

great learning has benefits

GLHB

no.2 | automne __ fall 2014 les avantages d'une excellente formation



À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

nouveau partenariat!

GLHB Group est heureux d'annoncer un nouveau partenariat avec ISTECS - Ecole Supérieure de Commerce & de Marketing.

Avec plus de 50 ans d'expérience en matière de prestation de programmes d'éducation de qualité, reconnue par l'Etat Français, ISTECS propose des cursus de niveau Bachelor's (licence) et Master, plusieurs Executive MBA et de la formation professionnelle. ISTECS entretient également des relations avec plus de 100 partenaires dans le monde. **A partir de l'automne 2014**, nos deux organisations se sont associées pour proposer une série unique de séminaires de qualité conçus spécialement pour des cadres. Enseignés en anglais, ces séminaires sont élaborés sur la base de l'expérience étendue acquise par **GLHB** Group en travaillant en anglais avec des cadres non anglophones. Les thèmes divers traités peuvent aller de "méthodologies créatives" à des "états financiers en VO". **Nous invitons les cadres** à consulter notre sélection à <http://www.istec.fr/formation-continue.html> et à s'inscrire auprès d'ISTEC. Pour des renseignements supplémentaires, veuillez contacter **GLHB** Group ou Mr Yannick ROUSSEL, Directeur des Relations Entreprises à l'ISTEC en composant le 01 40 40 20 30.

new partnership!

GLHB Group is pleased to announce a new partnership with ISTECS - Ecole Supérieure de Commerce et de Marketing.

With over 50 years of experience in delivering high quality educational programs, ISTECS offers bachelors and masters level programs, several Executive MBAs, and professional training. Additionally, ISTECS has relationships with over 100 global partners. **Starting in Fall 2014**, the two organizations have joined forces to offer a series of unique high-level focused seminars for busy executives. Taught in English, the seminars are developed from **GLHB** Group's extensive experience working in English with non-native English speaking executives. The topics are varied and can range from "Creative Methodologies" to "Financial Statements in VO". **Executives are welcome** to review the selection at <http://www.istec.fr/formation-continue.html> and to register through ISTECS. Additional information is available from **GLHB** Group or Mr Yannick ROUSSEL, ISTECS's Director of Corporate Relations at 01 40 40 20 30.

HIGH-CONTENT, HIGH-LEVEL • FOCUSED • CRÉATIF • CIBLÉ • EFFICACE • INNOVATIVE • CREATIVE • À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

GLHB

no.2 | automne __ fall 2014



ALICE CRAVEN

soyez sympa. rembobinez.

Soyez sympa. Rembobinez : le recours habile au langage cinématographique peut donner du brio dans divers contextes professionnels et l'emporte souvent sur le jargon monocorde du management.

Ce cours montre comment des films et séries télévisées ont inondé le milieu professionnel, en ayant progressivement une influence indéniable sur la définition du leadership dans la culture d'entreprise. Les participants apprennent à utiliser le langage et la gestuelle cinématographiques de manière créative permettant d'améliorer la maîtrise de réunions d'ampleurs diverses. Nos clients peuvent rejouer leurs pires scénarios de réunion pour en faire des "blockbuster"... **CONCEPTRICE DE PROGRAMMES PRIMÉS, FORMATRICE ET ADMINISTRATRICE, ALICE CRAVEN EST TITULAIRE D'UN DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE NEW YORK.**

be kind. rewind.

Be Kind. Rewind: masterful use of film language can deliver a punch in varied professional contexts and often trumps the flatness of management "speak".

Taught by a film professional, this course offers participants innovative ways to use film language and gestures to manage large, often contentious group meetings. The course shows how film and TV series (which have captivated global audiences) have equally inundated international professional environments. More and more, these media have defined what constitutes leadership in corporate culture. Successful control in large meetings and in small team projects can be vastly improved through mastering the skills taught in this course. Clients can re-play their worst meeting scenarios and edit for success. **ALICE CRAVEN IS AN AWARD-WINNING PROGRAM DESIGNER, EDUCATOR, AND ADMINISTRATOR WHO HOLDS A PHD FROM NEW YORK UNIVERSITY.**



Témoignage __ cadre dirigeant
"Alice Craven m'a permis de confirmer et de développer mon style de management à travers des séquences cinématographiques liées à des exemples très concrets de la vie professionnelle. Cette approche riche et ludique permet de faire facilement une analyse factuelle de comportement à éviter ou à reproduire dans notre travail quotidien. L'adaptabilité de l'équipe GLHB Group a permis la personnalisation des séquences aux situations que j'ai rencontrées ou auxquelles j'allais être confronté dans mes nouvelles fonctions de direction. L'efficacité de ces séances par rapport à un cours théorique est tout à fait surprenante et la meilleure façon de la comprendre est de la vivre. Je recommanderai à tout cadre cette formation moderne dédiée aux relations humaines dans le contexte professionnel."



