

Préférences

Herrmann International Issue – N° 19

> L'UTILISATION DU HBDI® ET DU MODÈLE DES PRÉFÉRENCES CÉRÉBRALES DANS LES GRANDES ÉCOLES

par Lionel Vuillemin

Des grandes écoles utilisent l'approche des Préférences Cérébrales dans plusieurs circonstances.

A) RECRUTEMENT

Le recrutement constitue pour les écoles de commerce et d'ingénieurs une étape délicate. Elle consiste en effet à séduire les "bons" candidats et à évincer ceux qui sont jugés "moins bons". C'est bien entendu le rôle de tout recrutement, avec cependant une dimension "séduction" très importante : les grandes écoles sont en effet en concurrence et ont des enjeux financiers qui dépendent du nombre d'élèves recrutés.

Un second facteur est également à prendre en compte : la maîtrise de la parité garçons/filles (selon la capacité d'absorption du marché). Un recrutement uniquement basé sur les résultats ne prend pas vraiment en compte cet aspect. Par ailleurs, les jurys (composés principalement d'hommes) ont tendance à amplifier le problème en favorisant les filles, jugées généralement plus matures et probablement plus attirantes.

Pour des raisons de coût évident, il ne s'agit pas de faire remplir le HBDI® par tous les candidats, mais plutôt de mener une réflexion avec l'équipe pédagogique afin de :

- 1) Sélectionner et composer des jurys à "Cerveau Total®"
- 2) Elaborer des grilles d'évaluation qui prennent en compte des aspects plus "Cerveau Total®".

B) INTÉGRATION DE NOUVELLES PROMOTIONS

Les séminaires d'intégration : après être passés par l'étape des séminaires de regroupement des élèves et afin d'éviter "le bizutage" (style festif).

La plupart des écoles a inscrit des objectifs pédagogiques clairs dans le programme de ces journées, tels que :

- > Apprendre à communiquer.
- > Apprendre à se connaître selon différentes techniques.

Par exemple, les écoles de commerce du groupe Ecricom utilisent le HBDI® parmi d'autres outils pour permettre aux élèves de mieux se connaître et apprendre à communiquer. L'outil est ensuite réutilisé par les enseignants dans le cadre de leurs programmes :

- > Pour constituer des équipes éphémères pendant les cours de communication et de créativité, guider les élèves durant leur cursus et les accompagner dans leurs choix de filières.
- > Pour travailler sur la notion d'équipe efficace.
- > Lors du séminaire de "désintégration", dans la perspective de préparer les élèves à la vie professionnelle.

C) L'ÉLABORATION D'UN PROJET PROFESSIONNEL

Celui-ci devient de plus en plus crucial dans les grandes écoles. Les écoles d'ingénieurs

> D'une part, l'entreprise n'est plus en mesure de lui garantir une évolution ou un plan de carrière.

> D'autre part, de nouvelles formes de travail apparaissent, comme la délégation, (type SSII ou Altran Technologie) et montrent que les entreprises sont prêtes à abandonner la maîtrise de leur Know How à des sociétés sous-traitantes. Ce phénomène précarise un peu plus le métier de l'ingénieur qui devient seul face à son devenir.

Le HBDI® est alors utilisé dans le cadre d'une réflexion sur le thème "Que ferai-je dans 10 ans". Il permet aussi aux élèves de préparer leur stage en entreprise.

Au CNAM, l'approche est utilisée dans le cadre d'une UV intitulée "Projet Personnel et Professionnel" pour amener les élèves à réfléchir sur leurs styles d'apprentissage et à élaborer un projet professionnel.

La découverte des styles d'apprentissage a deux objectifs :

> Comprendre qu'il existe des méthodes spécifiques pour mieux maîtriser certains aspects de l'apprentissage.

> Inverser la relation client/fournisseur avec l'enseignant ; ce second point n'est pas neutre et a des conséquences directes sur la pratique des enseignants. (Ainsi, les élèves du CNAM sont appelés des auditeurs).

