

SEMINAIRE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC SPECIAL « SOUTENANCE COMMERCIALE »

Trois sessions exceptionnelles
à ne pas manquer :

- 1er et 2 décembre 2011
- 5 et 6 avril 2012
- 20 et 21 septembre 2012

Hôtel Littré **** 75006 Paris

**Commerciaux, soyez
«bons» lors des
présentations en clientèle :
maîtriser votre prise de parole
en soutenance !**

Comment (bien) présenter vos offres, faire passer vos messages-clés et convaincre vos interlocuteurs ?

**Deux pleines journées de formation professionnelle dédiées
à la soutenance commerciale (en groupe limité) !**

- *Comprendre sa mission de représentation, bien en délimiter le périmètre*
- *Elaborer le scénario de la soutenance – seul ou à plusieurs*
- *Connaître et intégrer les 5 règles d'or de la prise de parole en public*
- *Acquérir les techniques de concentration et de gestion du trac*
- *Définir la répartition des rôles et la tactique de présentation à plusieurs...*
- *Maîtriser la session de questions/réponses*
- *Bien utiliser les "slides" : place, rôle et nombre des aides visuelles*
- *Se démarquer de ses concurrents*
- *Séduire l'auditoire, rester authentique, professionnel et surtout... convaincre !*

**Ces 2 journées
vous permettent
de valider
16h de DIF.**

Une formation organisée par :



en partenariat exclusif avec Faits & Chiffres :



EDITO

Deux grandes journées de formation pour maîtriser ses interventions – seul ou à plusieurs - face aux prospects et aux clients

Parce que la conjoncture économique mondiale tend considérablement les marchés et que les donneurs d'ordres ont une emprise forte sur leurs dépenses et leurs fournisseurs, une pression de plus en plus grande repose sur les épaules des ingénieurs commerciaux, des avant-vente, des experts et de tous ceux qui participent directement à la rédaction, remise et soutenance d'appels d'offres.

Ainsi, les soutenances sont devenues des moments primordiaux dans ce contexte, qu'il ne faut pas gâcher. Pour les commerciaux, il s'agit d'assurer en prise de parole face aux clients et prospects. De la qualité de leurs prestations orales dépendent directement la perception qu'auront les donneurs d'ordres de l'entreprise, la valorisation des produits et services proposés, la compréhension des idées et valeurs qu'ils défendent. Aussi pour (bien) vendre aujourd'hui, il ne faut pas faillir en soutenance : au contraire il faut y briller !

Un bon « professionnel » - ingénieur commercial, ingénieur avant-vente, responsable exploitation, directeur régional, expert... - se doit de maîtriser la parole en public, la rhétorique ainsi que l'éloquence et d'en faire la preuve à maintes reprises tout au long de sa carrière.

Ce Séminaire « **Prise de parole en public – spécial Soutenance commerciale** » a pour objectifs de transmettre les bonnes pratiques de la prise de parole, de la préparation de la soutenance, mais aussi de celle du ou des orateurs. Fruit de nombreuses années d'expérience, ce séminaire se déroule à un rythme très soutenu, qui mixe en permanence les consignes théoriques avec la mise pratique en situation, les jeux de rôle et de simulation (toujours filmés et debriefés).

À Paris, dans un haut lieu de la prise de parole en public et des conférences, les stagiaires seront plongés dans un environnement d'expression professionnelle, en groupe de taille limitée et dans des conditions optimales de travail.

La **première journée** sera consacrée à la compréhension de l'acte de prise de parole, à la maîtrise de ses enjeux, du trac et au processus de préparation.

La **seconde journée** permettra aux stagiaires d'aborder les aspects de scénarisation, de tactique, de « mise en scène », en texte, en images et en mouvements de leurs interventions et de découvrir les meilleures façons de maîtriser les présentations, les questions-réponses et... de convaincre.

Ne manquez pas l'opportunité de vous former à la prise de parole, spécifiquement dans un contexte commercial et de vous donner les moyens d'être un orateur « qui marque et se démarque de ses concurrents », qui séduit et convainc ses futurs clients !