Testimonial __ senior manager
"In this course Alice Craven allowed me to identify and develop my management style by using a selection of cinema clips with realistic examples of professional situations. The approach was rich and amusing all while showing me how to rationally analyze behavior: what to use and what to avoid in various professional situations. The GLHB team adapted the films and clips to contexts I have encountered or will encounter in my new position. This fresh and innovative workshop was amazingly effective compared to a traditional course. It dealt with a wide range of relationships in a professional context and I highly recommend it to managers of all levels."

GLHB

no.2 | automne __ fall 2014



focus & discussion avec . with Louise Holloway

Pourriez-vous nous faire une brève présentation du concours Solar Decathlon (décathlon solaire)?

Il s'agit d'un concours universitaire de deux ans où des architectes et des ingénieurs se réunissent pour imaginer, concevoir, développer, construire et mettre en œuvre une maison solaire à zéro consommation d'énergie, à l'échelle réelle. Une vingtaine d'équipes universitaires des quatre coins du monde concourent dans une compétition qui pourrait être considérée comme la Coupe de l'America des concours architecturaux!

Quel était votre rôle? Je servais de filtre hybride interne en matière de communication et de tonalité. J'ai piloté l'épreuve du concours relative à la Communication et à la Conscience Sociale (l'une des dix épreuves) et son jury, en conseillant les équipes sur leurs stratégies de communication. J'ai lancé la série Speed Peer Review (examen collégial accéléré), un nouveau composant du concours Solar Decathlon, où les équipes présentent en direct & sur le web des versions synthétiques interactives de leur projet. Et j'ai été également Directeur de Création pour les cérémonies de remise des prix et de clôture.

En effet, vous avez adossé de multiples rôles! Lequel était le plus difficile?

Le plus grand défi était de souligner l'importance de stratégies et d'actions de communication puissantes et concises à des architectes et ingénieurs de hauts niveaux. Ils devaient apprendre à valoriser pleinement une communication ciblée autant que les aspects techniques d'un projet de construction.

Quelles leçons clés ont été retenues par les étudiants?

Ils ont été évalués et notés par les jurys. Mais aussi important, ils ont acquis une réelle expérience puissante et transformatrice, des relations riches, des partenaires pour la vie, un projet professionnel concrétisé et un témoignage de leur expertise technique.

Quelles expériences pourriez-vous intégrer dans votre travail avec des dirigeants?

Je travaille avec des clients pour les aider à synthétiser leurs messages afin de les clarifier et les rendre plus engageants. Pour cela, j'utilise des méthodologies spécifiques, créatives, même ludiques.

Quelle est la réelle importance d'une bonne communication interne à la réussite d'un projet?

Elle est critique, parce qu'indépendamment de l'ampleur et de la portée d'un projet, les équipes doivent toujours accorder leurs violons. Il faut donc porter attention aux détails et au ton employé, comprendre que la rédaction d'un message professionnel est primordiale à l'interprétation des actions de communication visuelle.

Quels conseils supplémentaires pourriez-vous offrir aux responsables de projets?

Je préconise de devenir une 'passerelle' en travaillant étroitement avec des partenaires tout le long du processus créatif afin de partager un lexique commun pour permettre la réalisation de solutions personnalisées.



Can you describe the Solar Decathlon competition?

It's a two-year long international university competition where architects and engineers come together to imagine, design, develop, build, and operate a full-scale zero-energy balance solar house. Twenty university teams from around the world compete in what could be considered the America's Cup of architectural competitions!

And what was your role?

I was a hybrid in-house filter for message and tone. I managed the Communication and Social Awareness contest (1 of 10) and Jury, advising teams on their brand and communications strategies. I initiated a new component for the Solar Decathlon, the Speed Peer Review Series, in which teams presented streamlined live and interactive web-based versions of their projects. Oh, and I was Creative Director for the awards and closing ceremonies.

Wow, it sounds like you wore a lot of hats! Which was the most challenging?

The biggest challenge was raising awareness of high-level architects and engineers to the urgency of strong, tight communications strategies and actions. They needed to appreciate fully that the value of specific communications is as important as the technical aspects of a building project.

What were the most important take-aways for the students?

They were evaluated and rated; most importantly, they came away with a life-changing experience, a rich list of contacts - project partners for life, a tangible professional project that came to fruition, and a clear testament to technical expertise.