L'École de Management Hôtelier de Périgueux (Savignac-les-Églises – également appelée École de Savignac) illustre l'expérimentation la plus achevée.

Sommaire

P. 1-2-3 L'utilisation du HBDI® et du modèle des préférences cérébrales dans les grandes écoles

P. 4 Neuro-Books, Neuro-Formation, Neuro-Applications, Neuro-Products, Neuro-News.

PRÉFÉRENCES

3, quai de la République
78 700 Conflans-Sainte-Honorine - France
Téléphone : + 33 1 39 77 20 00 - Fax : + 33 1 39 77 20 01
<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

Utilisation du HBDI® et du modèle Herrmann	Avantage	Positionnement durant le cursus
Recrutement et sélection	**	Avant le cursus
Communication	***	Début du cursus/séminaire d'intégration
Orientation	****	Passage 1ère à 2e année
Travail en équipe	****	Début du cursus
Méthodes pédagogiques	****	
Projet personnel et professionnel	*****	
Préparation du stage	*****	
Préparation à l'entrée dans la vie active	*****	

sont particulièrement sensibles à ce problème. En effet, les ingénieurs doivent en permanence maintenir leur niveau de connaissances, face à une technologie sans cesse en évolution.

Par ailleurs, la nature des relations de l'ingénieur avec l'entreprise se modifie :

Le HBDI® est utilisé lors du séminaire d'intégration qui se déroule dès le 1er jour du cursus.

L'objectif est d'apporter aux élèves un outil de connaissance de soi et des autres et de créer très rapidement un esprit de promotion.

L'ensemble des thématiques abordées durant les cours de management ou de communication est alors vécu en "réel" par chaque membre des équipes.

Enfin, le HBDI® est utilisé pour identifier les styles d'apprentissage des élèves et bâtir avec eux un programme de développement personnel permettant l'acquisition de méthodologies spécifiques pour mieux apprendre et plus vite : mémoire, prise de note, rédaction etc.

Thèses et mémoires élaborés à partir de l'approche des préférences cérébrales : L'approche des préférences cérébrales a fait l'objet de nombreuses thèses et mémoires de fin d'études, plus particulièrement aux USA. En France, quelques travaux ont été produits, principalement sur le thème des styles d'apprentissage.

QU'EST-CE QUE LE HBDI® ?

Le HBDI® (Herrmann Brain Dominance Instrument) est classé dans la catégorie des inventaires de personnalité, au même titre que d'autres outils tels que le MBTI, DISC, LIFFO etc...

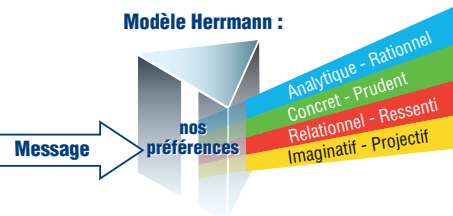
Il se distingue des autres outils présents sur le marché par trois spécificités :

> Les présupposés théoriques

Bâti à partir de travaux statistiques, le modèle théorique sur lequel il s'appuie est d'origine neurobiologique. La plupart des autres outils se réfèrent à des typologies d'origine psychologique ou comportementale.

Le HBDI®, simple constat – il n'y a pas de bon ou de mauvais profil – fournit un outil de diagnostic efficace, lorsqu'il est superposé au modèle.

> Sa flexibilité d'utilisation : il est utilisé dans de nombreuses situations, puisque le modèle à quatre quadrants permet de diagnostiquer l'ensemble des situations complexes auxquelles les managers peuvent être exposés.



