

Convaincre et persuader - présentiel et e-learning -

Convaincre et persuader forment un tandem indissociable pour susciter la motivation, la coopération et mobiliser les équipes, dans un monde en perpétuel mutation. Alors que la conviction fait appel à des arguments et sollicite la raison, la persuasion fait appel aux sentiments et sollicite l'émotion.

L'acquisition de ces compétences dans l'art de faire adhérer est le moyen de gérer efficacement les situations complexes et d'obtenir un maximum de résultats.

Comment développer son leadership et gagner en crédibilité ?

Comment défendre ses idées dans des situations difficiles, à forts enjeux ?

Découvrez en quoi une affirmation de soi et une communication efficace sont essentielles pour diffuser ses idées, convaincre et atteindre ses objectifs.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mesurer l'impact de sa communication verbale dans la prise de parole
- Intégrer les ressorts de l'influence positive
- Savoir influencer en restant intègre
- Développer son pouvoir de conviction
- Renforcer sa capacité de persuasion pour donner plus d'impact à ses idées
- Savoir préparer ses interventions et ses arguments pour créer de l'impact
- Connaître ses interlocuteurs et s'y adapter
- Faire face aux situations difficiles
- Obtenir l'adhésion de son public

PUBLIC

Toute personne souhaitant convaincre et persuader dans le cadre professionnel.

Aucun pré-requis.

PÉDAGOGIE

La formation est composée :

- De **temps de travail individuel** sur notre plateforme digitale en e-learning (1H30)
- De **temps de travail en groupe** pour expérimenter, échanger et ancrer les apports (classe présentielle)

Pour chaque programme, un parcours cadencé en 4 temps :

- module préparatoire (e-learning)
- classe en présentiel
- module ancrage
- module validation des acquis

LIEU

IFOD PARIS
10, rue
Cambacérès
75008 Paris

Tél 01 40 20 21 22
www.ifod.fr

ANIMATION

Ce cycle est animé par une équipe de coachs certifiés :

Esther Saint-Léger : coach certifié et intervenante à l'IFOD

Hélène Toye coach certifiée à l'IFOD

Sophie Hollanders : coach certifiée, consultante et formatrice

PROGRAMME

12H30 heures de formation, soit 1,5 jours en présentiel et 0,5 jour (1H30) en distanciel incluant un accès à la plateforme digitale, du temps de préparation au mémoire de certification...

Les principes de base de la communication verbale (e-learning)

Renforcer sa capacité de persuasion pour donner plus d'impact à ses idées :

- Le rappel des principes de base de la communication verbale
- La communication verbale : Les attitudes face à autrui et leurs influences dans la communication
- L'utilisation des techniques de l'écoute active
- Le charisme : définition et notions associées

L'influence positive

- Les notions de leadership ; Ce qu'est, et ce que n'est pas le leadership
 - Le développement du leadership
 - Intégrité, congruence et authenticité
- Les ressorts de l'influence positive :
 - L'authenticité et l'exemplarité
 - L'autorité et la légitimité
 - L'argumentation logique
 - L'appel à l'affectif et à l'émotionnel

L'art de la persuasion (Jour 1)

- La persuasion : la persuasion rhétorique et la persuasion pragmatique
- La force de persuasion d'une personne
- Utilisation de la persuasion
- Les 5 registres de la persuasion

Savoir convaincre son auditoire

- Les techniques de persuasion dans la prise de parole en public
- L'art de la persuasion en pratique : le discours structuré en 7 points
- Les techniques d'influence à l'oral
- L'utilisation des techniques de persuasion pour communiquer sur les changements

Développer un style de communication flexible et assertif

- La méthode et le langage des 4 couleurs : le mode de fonctionnement de chacun et les différents comportements associés
- Les caractéristiques de langage verbal et non-verbal associées à chacun des profils

Oser s'imposer pour prendre la parole à bon escient et/ou pour faire une proposition

- La communication avec un collègue, son hiérarchique direct, et un hiérarchique extérieur au service
- La compréhension des demandes en fonction des contextes : savoir écouter, questionner et reformuler
- L'identification de ses points forts, ses points faibles et des nouveaux outils à utiliser pour s'imposer positivement

La préparation de ses interventions et de ses arguments pour créer de l'impact (Jour 2)

- La préparation du message en fonction : Du public, des attentes du public et de l'organisateur de la réunion et des sources d'informations disponibles
- L'anticipation des questions
- Les caractéristiques du groupe et les conséquences sur le fond et la forme du message
- La forme du message et le fond du message
- Le processus d'argumentation
- Les supports de communication : Utilité et limites des différents supports
- La conclusion d'une intervention

La communication dans un contexte de changement : communiquer, s'affirmer, rassurer, faire avancer

- Les principes clés de la communication appliqués au contexte de changement
- L'effet d'annonce : les 4 points clés
- L'utilisation de l'assertivité pour exposer une décision, communiquer sur un changement
- L'identification des différents types d'opposants
- L'identification et le traitement des 4 formes de résistances

Convaincre et Persuader en toute situation

- Le discours : construction, narration, dynamique de « l'histoire », aspérités, effets recherchés
- Les techniques de structuration et de narration du pitch de présentation et du pitch projet
- Les éléments clés du pitch et du mode storytelling
- Les canaux de diffusion : verbal, para verbal et non verbal