

Sommaire

Remerciements	5
Introduction	11
Chapitre 1 - Taibi Kahler et le modèle Process Com®	13
Taibi Kahler, un observateur humaniste et un créateur inspiré.....	13
Les bases du modèle Process Com®.....	14
La structure de personnalité :	
prendre ou ne pas prendre l'ascenseur.....	16
Décryptage	18
La phase et le changement de phase	20
Chapitre 2 - Les types de personnalité	25
Chloé de base Empathique	26
Chloé enfant de type Empathique.....	26
Chloé adolescente de type Empathique	29
Chloé adulte de type Empathique	31
Caractéristiques du type Empathique tous âges confondus	34
Victor de base Travaillomane	36
Victor, enfant de type Travaillomane.....	36
Victor, adolescent de type Travaillomane	39
Victor, adulte de type Travaillomane.....	41
Caractéristiques du type Travaillomane tous âges confondus....	43
Alice de base Persévérante.....	46
Alice enfant de type Persévérant.....	46
Alice adolescente de type Persévérant	48

FORMER SANS STRESS !

Alice adulte de type Persévérant..... 50
Caractéristiques du type Persévérant tous âges confondus 52
Titouan de base Rêveur 55
Titouan enfant de type Rêveur 55
Titouan adolescent de type Rêveur..... 57
Titouan adulte de type Rêveur 59
Caractéristiques du type Rêveur tous âges confondus 61
Gabrielle de base Rebelle 65
Gabrielle enfant de type Rebelle 65
Gabrielle adolescente de type Rebelle 68
Gabrielle adulte de type Rebelle 70
Caractéristiques du type Rebelle tous âges confondus..... 72
Enzo de base Promoteur..... 75
Enzo enfant de type Promoteur..... 75
Enzo adolescent de type Promoteur 77
Enzo Adulte de type Promoteur 79
Caractéristiques du type Promoteur tous âges confondus..... 81

**Chapitre 3 - Des éléments clés
pour communiquer efficacement 85**
« La perception » ou la façon d’entrer
en contact avec ses interlocuteurs 86
Être sur la même longueur d’onde en utilisant
les canaux de communication et les parties de personnalité 88
 Mais que sont « les parties de personnalités » ?..... 89
 Les « canaux de communication » ou comment communiquer.... 93
Les besoins psychologiques..... 98
 Le besoin de contact - Type Rebelle 98
 Besoin de solitude - Type Rêveur..... 100
 Besoin d’être reconnu en tant que personne
 Besoins sensoriels - Type Empathique 101
 Besoin d’excitation et d’action - Type Promoteur 103
 Besoin d’être reconnu pour son travail
 Besoin de structuration du temps - Type Travaillomane 105
 Besoin d’être reconnu pour ses opinions - Type Persévérant... 107
Synthèse des besoins psychologiques
satisfaits positivement et négativement 108

Chapitre 4 - Et si on parlait de ce qui marche !	113
Les méthodes qui marchent avec les enfants.....	114
La classe de Mariana.....	114
L'école de Trappes	122
MUSE School une école qui utilise le Modèle PCM.....	125
Les méthodes qui marchent avec les adolescents et les jeunes adultes	127
Cours d'histoire-géographie classe de terminale.....	127
Formation en entreprise à de jeunes adultes 20-26 ans	131
SUP'ÉCOLIDAIRE : L'École Supérieure de l'Écologie, la Solidarité et la Citoyenneté.....	133
Les méthodes qui marchent avec les adultes.....	134
Formation « développer son charisme face à un public »	134
Chapitre 5 - Quand le stress monte	145
Une histoire de portable	146
Les positions de vie.....	149
La mécommunication.....	150
Le premier degré de stress ou driver	151
Le scénario	151
La méthode DESC pour gérer Gabrielle lors de l'« histoire du portable »	159
Décrire, Exprimer et laisser s'exprimer, Solution et Conséquences	159
La méthode des trois questions pour gérer le groupe	160
Le deuxième degré de stress ou la cave.....	161
Décodage	165
Les masques du mécanisme d'échec.....	166
Mythes et drivers	168
Le troisième degré de stress ou les oubliettes.....	169
Une classe de neige mémorable	170
Une formation hors norme.....	173
Quiz n° 1 - Participants difficiles	179
Quiz n° 2 - Transformons nos mythes en relations équitables.....	181
Réponses aux quiz	182
Quiz n° 1 - Participants difficiles	182
Quiz n° 2 - Transformons nos mythes en relations équitables	184

Chapitre 6 - Des outils pour animer avec plus de confort.....	185
Savoir dire « non »	186
Cas Béatrice	186
Cas Michaël.....	188
Faire face aux critiques injustifiées	190
Exemple 1	191
Exemple 2.....	191
Exemple 3.....	192
Sortir du triangle dramatique de Karpman	192
Exemple.....	193
Passer du langage réactif au langage proactif	195
Savoir lâcher prise	196
Se relaxer, enlever les tensions, se concentrer	201
Conclusion	205
Bibliographie	207
Éléments sous copyright.....	209
À propos de l’auteur.....	215