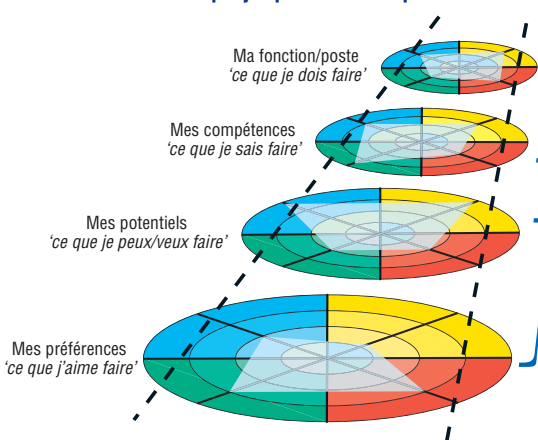
POURQUOI LE CHOIX DU HBDI® À L'ÉCOLE DE SAVIGNAC ?

Parce que l'approche des préférences cérébrales permet de transmettre de manière simple des notions pour traiter les situations complexes, en positionnant :

- Une personne par rapport à d'autres,
- Une personne par rapport à une équipe,
- Une personne par rapport à une culture d'entreprise,
- Une personne par rapport à un groupe d'individus (par exemple, des clients ou des catégories de clients).

fonctions ou de types de structures vers lesquels ils se sont dirigés.

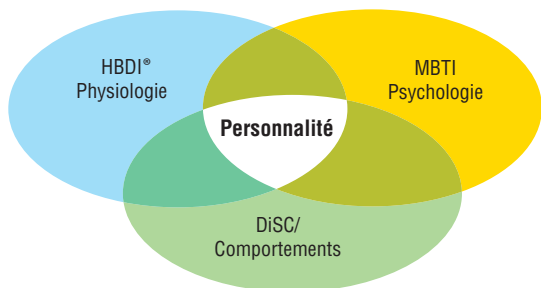
Mon projet personnel et professionnel



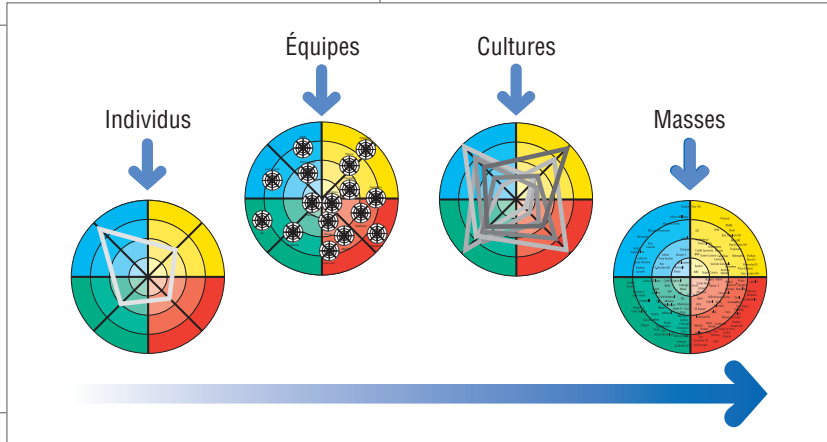
Utilisation de l'approche Herrmann dans l'élaboration d'un projet personnel et professionnel.

- Pour préparer les élèves au stage en entreprise :
- "Quelles compétences dois-je acquérir ? Par rapport à quel projet professionnel ?"
- Pour préparer les élèves à la vie professionnelle :
- "Comment préparer/penser stratégiquement mon projet personnel et professionnel ?"

Le HBDI® comparé aux autres approches :



> Sa simplicité d'appropriation : la simplicité et la cohérence du modèle des préférences cérébrales d'une part et du HBDI® d'autre part fournissent un outillage particulièrement puissant. Facilement compris, le modèle est mémorisé et réutilisé immédiatement par les participants comme CADRE DE REFERENCE.



Nos préférences influencent notre manière de voir le monde



Si nous voulons voir le monde dans sa globalité, il nous appartient de le regarder "à Cerveau Total®"

La dimension de l'École de Savignac (un groupe de taille "maîtrisable") a permis d'adapter au fur et à mesure une méthodologie qui a été appliquée ultérieurement à des groupes plus importants.

