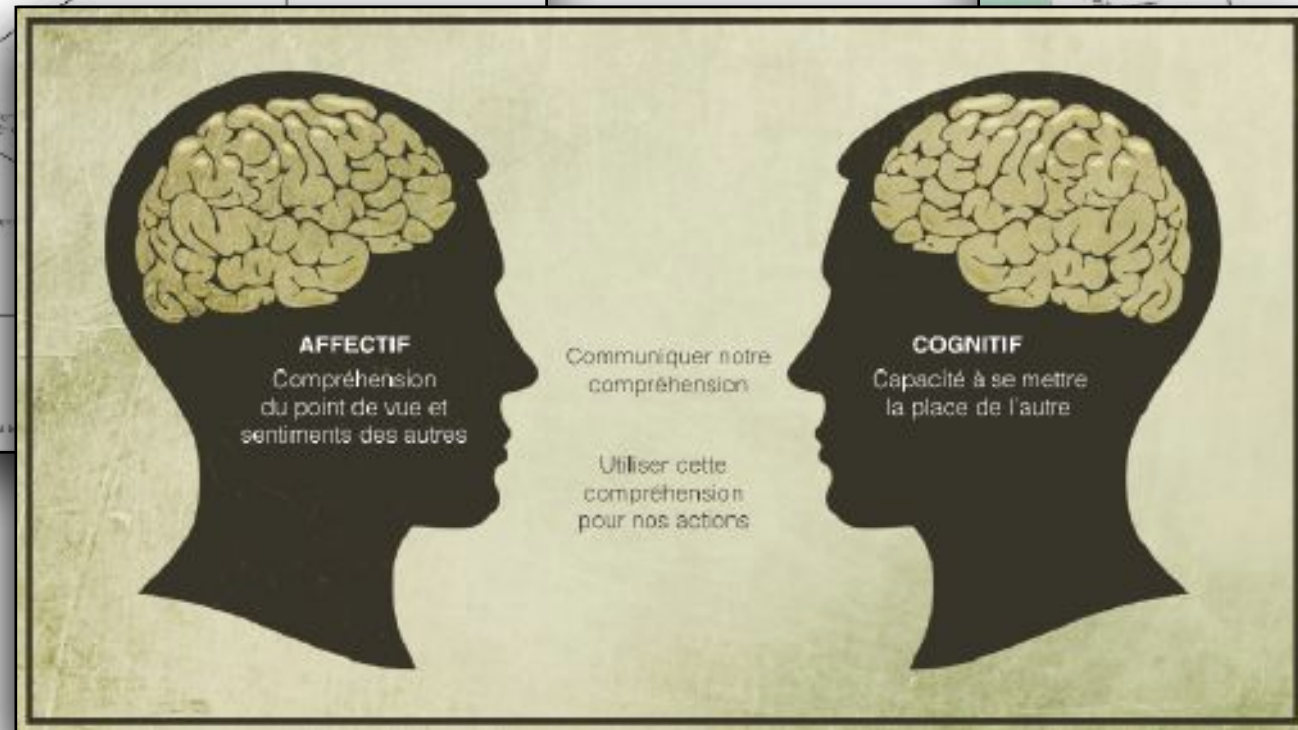
- Prendre conscience de l'importance de l'empathie dans tous les domaines de l'entreprise
- Présenter des exemples d'utilisation de l'empathie en entreprise avec des exemples concrets français et internationaux
- S'interroger sur l'opportunité de réformer certains modes de management et de vente pour être davantage en cohérence avec l'évolution de notre société
- Diagnostiquer son niveau d'intégration des principes de l'empathie dans son entreprise



## Exemples de Slides



<b>Douleurs</b> Quelle sont vos douleurs clients ?	<b>Engagement</b> Quelle sont vos clients faire pour nous ?	<b>Retour</b> Que doit faire le retour de vos clients ?	<b>Gains</b> Quelle sont vos gains ?
<b>Comportements d'entrée</b> Comment les clients se comportent-ils ? Quelle sont les attentes des clients ? Quelle sont les besoins des clients ?	<b>Voyage expérientiel</b> Quelle sont les points de contact des clients ? Comment est le voyage des clients ?		<b>Comportement de sortie</b> Comment les clients se comportent-ils ? Quelle sont les attentes des clients ?
<b>Attentes</b> Quelle sont les attentes des clients ?	<b>Travail à faire</b> Quel problème ou besoin ont-ils ?	<b>Instruction</b> Quelle sont les instructions des clients ?	
	<b>Coût</b> Quelle est le coût pour le client ?		





**Francis Boyer** est spécialiste en innovation managériale.

Son expérience opérationnelle de 20 années à des fonctions de direction en ressources humaines au sein d'entreprises variées lui a permis de vivre et de piloter de nombreux changements dans des environnements complexes.



Fondateur de Dynesens, consultant, formateur, coach et auteur de nombreux articles, il accompagne les entreprises dans la compréhension des évolutions sociétales, l'analyse des impacts sur leurs modes de management et la recherche de solutions adaptées.

Curieux et pragmatique, il développe des approches innovantes centrées sur les nouveaux défis à relever par les entreprises, à savoir comment concilier les besoins des entreprises et des collaborateurs.

C'est ainsi qu'il intervient sur des problématiques récentes, telles que le management de la diversité (cultures, générations, personnalités), le bien-être et le plaisir au travail, la responsabilisation, l'agilité et le management de demain.

**Durée** de 1 h à 3h (option ateliers)

Le contenu de nos conférences est adapté en fonction des besoins de nos clients.

La conférence peut être suivie d'ateliers d'explorations de nouvelles pratiques de management



[francisboyer@innovationmanageriale.com](mailto:francisboyer@innovationmanageriale.com)

06.84.01.01.98