

Préférences

Publication de liaison de Hermann International Europe - N° 16

> UTILISER LES STYLES DE PENSÉES ET LES PRÉFÉRENCES CÉRÉBRALES POUR OPTIMISER LES APPRENTISSAGES

Ann Herrmann-Nehdi, Présidente de Hermann International

Résumé

Avec tout ce que nous savons sur le cerveau, notre comportement et nos modes d'apprentissage, nous devons partir de l'idée qu'il existe des différences entre les apprenants. Notre connaissance du cerveau et de ses spécificités intrinsèques nous enseigne que chaque individu est un apprenant unique, avec des expériences, des préférences et des évitements qui lui sont propres. Les programmes de formation doivent donc, d'une façon ou d'une autre, tenir compte de l'unicité de chaque apprenant et intégrer explicitement l'idée qu'il existe des similitudes et des différences entre les individus. En conséquence, l'apprentissage n'est plus unidimensionnel, mais englobe la notion d'intelligences multiples, comme le montrent les travaux d'Howard Gardner (1993). Le thème de la formation doit donc être compris par tous les participants, et pas uniquement par ceux qui correspondent au concept pédagogique, au message et au style ou mode d'enseignement.

Supposons un apprenant qui, du fait du style d'apprentissage qui lui est propre et qui résulte de ses préférences céré-

brales, privilégie un programme très structuré, donnant des instructions pas à pas et prévoyant des exercices pratiques. Si cet individu suit un cours dispensé par un formateur principalement axé sur la découverte empirique et qui déteste profondément les approches pas à pas, notre apprenant sera vite désespéré, car il ne parviendra plus "à suivre" et finira par ne plus assister au cours. Avez-vous déjà connu une telle situation ? L'expérience acquise avec des milliers d'apprenants lors d'ateliers et de cours nous permet d'affirmer que lorsque ces différences sont rendues visibles et reconnues par l'enseignant (ou le formateur) et le concepteur du programme, et qu'une approche à cerveau total est mise en œuvre, celle-ci se révèle extrêmement bénéfique non seulement pour l'apprenant, mais aussi pour l'ensemble du groupe. Le concept de l'enseignement et de l'apprentissage à "Cerveau Total®" repose sur la façon dont sont distribués les différents modes à l'intérieur du cerveau. Le modèle métaphorique, développé à partir des premières recherches sur les électro-encéphalogrammes chez General Electric, comporte quatre quadrants distincts (comme la plupart des modèles d'apprentissage qui existent aujourd'hui). Chacun de ces quadrants est différent mais d'importance équivalente.

Dans le modèle à Cerveau Total® (figure 10-3), les deux quadrants de gauche

(A et B) sont spécialisés dans les processus cognitifs logiques et déductifs spécifiques au "cerveau gauche". Le quadrant A (en haut à gauche) se caractérise par un processus d'apprentissage logique, analytique, quantitatif et factuel. Le quadrant B (en bas à gauche) suit lui un processus planifié, organisé, détaillé et séquentiel. En revanche, les deux quadrants de droite (C et D) correspondent aux processus cognitifs intuitifs et globaux spécifiques au "cerveau droit". Le quadrant D (en haut à droite) suit un mode synthétique, intégrant, global et intuitif. Le quadrant C (en bas à droite), quant à lui, a un fonctionnement interpersonnel, émotif, kinesthésique et sentimental. En outre, les quadrants supérieurs (A et D) sont associés à des modes plus cognitifs, plus intellectuels, tandis que les quadrants inférieurs (B et C) sont davantage liés à des modes instinctifs et émotionnels.

SOMMAIRE

- P. 1 Innovation et Pensée stratégique :
P. 2+3 les compétences à venir
P. 4 Neuro-Books, Neuro-Formation
Neuro-Tools, Neuro-Planning,
Neuro-News.