L'organisateur



A PROPOS DU FORMATEUR

Philippe Grange

Journaliste, animateur, formateur, producteur d'émissions (radio, télévision) et conseil en communication, Philippe Grange intervient lors de nombreuses animations de kick-off, conférences, séminaires, tables rondes et ateliers pour des organismes institutionnels, des entreprises, des conférences et salons professionnels.

Depuis de nombreuses années, il forme les dirigeants et des commerciaux dans le cadre de media training et de coaching (sous la marque Media dell'arte - <http://mediadellarte.free.fr>). Enseignant pour la Ville de Paris en 2007-2008 (cours à l'année pour adultes sur la prise de parole en public) ; formateur externe Cegos ; chargé de cours à l'université Paris XII de 2002 à 2009 auprès d'un Mastère II « Commerce électronique » ; formateur régulier pour le Benchmark Group ; il a développé deux nouvelles formations : « Speech Writing & Ecriture de direction » et « Concevoir et Rédiger une e-newsletter » et adapté ses formations de prise de parole spécifiquement à la « Soutenance commerciale ».

Philippe Grange est aussi, depuis plus de 15 ans, le directeur des Conférences de différents salons professionnels annuels (CRM-BI, ERP, Solutions Démat', Solutions Intranet et RSE, Apps Gen...).

Auteur de discours et de prises de position de dirigeants, il est formé à l'écriture de scénario, à la lecture publique, au théâtre, à la chanson. Il ajoute ainsi utilement à ses formations les bonnes pratiques de la scène.

Première journée de 9h00 à 18h00

Séduire, comprendre le jeu de la soutenance face au jury, maîtriser les risques de la prise de parole, surmonter ses craintes, gérer son trac

8h45 - Accueil des participants, café en salle

9h00 - Introduction

1. Savoir se présenter/présenter son entreprise aux clients et dans les différents contextes de soutenance

C'est le premier contact que les clients ont de l'équipe commerciale venue en soutenance. Il s'agit d'entrée de jeu de faire «bonne impression» (celle qui compte ?)

- Entre banalité et originalité : savoir se présenter individuellement
- Comment présenter l'équipe de soutenance
- Faire comprendre clairement les fonctions, responsabilités et prérogatives de chacun

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- Présentation professionnelle seul, lancée, à durée imposée face au jury
- Présentation sous forme de questions-réponses, sans durée imposée
- Présentation à plusieurs (3 personnes)

2. Les 5 règles d'or de la parole publique

Intervenir en public, c'est d'abord exposer sa personne et l'image de son entreprise. Comment maximiser le profit de cet exercice ? Comment diminuer les risques afférents ?

- Comprendre sa mission de représentation, bien en délimiter le périmètre dans le cadre d'une présentation chez un client
- Connaître et intégrer les 5 règles d'or de la prise de parole en public
- Séduire l'auditoire et surtout... convaincre !

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- « Le prénom inversé », parler d'un « autre »
- Lecture orale : découvrir/tester sa force de conviction
- Parler et répondre de moi et de l'entreprise (mini-interview par un journaliste)

13h00 - Déjeuner

3. Savoir se préparer et surmonter son appréhension

Cette partie permettra à chaque participant d'identifier ses craintes et de les surmonter lors de la prise de parole en public. Elle s'attachera aussi à lui révéler ses propres points forts - conscients ou non - et à mettre à profit les nombreux modes d'expression verbaux et non-verbaux dont il dispose.

