

 **2 JOURS**
 E-learning 50 min

 Présentiel 14h

# CONVAINCRE ET PERSUADER



## PUBLICS CONCERNÉS

- Toute personne souhaitant convaincre et persuader dans le cadre professionnel



## PRÉREQUIS

- Aucun



## OBJECTIFS

- Savoir préparer ses interventions et ses arguments, pour créer de l'impact
- Connaître ses interlocuteurs et s'y adapter
- Obtenir l'adhésion de son public
- Savoir influencer tout en restant intègre
- Influencer positivement

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

**Plateforme pédagogique :**  
accessible dès 15 jours avant le présentiel et pendant 3 mois

**Présentiel:** alternance de théorie, d'exercices et de mises en situation



Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant améliorer ses capacités à impacter et à convaincre en face-à-face.

## PROGRAMME DÉTAILLÉ

### EN AMONT : MODULES E-LEARNING

**Durée du parcours digital :** 50 minutes

- Les techniques de communication
- L'assertivité

### 1. CONNAÎTRE SES INTERLOCUTEURS ET S'Y ADAPTER

#### S'intéresser à son auditoire.

« Ce qui intéresse le plus votre interlocuteur, c'est lui-même »

- Un interlocuteur ou plusieurs : dresser leur profil proforma (fonction, vécu, enjeux, attentes, contraintes...)
- Enrichir le profil proforma des motivations SONCAS connues/probables
- Tirer les enseignements de ce travail préalable : quels points de vigilance, quelles actions à prévoir ?

### 2. SAVOIR PRÉPARER SES INTERVENTIONS ET SES ARGUMENTS POUR CRÉER DE L'IMPACT

- Formaliser ce que vous voulez obtenir
  - Formaliser clairement les objectifs SMART de l'intervention (maximum 3)
  - Noter les idées majeures du message /les objections possibles
- Préparer votre intervention en mode storytelling
  - Définir le message
  - Élaborer le fil rouge
  - Faire de l'auditoire le héros de l'histoire

## SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui reprend les concepts et différents points traités, ainsi que des exercices d'application et d'entraînement.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- à Clichy-la-Garenne (92110) ; et à Paris :
  - ▶ une salle de formation + une salle de détente au cœur du 2<sup>e</sup> arrondissement, accessible par 4 lignes de métro
  - ▶ PC, relié à un écran LCD pour vidéoprojection
  - ▶ Vidéoprojecteur
  - ▶ Paper-board
  - ▶ Accueil avec café, thé, eau, jus d'orange et gâteaux

## MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 4 participants

## FINANCEMENT

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective. Pour toute question sur ce dispositif de financement, contactez nos conseillères formations :

- ▶ par téléphone : 01 47 39 02 02
- ▶ par mail : [info@evoluteam.fr](mailto:info@evoluteam.fr)

- Choisir les mots clefs/les illustrations
- Argumenter : CAB
  - Application : transformez vos idées en avantages pour l'auditoire
- Traiter les objections : APARA
  - Application : formalisez un traitement aux objections identifiées
  - Le langage positif : choisir ses mots et ses verbes, supprimer des éléments de langage dépréciatifs
- Mobiliser : accrocher et inciter à l'action
  - Les techniques d'accroche
    - Les trois outils qui donnent du relief : l'anecdote, l'analogie et le vécu de l'auditoire
  - Les moyens pour mobiliser ses interlocuteurs dans le temps  
**Brainstorming** en grand groupe
  - Pistes d'actions à privilégier

## 3. OBTENIR L'ADHÉSION DE SON PUBLIC

- Le langage corporel comme levier d'adhésion
  - La systémique : la bonne distance selon les situations
  - Expérimentation en binôme
  - Le langage du corps : étude de postures et de leurs effets sur l'auditoire
  - Le langage vestimentaire
  - La congruence : l'impact de l'alignement corps/esprit dans la communication
- Le langage verbal comme levier d'adhésion
  - Les techniques d'écoute active, la reformulation, le questionnement, le choix des mots, le présent, l'utilisation de verbes d'action
  - L'assertivité
  - Jeu de rôles : l'interview » pour permettre à chacun d'évaluer son degré d'écoute

## 4. SAVOIR INFLUENCER EN RESTANT INTÈGRE

- Renforcer son pouvoir de conviction
  - Lever ses freins personnels à « vendre » une idée = « faire acheter » un bénéficiaire
  - Intégrer son rôle dans la création de valeur de services à un client interne ou externe.
- Utiliser les techniques de « vente » appropriées pour influencer en restant intègre :
  - Résumer synthétiquement les points forts
  - Démontrer les conséquences d'une non-action
  - Faire appel au témoignage, au concassage, à la technique de l'amortissement
  - Projeter la décision dans l'avenir, pour illustrer tous les impacts positifs

## FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules E-learning répondra à vos questions

- ▶ de 9h30 à 17h30 au  
01 47 39 02 02
- ▶ ou sur l'adresse mail  
suivante :  
[contact@digitalcamp.fr](mailto:contact@digitalcamp.fr)

- Mise en pratique de tous les concepts travaillés en face-à-face et face au groupe
  - **Jeu de rôles** face au groupe
  - **Jeu de rôles** deux par deux, avec un observateur qui remplit une grille d'observation
  - **Débriefing** appréciatif – feed-back

## 5. PLAN DE PROGRES INDIVIDUEL (PPI) ET CLOTURE DE LA SESSION

- Élaborer son PPI
- Validation des apports par rapport aux attentes
- Quiz de fin de formation
- Conclusion et clôture du stage