LES DÉVELOPPEMENTS POSSIBLES À L'ÉCOLE DE SAVIGNAC

Projet d'étude pour mettre en relation les profils d'élèves avec des fonctions occupées ou des types d'entreprises.

L'ensemble des informations collectées nous offre une opportunité rare.

En effet, il est possible de compiler l'ensemble des informations disponibles (profil de l'élève, fonction occupée, type d'entreprise) pour mettre en relation le profil des élèves avec les postes qu'ils occupent actuellement.

L'objectif étant de vérifier s'il existe une corrélation entre le profil des élèves et leur choix de

HISTORIQUE DU TRAVAIL AVEC L'ÉCOLE DE SAVIGNAC

L'École de Savignac a pour vocation de former des cadres dans les métiers de l'hôtellerie, de la restauration, du tourisme et des loisirs.

Créée en 1988, l'École accueille chaque année des promotions d'environ 50 élèves.

La collaboration de Herrmann International avec l'École de Savignac s'est faite progressivement :

- Utilisation du HBDI® à "Cerveau Total®" en tant que constat.
- Utilisation du modèle à "Cerveau Total®" (CT) en tant que cadre de référence afin de bâtir des référentiels tels :
 - Communiquer à CT
 - Manager à CT
 - Conduire une réunion à CT
 - Résoudre des problèmes à CT.

RECHERCHE ET ÉLABORATION D'UN PROCESSUS PÉDAGOGIQUE GLOBAL

Le projet pédagogique de l'École met l'emphase sur les ressources humaines et la capacité à travailler en équipe.

Les enseignants ont pu observer que les élèves avaient tendance à constituer des équipes selon le critère de la cooptation. Ce critère, s'il favorise la complicité, a pour conséquence majeure de créer des "clans".

C'est à la suite d'un article sur l'approche des préférences cérébrales intitulé "Manager à droite et gérer à gauche" que le directeur des études de l'École de l'époque a pris contact avec Herrmann International Europe.

Sa question était la suivante :

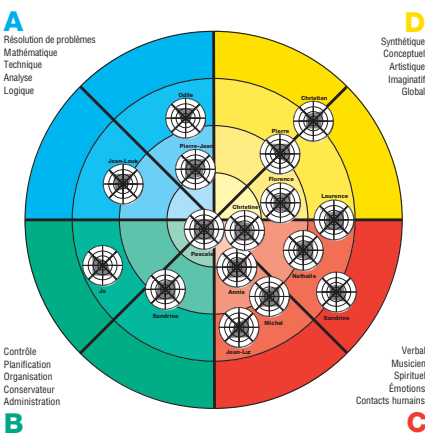
"Après deux années d'expérience, nous observons que nos 50 élèves ont tendance à se regrouper en clans ; ainsi, cette année, nous en avons deux : le clan des "pull over" (les forts en marketing) et le clan des "tailleurs" (les forts en gestion). Qu'en pensez-vous ?"

Au fil du temps, nous avons mis au point une démarche en trois étapes.

1ère étape : "Mieux se connaître pour mieux connaître les autres".

1) Durant le séminaire d'intégration, nous remettons à chaque participant son HBDI®. L'objectif consiste à apporter aux élèves un cadre de référence commun (le modèle à 4 quadrants) et, à travers ce modèle, à amener chaque élève à identifier ses différents styles de communication et d'apprentissage.

Concrètement, ce travail conduit à la production d'un continuum circulaire dans lequel chaque étudiant se positionne par rapport à l'ensemble de la promotion (voir schéma).



Continuum circulaire

Cette représentation visuelle de la position relative des profils les uns par rapport aux autres met en évidence les oppositions et les complémentarités interindividuelles.

A l'issue du séminaire, une "cartographie de la promotion" est réalisée.

Chaque étudiant pose sa photo sur le continuum circulaire. L'ensemble des photos de chaque promotion est affiché dans un couloir de l'école.