PRÉFÉRENCES

102, Boulevard Franklin Roosevelt
92566 Rueil Malmaison Cedex - France
Tel. 33 (0) 1 47 51 31 15 - Fax 33 (0) 1 47 51 33 28
http://www.herrmann-europe.com
E-mail: herrmann@herrmann-france.com
Responsable de la publication: Lionel Vuillemin
Secrétaire de rédaction: Patricia Perret
Layout: Christian Westman
ISSN 1268-2934

Modèle à Cerveau Total

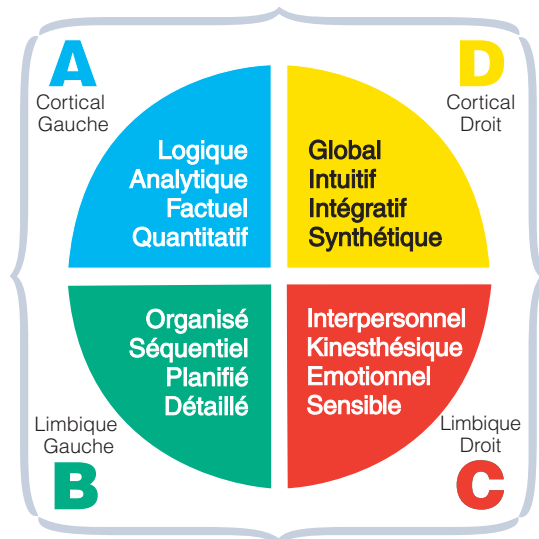


Schéma 10-3

Considérons que ces quadrants représentent chacun un individu différent en train d'apprendre à utiliser un ordinateur, un PDA ou tout autre dispositif mobile et imaginez quelle sera l'approche de chacun. L'individu A se délectera des côtés techniques, sera très à l'aise avec les aspects mécaniques et abordera le problème avec logique. L'individu B, quant à lui, sera prêt et organisé, s'attendant à ce qu'un processus suive différentes étapes : mise en route de la machine, utilisation de l'assistant d'installation, etc. L'individu C se dira qu'il va bien s'amuser avec cette nouvelle machine, qu'il pourra contacter ses amis et parlera souvent tout haut pendant le processus qu'il préférera partager avec d'autres. L'individu D explorera toutes les fonctionnalités amusantes, les essaiera spontanément sans se soucier outre mesure des procédures ou des instructions d'installation sur lesquelles il reviendra plus tard. Qui-conque essaie de former ces quatre personnes au maniement de cet appareil préférerait certainement n'avoir à expliquer les choses qu'à l'une ou à l'autre plutôt qu'à toutes. Heureusement, notre cerveau n'est pas limité à un seul quadrant. Il est en quelque sorte "lié à l'ensemble". Chacun d'entre nous possède plus ou moins chacun des quatre caractères possibles.

En effet, nous sommes tous dotés des connexions qui permettent une interaction directe entre ces zones spécialisées, ce qui nous donne la faculté d'apprendre. L'apprentissage suscite une interaction entre ces connexions, ce qui explique le sentiment de gêne que nous ressentons lorsque nous ne savons pas. J'invite les participants à essayer d'écrire leur nom avec leur main non dominante. Que ressentent-ils ? Ils parlent souvent d'inconfort, de fatigue, de manque d'exercice, de découragement, etc. Voilà ce qui se passe lorsque l'on engage son cerveau dans un domaine différent et inhabituel. Est-ce que cette gêne doit pour autant nous faire renoncer à poursuivre ? Absolument pas, mais il faut trouver le bon équilibre pour ne pas tomber dans l'ennui ou l'angoisse. Cet équilibre nous procure l'énergie nécessaire pour établir de nouvelles connexions neuronales. Avec de la motivation, de la préparation, du temps et de l'entraînement, de nouvelles connexions se formeront et on s'écriera "eureka !" : on éprouvera enfin ce sentiment (dont il a été démontré qu'il s'agissait d'une réaction chimique dans le cerveau) de connaissance approfondie de soi et d'aboutissement. Il est impératif de ne pas "se plier" au style des différents apprenants, mais de relever le défi de leur diversité, d'apprendre les différents langages qu'ils comprennent et de concevoir une expérience multimodale à cerveau total. Tous les apprenants obtiendront ainsi ce dont ils ont besoin en allant le chercher dans des modes cognitifs moins faciles d'accès, mais qui existent dans leur cerveau.