What experience can you incorporate into your work with executives?

I work with clients on the synthesis of their messages so that these are absolutely clear, and in an engaging way... I use specific creative, even playful, methodologies to do that.

So, how important IS good internal communication for the success of a project? It is crucial because regardless of the magnitude and scope of a project, teams need to sing the same mantra.

What further advice can you give project managers? I would ask them to become a 'bridge', to build partnerships and collaborate through the creative process in order to share a common lexicon for delivering site-specific solutions.



LOUISE HOLLOWAY __
AWARD-WINNING DESIGNER,
PROFESSOR AND CREATIVE DIRECTOR.
BA NSCAD UNIVERSITY / MA ATELIER NATIONAL
DE RECHERCHE TYPOGRAPHIQUE.

GLHB

no.2 | automne __ fall 2014

compétences d'influences

L'influence, par opposition à l'autorité, comme outil pour obtenir le consensus.

Avez-vous besoin de mobiliser des interlocuteurs pour qu'ils changent d'avis, d'attitude ou de comportement ? Avez-vous essayé d'influencer quelqu'un, sans succès ? Devez-vous convaincre des collègues à mettre leurs intérêts personnels de côté, à accepter votre position afin de trouver un accord ?

Dans l'environnement professionnel d'aujourd'hui, on met moins l'accent sur le fait de donner des ordres et investit plus d'énergie pour obtenir le consensus. Dans ce contexte, les capacités de persuasion et d'influence sont devenues des compétences primordiales pour réussir. Le Groupe **GLHB** organise actuellement un nouvel atelier puissant piloté par Delphine Parmenter pour vous aider à développer des stratégies et des techniques essentielles et à les appliquer pour orienter efficacement vos collègues vers des solutions partagées à un problème. Vous développerez votre capacité de persuasion au travail par :

- l'identification du style social de votre interlocuteur
- la maîtrise de techniques de communication permettant d'établir des liens plus efficaces avec vos interlocuteurs
- le cadrage de l'information de manière favorable à vos intérêts
- l'utilisation des principes de la psychologie d'influence pour obtenir l'adhésion de vos interlocuteurs plus facilement

Les participants composeront leur propre boîte d'outils d'influence (Persuasion Toolkit) avec des outils d'apprentissage expérientiel, des vidéos et des jeux de rôle. **FORMATRICE PROFESSIONNELLE À L'INTERNATIONALE,**

DELPHINE PARMENTER TRAVAILLE DEPUIS PLUS DE 20 ANS SUR DES PROGRAMMES DE FORMATION POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT STRATÉGIQUE ET L'AMÉLIORATION DES PERFORMANCES DES ENTREPRISES. ELLE EST TITULAIRE D'UN BS EN ÉCONOMIE DE L'UNIVERSITÉ DE CALIFORNIE À SAN DIEGO ET D'UN MBA DE SCIENCES PO PARIS.



DELPHINE PARMENTER

persuasion skills

Using influence, not authority, to build consensus.

Do you need to motivate people to change their minds, attitudes and behaviors? Have you tried to influence someone and failed? Do you need to convince colleagues to set aside personal interests, buy into your position, and reach agreement?

Today's workplace requires less emphasis on giving orders and more energy devoted to building consensus. Personal persuasiveness and the ability to influence effectively have become critical skills for success. **GLHB Group is launching** another impactful workshop led by Delphine Parmenter that will help you to develop essential strategies and techniques and to use them to lead your colleagues to shared solutions to a problem. You will become more persuasive at work by:

- identifying the social style of the person in front of you
- mastering communication techniques to connect more powerfully with people
- framing information in a way that is favorable to your cause
- making it easier for others to agree with you by using psychological principles of influence.

Participants will build their own Persuasion Toolkit with experiential learning tools, videos, and role-playing. **DELPHINE PARMENTER IS AN INTERNATIONALLY EXPERIENCED CORPORATE EDUCATOR WHO DELIVERS BUSINESS EDUCATION TO SUPPORT STRATEGIC CHANGE AND PERFORMANCE. SHE HOLDS A BACHELOR'S DEGREE IN ECONOMICS FROM THE UNIVERSITY OF CALIFORNIA, SAN DIEGO, AND AN MBA FROM SCIENCES PO IN PARIS.**

CONTACT INFORMATION

Gail Hamilton +33 (0)6 43 62 58 96

gailhamilton87@gmail.com

GLHB Group S.A.S. au capital de 2000 €

2 villa Damrémont 75018 Paris France

SIRET 75006801700011

R.C.S. Paris B 750 068 017