En regard, doit être positionné un continuum circulaire des enseignants/ou types d'enseignement. Le rapprochement des "portraits" permet à

chaque étudiant de comparer son profil avec celui de l'enseignant/ou type d'enseignement et de mener une réflexion sur le mode pédagogique utilisé par l'enseignant au regard de ses propres styles d'apprentissage.

L'objectif est double :

- Amener les élèves à être acteurs de leurs études et non "consommateurs" de savoir.
- Attirer l'attention des enseignants sur leur "mode d'enseignement" préférentiel.

Dans les deux cas, la démarche s'inscrit dans une réflexion sur la notion de qualité et de relation client/fournisseur.

LES ATTENTES DU PARTICIPANT

A	Des preuves de validité é Des références bibliographiques Des théories logiques et rationnelles La possibilité de poser des questions Des informations précises et pertinentes Des chiffres, des données statistiques	La liberté d'explorer Des jeux, des surprises La découverte du contenu Des images, des métaphores Un déroulement rythmé et rapide De la fantaisie et de la spontanéité é	D
	Possibilité de pratiquer et d'évaluer Des instructions claires et précises Des applications et des exemples Début, déroulement, conclusion Sujets traités comme prévus	Partager et exprimer : impressions/idées Des relations participants/formateur La sollicitation de tous les sens Des implications personnelles De l'action et du mouvement Des discussions de groupe	C
B	Une approche organisée		

2e étape : Composer des équipes hétérogènes : "Apprendre à manager la diversité".

Cette étape est importante, car elle consiste à créer des groupes de travail, ci-après nommés "groupes Herrmann", sur la base de l'hétérogénéité, qui demeureront inchangés durant l'ensemble du cursus.

Le propos de l'administration est le suivant :

Durant votre vie professionnelle, vous n'aurez pas toujours la possibilité de choisir les collaborateurs avec lesquels vous serez amenés à travailler. Nous vous proposons de vous mettre dans des conditions de travail dans lesquelles vous n'aurez pas à choisir vos "collègues".

Votre objectif au cours de ce cursus sera donc d'apprendre à travailler avec des personnes/personnalités que vous n'aurez pas choisies.

Cette étape est cruciale : en effet, les équipes constituées sont composées de 4 profils différents.

A cet égard, on peut observer, une fois de plus, une forte corrélation entre les profils et les résultats scolaires dans les différentes matières. Ainsi, les "forts" en gestion se retrouvent plutôt parmi les dominants "Cerveau Gauche", tandis que les "forts" en marketing se retrouvent plutôt parmi les dominants "Cerveau Droit" : sciences dures/sciences molles.

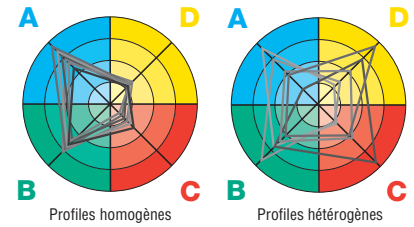
Dès le début des activités, le groupe des "forts" en gestion va prendre le leadership. En revanche, les cerveaux droits vont prendre le leadership dans des activités telles que le marketing. Cependant, après quelques semaines, chaque leader va considérer qu'il serait souhaitable que les autres membres du groupe participent plus activement.

Il va donc se retrouver dans le rôle d'un manager qui doit "faire faire" à des collaborateurs peu, voire pas motivés et quelquefois inexpérimentés.

Ainsi, chaque élève, durant le cursus et selon les matières, se retrouvera tour à tour :

- Dans la position du manager qui doit faire travailler ses collaborateurs sur des sujets qui ne les passionnent pas.
- Dans la position du managé qui doit exécuter des tâches qu'il n'apprécie pas.
- voire dans la position du pédagogue (coach)

Les groupes hétérogènes sont capables de fournir des résultats bien plus innovants que les groupes homogènes



qui doit entraîner et impliquer ses collaborateurs. Au cours du cursus, les groupes passent par plusieurs phases :

1) Au départ, le membre d'une équipe qui est fort dans une matière est fier de prendre en charge le leadership et la responsabilité des exercices.