De l'influence de l'âge

Depuis quelques années, de nombreux ouvrages sont publiés sur les différences entre les générations. Lorsque l'on conçoit un enseignement, il conviendra de tenir compte des tranches d'âge auxquelles on va s'adresser.

Les conseils suivants, par tranches d'âge, peuvent vous être utiles :

Seniors (nés entre 1922 et 1945)

- Donner des instructions détaillées
- Utiliser un langage clair et non émotif

Utiliser des informations organisées et factuelles

Baby boomers (nés entre 1945 et 1965)

- Leur expliquer comment se distinguer des autres
- Se concentrer sur l'avenir et les défis à relever
- Leur présenter des options
- Les aider à apprendre
- Essayer de bâtir un consensus

Génération X (née entre 1965 et 1980)

- Présenter régulièrement des informations
- Être direct, mais utiliser un style informel
- Faire preuve de flexibilité

Millénaires (nés entre 1980 et 2000)

- Donner des instructions claires et tout expliquer
- Discuter des conséquences
- Recourir à l'humour
- Obtenir et donner un retour

Employer des verbes d'action et mettre les apprenants à l'épreuve à chaque occasion

Rôle du mode cognitif dans l'apprentissage

Nous lisons environ 200 à 250 mots par minute, mais pensons à une vitesse estimée à 350-500 mots par minute, et parlons à un débit de 125 mots par minute en moyenne. Avec une telle configuration, nos apprenants risquent de "décoller" à n'importe quel moment. De plus, des recherches montrent que la population des apprenants est constituée d'individus très différents. Les travaux de Ned Herrmann ont montré

contenu lui-même, ou les préférences du concepteur du programme, ou encore les deux. Comment sont conçus vos programmes ? Dans quels quadrants se trouvent vos apprenants ? La figure 10-4 vous aidera à le déterminer.

Styles d'apprentissages préférés

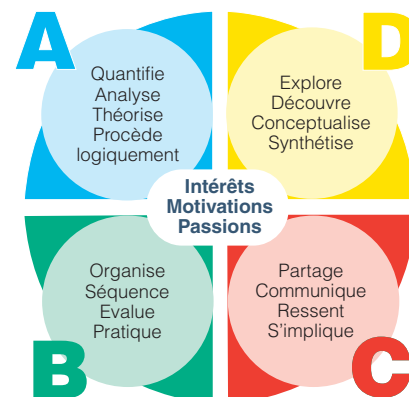


Schéma 10-4

Il convient également de considérer vos étudiants comme des êtres intelligents. Nous possédons tous une forme d'intelligence différente. N'avez-vous jamais rencontré quelqu'un d'extrêmement malhabile dans les contacts humains mais brillant en arithmétique ? Quelqu'un d'excellent dans les détails mais incapable d'innovation ? En réalité, il existe diverses formes d'Intelligence.

