

« 3 MINUTES POUR CONVAINCRE »

1. Rappel du contexte

La formation a pour vocation de permettre à chacun de progresser individuellement et collectivement dans ses pratiques professionnelles et de **valoriser ses idées et à adapter sa communication pour convaincre efficacement en trois minutes**. Elle s'articule autour :

- D'un espace d'échanges et de partage : valeurs, expériences, bonnes pratiques
- D'un support de cohésion interne : socle d'une culture de pratiques communes
- D'un processus permanent et adaptable de développement des compétences, en lien avec le contexte du secteur et les préoccupations des participants

2. Principes de la formation

Une formation pour pratiquer ensemble sur :

- transmettre un message clair, structuré et concis
- convaincre sur un temps court
- susciter l'intérêt et créer l'adhésion efficacement

3. Les objectifs opérationnels

- Faire passer un message vite et bien
- Réussir une préparation efficace
- S'adapter à tout type de situation (projet, réunion client, entretien, négociation...)
- S'entraîner dans des situations de persuasion de courte durée
- Rebondir dans les situations imprévues

4. Le programme

Au cours de cette formation, le potentiel de chacun s'exprimera à travers les champs intellectuels, physiques et émotionnels.

Les exercices et mises en situation sont pratiqués tout au long de la formation, et proposent une perception kinesthésique des jeux de rôles. Ils donnent ainsi un sens concret aux apports didactiques et stimulent la réflexion, l'analyse et la mise en place d'un changement, grâce à un training sur :

- La maîtrise de la rhétorique et des éléments linguistiques
- La gestion du corps, de la voix, de l'espace et de l'attention de ses interlocuteurs
- La tenue de sa posture face aux tensions, aux imprévus ou aux résistances

PROGRAMME

INTRODUCTION

SEQUENCE 1

Être percutant dès les premiers instants

- identifier les enjeux d'une communication minutée
- comprendre les leviers sur lesquels agir
- activer ma capacité d'écoute

Me préparer : un gage d'efficacité

- prendre en compte le contexte et la cible
- déterminer mon objectif
- structurer un message fort en quelques mots
- me préparer psychologiquement
- anticiper les imprévus

SEQUENCE 2

Donner de l'énergie à ma communication

- inspirer immédiatement confiance
- susciter l'attention
- développer la dynamique de ma communication
- m'assurer de l'impact de mon message

Détecter les perturbations cachées

- maîtriser mes émotions
- décider des priorités
- gérer les imprévus

M'inscrire dans le progrès

- analyser ma communication à chaud et à froid
- identifier mes axes de progrès en temps réel

CONCLUSION

5. Les apports méthodologiques

- Les caractéristiques d'un pitch
- Les techniques de communication persuasive
- Les 3R de la maîtrise de son énergie sur un temps contraint : respiration, regard, réflexivité
- L'agilité dans l'exercice du pitch

6. Méthodologie

Une méthodologie qui repose sur un apprentissage établi en collaboration avec les participants pour qu'ils soient acteurs de leur accompagnement. Il s'agit, en effet, de les aider à renforcer leur capacité à mobiliser leur énergie au service de leurs objectifs :

- Le partage des bonnes pratiques à partir d'un Brainstorming
- Une méthodologie pour modéliser les apprentissages
- Des débriefings et feedbacks réguliers au cours du training

Ainsi, les participants auront accès aux différents outils suivants :

- Retour d'expérience,
- Auto-analyse,
- Les techniques théâtrales,
- Apports didactiques

7. Informations pratiques

- Date : à déterminer
- Durée : 7h
- Lieu : à déterminer
- Nombre de participants : 12 maximum