2) Mais, très rapidement, il va se lasser et surtout s'étonner que le reste du groupe ne prenne pas le relais : ceci aura un impact sur la performance du groupe et ses résultats.

3) Très fréquemment, le groupe rejette la faute sur des facteurs extérieurs, comme par exemple : "c'est de la faute du "groupe Herrmann" qui est mal constitué".

4) Cette situation, qui peut durer plusieurs semaines, perdurera tant que le groupe ne s'interrogera pas sur son fonctionnement.

Le challenge pour tous ces groupes est donc de transformer leur hétérogénéité en synergie et de passer d'un groupe "hétérogène" à une équipe "Cerveau Total®", en découvrant et en appliquant les méthodologies de travail de groupe, au fur et à mesure.

3e étape : "Apprendre à gérer le changement", "Apprendre à résoudre des problèmes".

Ce processus soulevait évidemment des débats au sein de chaque nouvelle promotion...

Et c'était bien le but recherché.

Ces débats portaient sur le fait que les "groupes Herrmann", tels que les appelaient les élèves, étaient à l'origine de tous leurs maux.

Difficultés de certains groupes à gérer la diversité, à déléguer, à travailler en équipe etc...

"C'est la faute des "groupes Herrmann", si nous n'y arrivons pas !"

Cette remarque était récurrente durant les 3 premiers mois de travail, jusqu'à ce que les élèves se posent enfin les bonnes questions : en quoi sommes-nous responsables ? Comment pouvons-nous dépasser la difficulté de notre groupe ?

Le travail n'est pas simple pour les directions des études qui utilisent ce processus. En effet, il faut "conserver le cap", malgré les assauts de certains élèves qui préfèrent remettre en cause la constitution des groupes, plutôt que de se remettre en question.

Passée cette étape de flottement, inhérente à tout changement, les groupes trouvent leurs modalités de fonctionnement et sont prêts à rechercher les méthodes de travail adéquates.

Mon observation est que tous les groupes sont parvenus à surmonter la difficulté. Ceux qui ont rencontré les difficultés les plus importantes ont conservé un souvenir des "groupes Herrmann" comme une des leçons les plus formatrices de leur apprentissage à l'École de Savignac.

Mon programme de développement à court terme

Mon projet professionnel

NEURO-BOOKS

"Les dominances cérébrales et la créativité", de Ned Herrmann, Éd. Retz (2007) – 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...

"Profils de Peintres", de Roland Truc, Éd. Desiris – Tarif : 25,00 € TTC + frais de port.

Les dominances cérébrales des peintres contemporains et leurs influences sur leurs œuvres.

"Manager avec l'approche Herrmann", de Stéphane Demilly, Éd. Eyrolles – Langue : français – Tarif : 25,00 € TTC + frais de port.

Pourquoi pouvons-nous faire preuve d'intelligence et d'efficacité dans certaines situations et nous montrer parfaitement inaptes dans telles autres ? En parcourant cet ouvrage, chaque manager découvrira un outil simple et efficace d'analyse des comportements humains et parviendra enfin à mettre en musique les talents de chacun.

"The Whole Brain Business Book", de Ned Herrmann, Éd McGraw-Hill – Langue : anglais – Tarif : 30,07 € TTC + frais de port. *Comment développer l'efficacité et l'innovation dans l'entreprise.*

NEURO-FORMATIONS

LES SOLUTIONS HERRMANN INTER ET INTRA ENTREPRISES :

Vous internalisez recrutement, formation et/ou conseil ?

Nous proposons des séminaires de certification (Modules 1 & 2) qui vous permettent d'appliquer en interne l'Approche des Préférences Cérébrales et d'utiliser de façon professionnelle le modèle Herrmann dans votre entreprise.

Vous externalisez formation et conseil ?