Pédagogie à Cerveau Total®

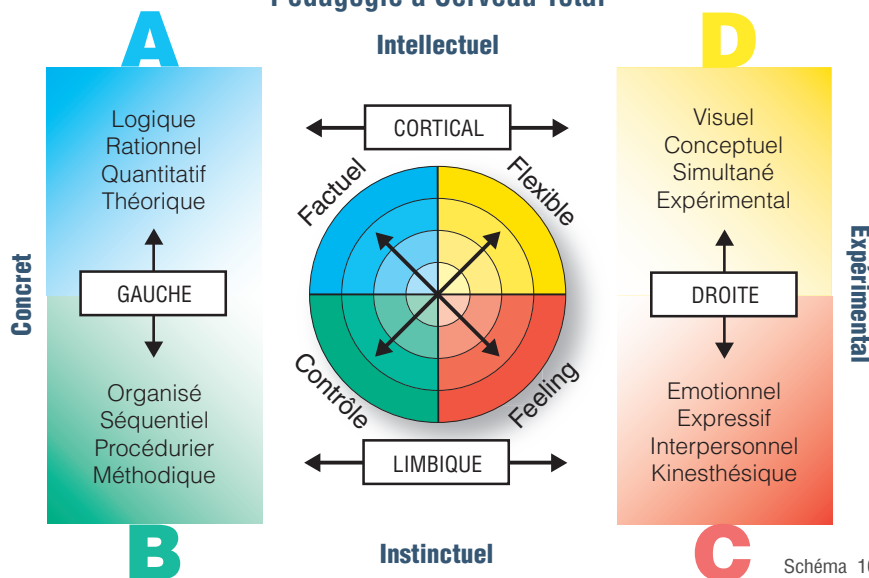


Schéma 10-5

que la population mondiale, prise dans son ensemble, se répartit de manière égale dans les quatre quadrants. Ils nous apprennent également que la plupart des individus n'ont pas une préférence unique et que chacun a accès aux quatre modes. En effet, à peine 7 % de la population mondiale étudiée développe une monodominance. Les profils quadridominants, c'est-à-dire présentant une préférence forte sur les quatre quadrants, représentent moins de 3 %. Et les 90 % restants ont développé des préférences sur deux ou trois quadrants. Nous devons tenir compte de ces différences.

Cependant, la plupart des programmes d'enseignement reflètent l'inclinaison cognitive du

Vous vous souvenez combien il est désagréable de se retrouver dans une séance de formation qui n'est pas faite pour vous ? C'est assez pénible, et dans le monde actuel, les apprenants n'ont plus la patience ni la tolérance pour supporter de telles situations et sont prompts à laisser tomber. Prenez quelques minutes pour réfléchir à la manière de proposer un concept et une méthode didactiques plus efficaces aux apprenants qui ne sont pas faits pour votre méthode d'enseignement.

Commencez par examiner les programmes que vous proposez et choisissez-en un que vous trouvez vraiment bien : à quels profils plaira-t-il le plus ?

Reportez-vous ensuite à la figure 10-6 pour trouver comment étendre votre programme de manière à y inclure davantage de profils. Réfléchissez alors aux ressources qui sont à votre disposition, à vos collègues et autres professionnels susceptibles de renforcer votre capacité à mieux toucher ces apprenants. Quels sont les ressources, les personnes, les outils et les activités auxquels vous pouvez recourir pour améliorer l'efficacité globale de vos formations ?

Qu'en est-il du e-learning ?

On pourrait consacrer un chapitre entier à ce qu'il faut savoir sur l'apprenant dans les programmes et les sessions d'e-learning. Les apprenants peuvent facilement abandonner un programme qui ne fait pas travailler leur cerveau. Le point positif, c'est que de plus en plus de programmes d'e-learning sont aujourd'hui intégrés à une solution proposant des options multiples aux apprenants.

Il importe de tenir compte des difficultés que peuvent entraîner les différences entre apprenants en termes de profil, d'habitudes et de préférence de support pédagogique, qui varient en fonction de la génération à laquelle ils appartiennent. Ainsi, les seniors (nés entre 1922 et 1945) sont préoccupés par les problèmes de fraude et de sécurité et redoutent les applications trop techniques. Les baby-boomers (nés entre 1945 et 1965) peuvent préférer les modes d'apprentissage traditionnels, mais sont souvent ouverts aux approches fondées sur les technologies une fois qu'ils y sont familiarisés. Les membres de la Génération X (nés entre 1965 et 1980) sont habitués à utiliser un large éventail de médias et enfin les Millénaires, ou membres de la Génération Y (nés entre 1980 et 2000), préfèrent collaborer avec un vaste groupe et s'attendent à se voir présenter des produits sur support électronique.

