

Argumenter et persuader pour faire adhérer

Efficacité relationnelle
Ref. AP



Objectifs

- Donner de soi-même une image positive et jouer de toutes les ressources expressives de la persuasion
- S'adapter au style de communication de son interlocuteur et établir avec lui un climat de confiance
- Obtenir une bonne qualité d'assentiment en préservant le libre arbitre de son partenaire
- Convaincre une personne récalcitrante et réussir à l'influencer favorablement

Pédagogie

- L'enregistrement d'études de cas à la vidéo permet d'analyser les points forts et les difficultés rencontrés par les participants
- L'animateur apporte ensuite les outils et les techniques permettant de s'entraîner et de progresser
- Des séquences d'argumentation et de persuasion préenregistrées sont proposées à l'analyse
- Remise d'un dossier de stage

Pré-requis

- Aucun

Préparation

- 3 semaines avant le stage chaque participant reçoit une convocation avec un questionnaire spécifique à compléter et nous retourner afin d'identifier ses axes de perfectionnement



Et ensuite, en option ...

- 3 entretiens téléphoniques d'1 heure, avec le formateur, répartis sur 3 mois
- Ou 2 heures d'entretien en face à face

Stages complémentaires :

- Maîtriser les fondamentaux de la négociation
- Pratiquer l'écoute active avec empathie

Programme

- **Les enjeux de la persuasion**
 - Argumenter, persuader, convaincre et négocier : des enjeux distincts
 - Quels sont les éléments sur lesquels on cherche à s'appuyer pour persuader ses interlocuteurs ?
 - en situation d'exposé,
 - en situation d'entretien.
- **Les registres d'argumentation**
 - Les 4 types d'argumentation
 - Le chemin critique de la persuasion
 - L'argumentation logique et l'argumentation contraignante
- **Développer son style de persuadeur.**
 - Les 7 étapes d'une démarche persuasive devant un auditoire
 - Les 2 approches pour persuader en face à face
 - Adapter son argumentation en fonction des sensibilités de l'interlocuteur
 - Comment faire face aux objections
- **Renforcer sa présence : faire passer sa conviction**
 - Le regard : un atout majeur
 - L'impact de la gestuelle
 - La voix véhicule des émotions : développer une voix de DIVAS
 - Le poids des mots : les mots et les expressions parasites à éviter
- **La gestion des résistances**
 - Les quatre conditions à remplir pour que la communication soit persuasive
 - Savoir écouter pour mieux appréhender la signification d'une résistance
 - Comment influencer une personne récalcitrante et faire face aux objections : art du détour, recadrage, recours à l'imagination
 - Exercer son pouvoir de conviction sans autoritarisme : doser concentration, enthousiasme et détermination
 - Savoir accompagner en souplesse son interlocuteur vers un changement d'attitudes face à l'exercice de l'influence

Public concerné

Managers, cadres, chefs de projet, tout collaborateur ayant à exercer de l'influence sur des interlocuteurs en mode transverse