En fonction de votre problématique, Herrmann International Europe, avec son réseau européen d'experts, vous propose et met en œuvre des solutions adaptées à vos attentes. Ensemble, nous développons des solutions en ingénierie de formation adaptées à votre entreprise et pouvons intervenir dans tous les pays où elle est implantée.

Certification Herrmann – modules 1 & 2.

◆ **Module 1** : Le HBDI®, outil de diagnostic : limites et applications. 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.

◆ **Module 2** : Management et cohésion d'équipe. 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 – Lieu : Paris

Modules 1

> Durée 3 jours : du 06 au 08 février 2013, du 05 au 07 juin 2013,

du 25 au 27 septembre 2013, du 04 au 06 décembre 2013.

Modules 2

> Durée 2 jours : du 21 au 22 mars 2013, du 27 au 28 juin 2013, du 17 au 18 octobre 2013, du 19 au 20 décembre 2013.

Séminaire international :

Langue : anglais – Lieu : Paris

> Durée : 4 jours (modules 1 & 2) : du 29 janvier au 01 février 2013, du 09 au 12 avril 2013, du 19 au 22 novembre 2013.

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

NEURO-APPLICATIONS NEURO-PRODUCTS

Nos solutions à "Cerveau Total®"

Pour développer votre entreprise à "Cerveau Total®", Herrmann International vous propose une formule originale, la "Whole Brain Series", qui vous permet de composer vous-même votre programme de formation en fonction des besoins de votre entreprise.

Un programme de formation comprend : Le module initial "Start Thinking", (mon profil HBDI® et ses conséquences) + Un ou plusieurs modules d'application sur des thèmes comme le Management, la communication, l'innovation, la pédagogie, la vente ou le changement.

NEURO-NEWS

Herrmann International participe au Salon Solutions Ressources Humaines 2013, Porte de Versailles – Pavillon 5 – Paris 15e – du 26, 27 et 28 mars 2013

Pour découvrir tous les produits et services proposés par Herrmann International Europe, contactez-nous au + 33 1 39 77 20 00 ou par e-mail : herrmann@herrmann-france.com

HERRMANN INTERNATIONAL WORLDWIDE

Trois centres mondiaux :

HERRMANN INTERNATIONAL EUROPE
3, quai de la République
78 700 Conflans-Sainte-Honorine – France
Téléphone : + 33 (0)1 39 77 20 00
Fax : + 33 (0)1 39 77 20 01
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
Téléphone : + 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
Téléphone : + 61 2 9880 2333
Fax : + 61 2 9880 2343
E-mail : thinking@herrmann.com.au
Website : www.herrmann.com.au



Centres régionaux européens :

HERRMANN INTERNATIONAL DENMARK

Fruebjergvej 3, Box 71
København Ø, DK – 2100 – Denmark
Téléphone : + 45 41 24 66 33
E-mail : info@hbdi.dk
Website : www.hbdi.dk

HERRMANN INTERNATIONAL NEDERLAND

Postbus 61
8530 AB Lemmer – The Netherlands
Téléphone : + 31 (0)6 30 56 11 36
E-mail : info@hbdi-nl.com
Website : www.hbdi-nl.com

TEAM MANAGEMENT CONSULTANTS

Greece
Archipelagos 68 B
Ano Glyfada – Terpsithea, 16562 – Greece
Téléphone : + 30 2103222830,
+ 30 2103222340
Fax : + 30 2103222830
E-mail : team@team.gr
Website : www.team.gr

ONE MANAGEMENT – Belgium

One House
36, rue de Tourinnes
1320 Hamme-Mille – Belgium
Téléphone : + 32 10 86 22 16
Fax : + 32 10 86 22 17
E-mail : alexandra.VAN.EYCK.onemanagement@cesi.be
Website : www.onemanagement.be

NEURO-WEB

- Pour découvrir Herrmann International et passer le HBDI® en ligne
- Pour connaître le calendrier de nos formations et vous inscrire en ligne
- Pour noter nos prochaines manifestations
- Pour recevoir une documentation et nous contacter

Cliquez sur

www.herrmann-europe.com