Les années qui viennent seront riches en enseignements concernant le cerveau et l'e-learning. Quatre éléments importants vous permettront de renforcer l'efficacité de vos programmes d'e-learning :

La mémoire de l'être humain est alimentée par deux sources : il faut prêter attention à la fois aux éléments visuels et auditifs, mais sans exagérer. Seuls les graphiques véritablement pertinents et illustratifs ont un impact. Pour en maximiser l'effet, il convient d'intégrer textes et graphiques et de les placer côte à côte.

Servez-vous d'exemples tirés de la vie professionnelle comme d'un "hameçon" qui va remonter une information du fond de la mémoire à long terme des situations professionnelles. Remplacer le savoir dans un contexte lui permettra de se fixer mentalement.

On apprend mieux lorsqu'il y a un défi à relever. Pour favoriser la mémorisation et la motivation, il faut impérativement solliciter les émotions des apprenants.

Le tout vaut plus que la somme des parties

Notre expérience ainsi que les données disponibles prouvent que les différents concepts et méthodes pédagogiques améliorent et facilitent l'apprentissage en sollicitant chacun des quatre quadrants spécialisés. Vous devez donc proposer de multiples options aux apprenants. Néanmoins, il convient d'éviter de submerger l'apprenant sous une avalanche de modalités qui convergent toutes au même moment. Nos préférences définissent notre mode de fonctionnement par défaut, mais nous "naviguons" à travers le modèle lorsque nous apprenons, afin de tirer parti de l'ensemble des processus à notre disposition.

Cette tapisserie permet de faire des allers et retours entre les techniques et les activités correspondant à chacun des quatre quadrants. Il convient de paraphraser chaque point critique dans chaque mode à un moment ou à un autre du processus d'apprentissage. Si votre programme et votre méthode pédagogiques tiennent compte de la manière dont l'information est traitée par chaque partie du cerveau, les participants qui affichent des préférences et des intérêts différents pourront apprendre efficacement et de manière cohérente. Que vous élaboriez un cours sur un aspect précis, un module, un atelier ou une formation complète, veillez à vous adresser aux apprenants selon tous les profils qu'ils peuvent présenter.

Cette méthode peut également aider les membres de l'organisation, qui ne sont pas des professionnels de la formation ou de l'apprentissage, à trouver un meilleur écho auprès de leurs collègues et de leurs associés lorsqu'ils déploient une initiative qui vise à résoudre un problème à l'échelle de l'organisation. Alors qu'elle intervenait chez un grand constructeur informatique, une consultante "Herrmann" a utilisé cette approche lors de la mise en place d'un nouveau système de gestion des performances par les responsables d'un centre d'appels. Avec un investissement minime, ces responsables ont pu faire passer leur message beaucoup plus efficacement et les changements qu'ils ont proposés se sont heurtés à bien moins de résistance. De son côté, un autre consultant, chez Bendigo Bank, en Australie, a suivi cette approche pour concevoir l'intégralité du programme de formation de l'établissement et a enregistré des résultats très positifs. Comment utiliser au mieux nos connaissances à propos du cerveau et de nos profils ?

Reconnaître les conséquences de nos préférences sur notre manière de penser, d'apprendre et d'enseigner. Comprendre que les apprenants forment une catégorie aux modes de pensée et d'apprentissage très hétérogènes. Enseigner de manière à intéresser des cerveaux spécialisés et divers, et être à la hauteur du caractère unique du cerveau de chaque apprenant en s'adressant à chacun d'entre eux dans des langages multiples. Ne pas oublier que l'environnement et la méthode d'apprentissage ne doivent jamais éroder la motivation de l'apprenant ni tempérer sa passion pour le sujet étudié.

Il est prouvé que les styles d'apprentissage et les théories de l'enseignement et de l'apprentissage fondées sur le cerveau améliorent l'efficacité de l'apprentissage si les conditions favorables sont réunies. Il ne faut jamais que les apprenants aient le sentiment d'être piégés dans un style ou une approche ou rangés dans une case.

Nous savons que le cerveau peut et va changer. Pour optimiser les résultats, il ne faut pas hésiter à solliciter tous les quadrants. C'est la clé du succès !

Stratégies d'apprentissage

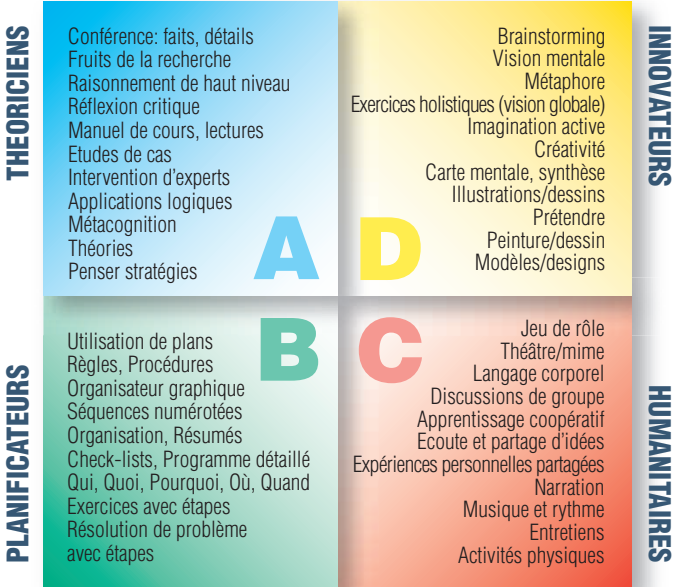


Schéma 10-6

Lorsqu'on conçoit un programme, il est essentiel de tenir compte du caractère unique du groupe d'apprenants, qu'il s'agisse de proposer des cours en présentiel, un accompagnement, de l'e-learning, une solution mixte ou tout autre format. Il est néanmoins possible d'affiner la conception des programmes pour répondre à ces besoins spécifiques. Dans la plupart des cas, vous n'aurez accès à aucune information concernant les apprenants, et au mieux vous pourrez vous fier à votre intuition, à moins d'utiliser un outil d'évaluation. L'approche la plus fructueuse pour votre concept pédagogique consiste à créer une expérience à Cerveau Total® à l'intention du groupe d'apprenants. Les meilleurs sites Web sont souvent ceux qui mettent en œuvre différentes approches d'apprentissage de manière très élégante, sans submerger l'utilisateur. J'ai l'habitude de comparer un programme d'apprentissage bien conçu à une tapisserie entremêlant toutes ces modalités afin de permettre aux apprenants :

- ◆ de comprendre comment ils apprennent,
- ◆ de prévoir ce qui vient et de se mettre en condition (même si ce n'est pas forcément dans leur mode préféré),
- ◆ d'accéder à ce dont ils ont besoin pour poursuivre l'apprentissage sous une forme plus efficace si le premier essai n'a pas été concluant,
- ◆ d'avoir l'occasion de mettre en pratique et de consolider leurs acquis afin de renforcer les connexions neuronales et d'inscrire le savoir dans la mémoire à long terme.

NEURO-BOOKS

"Les dominances cérébrales et la créativité", de Ned Herrmann, Ed. RETZ. Langue: français
Tarif: 40 € TTC + frais de port.

Comment devenir plus créatif en comprenant nos préférences cérébrales, dans des domaines aussi variés que la stratégie, la formation, le marketing, le management, etc...

"Qui sont vraiment nos politiques?", de Marie-Joseph Chalvin, Ed. Eyrolles
Langue: français – Tarif: 17,95 € TTC + frais de port.

Le choix des Français? Découvrez le profil cérébral de nos politiques.

"Cultivez votre personnalité", de Dominique Chalvin, Ed. ESF Éditeur – Langue: français
Tarif: 22,70 € TTC + frais de port.

Comment améliorer ses facultés à surmonter les difficultés rencontrées dans les rapports avec les autres.

"Demain, je parle en public", de Thierry Destrez, Ed. Dunod – Langue: français
Tarif: 13,19 € TTC + frais de port.

Comment structurer vos interventions, prendre confiance en vous, vous préparer tant physiquement que mentalement. L'ouvrage comprend 56 fiches conseil et des tests d'autodiagnostic.

"The Whole Brain Business Book", de Ned Herrmann, Ed. McGraw-Hill – Langue: anglais
Tarif: 30,07 € TTC + frais de port.

Comment développer l'efficacité et l'innovation dans l'entreprise.

NEURO-FORMATIONS

Formations inter et intra-entreprises:

Managers, professionnels des RH (DRH, Responsables Formation, recruteurs, formateurs, coachs, consultants...), vous souhaitez utiliser le profil des Préférences Cérébrales (HBDI®) dans le cadre de vos missions?

Herrmann International Europe vous propose un cursus de formation qui aboutit à un Agrément puis à une Certification vous permettant d'utiliser ses outils.

Tous ces séminaires peuvent être organisés en intra entreprises.

Le HBDI®, outil de diagnostic: limites et applications - Premier module du processus d'agrément - Level 1.

L'approche des préférences cérébrales à travers la découverte de son propre profil et de celui des autres.

Module de formation permettant d'utiliser le HBDI® dans le recrutement, l'orientation, le management, la communication, la formation...

Langue: français – Séminaires à Paris

Durée: 3 jours – Tarif: 2400 € HT
du 28 au 30 mai 2008
du 24 au 26 septembre 2008
du 26 au 28 novembre 2008

Langue: anglais – Séminaires à Bruxelles

Durée 3 jours – Tarif: 2500 € HT
du 21 au 23 mai 2008
du 22 au 24 octobre 2008

Management et cohésion d'équipe - Deuxième module du processus d'agrément - Level 2.

La cohésion d'équipe: lecture et application du profil d'équipe et du profil croisé Herrmann. Animer un module autour des notions de cohésion d'équipe, mise en pratique des outils Herrmann en Team Building.

Langue: français – Séminaires à Paris

Durée 2 jours – Tarif: 1700 € HT
du 8 au 9 juillet 2008
du 9 au 10 octobre 2008
du 11 au 12 décembre 2008

Langue: anglais – Séminaire à Bruxelles

Durée 2 jours – Tarif: 1800 € HT
du 15 au 16 décembre 2008

Pédagogie et Formation: animation de groupe et conception d'actions de formation Module de certification - Level 3.

Pour une application pédagogique du HBDI® dans le cadre de la formation de formateurs. Module de formation permettant d'obtenir la Certification (à la condition d'avoir obtenu préalablement l'Agrément).

Langue: français – Séminaire à Paris

Durée 3 jours – Tarif: 2400 € HT
du 3 au 5 décembre 2008

Photo Compétences: consultants, évaluez vos compétences - Module de Perfectionnement - Level 4.

La gestion des compétences, la gestion de la mobilité. Mise en place de Photo Compétences auprès de clients et/ou de collaborateurs.

Langue: français – Séminaires à Paris

Durée 2 jours – Tarif: 1700 € HT
du 26 au 27 juin 2008
du 16 au 17 octobre 2008.

Retrouvez toutes les dates des séminaires et inscrivez-vous en ligne sur www.herrmann-europe.com

NEURO-TOOLS

Nouveaux outils Herrmann pour optimiser votre formation en entreprise.

E-learning

En 20 minutes, partez pour un voyage interactif unique au cœur des Préférences Cérébrales et découvrez votre profil HBDI® en ligne.

Team Building

Un nouvel outil de Management Herrmann issu de la Whole Brain Thinking Series pour valoriser et mobiliser toutes les intelligences au sein de vos équipes!

Découvrez un outil de Management unique, original et multilingue qui permet la composition d'une équipe qui gagne, créative, performante et efficace!

Apprenez à optimiser les performances de vos équipes, à partager une vision commune et utiliser des méthodologies communes, à mieux communiquer...

Photo Compétences

Un nouvel outil de Management Herrmann issu de la Whole Brain Thinking Series pour gérer les compétences et manager la mobilité de vos collaborateurs, via un parcours de 2 jours.

L'ensemble de ce parcours, compris comme une étape initiale, doit conduire à l'élaboration, par le participant, de son plan de progrès à court-moyen terme, dans le cadre d'un projet professionnel.

PC s'appuie sur une alternance d'entretiens et de mises en situation professionnelles, individuelles ou en groupe, et l'accompagnement de personnes "ressources" (assesseurs) pendant toute la session.

Photo Compétences s'adresse à toute personne concernée par le développement des compétences dans le cadre d'un projet professionnel ou d'entreprise.

NEURO-PLANNING

A noter dans vos agendas!

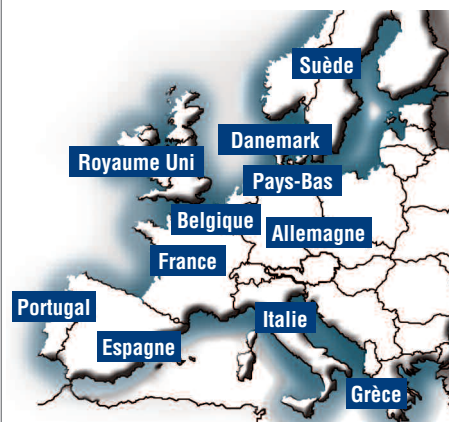
Prochaines conférences de présentation au Mériadien Montparnasse, Paris:

mardi 27 mai 2008: Coloriez vos Clients

mardi 17 juin 2008: HBDI®

mardi 7 octobre 2008: Team Building.

Pour découvrir les autres produits et services proposés par Herrmann International Europe, contactez-nous au 33 (0) 1 47 51 31 15 ou par e-mail: herrmann@herrmann-france.com



NEURO-NEWS

Le réseau d'experts Herrmann International Europe vous apporte des solutions aussi bien locales que globales, sur l'ensemble du territoire européen et dans les langues suivantes: Français, Allemand, Anglais, Espagnol, Danois, Grec, Italien, Néerlandais, Portugais, Suédois...

HERRMANN INTERNATIONAL EUROPE

102, Boulevard Franklin Roosevelt
92566 Rueil Malmaison Cedex- France
Tél.: +33 (0) 1 47 51 31 15
Fax: +33 (0) 1 47 51 33 28
E-mail: herrmann@herrmann-france.com
Website: www.herrmann-europe.com

HERRMANN INTERNATIONAL - USA

North and South America
794, Buffalo Creek Road, Lake Lure,
NC 28746 - USA
Tél.: 1 828 625 9153 - Fax: 1 828 625 1402
E-mail: thinking@hbdi.com
Website: www.hbdi.com

HERRMANN INTERNATIONAL ASIA/PACIFIC

Head Office: Suite 2, Level 6, 7-9 Merriwa Street, Gordon, Sydney, NSW 2072 - Australia
Tél.: 61 2 9880 2333 - Fax: 61 2 9880 2343
E-mail: thinking@herrmann.com.au
Website: www.herrmann.com.au

NEURO-WEB

- Pour découvrir Herrmann et passer le HBDI® en ligne
 - Pour connaître le calendrier de nos formations 2008, en France et en Europe et vous inscrire en ligne
 - Pour découvrir nos nouveaux produits en avant-première
 - Pour noter nos prochaines manifestations
 - Pour recevoir une documentation
 - Pour vous abonner à notre newsletter.
- Cliquez sur

www.herrmann-europe.com