- Concentration, gestion du trac : acquérir les techniques, connaître les trucs et astuces
- Échauffement, mise en tonicité de la voix
- Maîtriser ses attitudes face au jury
- Connaître et "jouer" de tous les paramètres de communication

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- Détermination d'un processus de préparation individualisé via des exercices (son, chant, respiration)
- Faire ressortir sa voix (exercices de diction, textes à dire, scénettes)
- Les mimes du visage : éprouver les messages non verbaux envoyés malgré soi au public
- Entrées/sorties et ancrages sur scène – avec différents objectifs CNV (Communication non verbale)

4. Peaufiner son intervention pour "être bon"

Comment bien adapter le contenu et le contenant à l'événement et au jury ? S'assurer d'être le bon interlocuteur et d'apporter quelque chose d'enrichissant à l'équipe de soutenance et au jury. Pourquoi et comment "mettre en scène" les messages à faire passer ?

- Structurer le fond de son discours, dans l'axe de la réponse à l'appel d'offre
- "Scénariser" l'événement
- Se répartir les rôles

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- « Scénarisation » en groupe d'une soutenance réelle
- Jeu du « Défendez-vous » face au jury (1er volet : sans question de la salle)

18h00 : Debrief et fin de la première journée

Seconde journée de 9h00 à 17h30

Adapter le contenu du discours à l'auditoire, le mettre en scène, surprendre, convaincre...

8h45 - Accueil des participants, café en salle

5. Quelles aides (fiches, slides, par-cœur) et comment s'en servir ?

Arriver la tête et les mains vides qui plus est sans slide face à un public n'est pas dans l'air du temps.

Encore faut-il savoir comment ne pas en faire trop en la matière, car le mieux est, là-aussi, l'ennemi du bien...

- Quel recours au "par-cœur" ?
- Comment composer avec ses fiches ?
- Du bon usage des "slides" : place, rôle et nombre des aides visuelles

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- Jeu des « rôles » à travers un exercice dirigé : test des prérogatives de chaque membre d'un groupe de soutenance
- Extrait d'une soutenance réelle que l'on va jouer, rejouer et « muscler » puis « booster » avec des paramètres scéniques spécifiques

6. Maîtriser toutes les facettes de la prise de parole "on stage"

Ce module analysera, dans sa chronologie naturelle, toutes les étapes-clés d'une prestation publique : de la prise en compte des paramètres techniques (pupitre, son, diaporama, gestion du temps...) à la qualité finale de la communication, en passant par l'interactivité avec la salle.

- Réussir son "entrée en scène"
- Survivre aux 3 premières minutes...

13h00 - Déjeuner

- Faire face à l'auditoire, prendre possession des lieux, soutenir l'attention du jury
- Ecouter, détecter et maîtriser les réactions de la salle
- Gérer la session de questions/réponses
- Savoir terminer la soutenance et réussir la sortie

Exercices/jeux/simulations (filmés, avec debrief et re-jeu si nécessaire) :

- Découverte et application en groupe de techniques de baisse du stress
- Jeu du « Défendez-vous » face à l'auditoire (2ème volet : avec les questions de la salle)
- « Qui a cassé le vase de Soissons ? », jeu pour évaluer et renforcer ses capacités de persuasion
- les « Murs » : jeu à base de lecture orale permettant de s'adapter aux attitudes de l'auditoire (désintérêt/inattention, agressivité ouverte, défiance...)

6. En fin de formation

Le « Grand Oral », un jeu complet scénarisé mettant tous les stagiaires à contribution permet de terminer « en beauté » les deux jours de formation à travers une « soutenance-surprise ». Et d'attirer l'attention de chacun d'eux sur les points à surveiller et/ou travailler individuellement.

17h30 - Debrief individuel et fin de la formation

Programme non contractuel, peut être soumis à modifications et ajustements

SEMINAIRE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC SPECIAL «SOUTENANCE COMMERCIALE»

Trois sessions exceptionnelles :

- 1er et 2 décembre 2011
- 5 et 6 avril 2012
- 20 et 21 septembre 2012

Hôtel Littré **** 75006 Paris

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Directeurs commerciaux
- Ingénieurs commerciaux
- Ingénieurs avant-vente
- Directeurs de projet
- Directeurs marché, client ou produit
- Managers fonctionnels ou opérationnels
- Experts
- Responsables exploitation
- Négociateurs
- Autres professionnels amenés à s'exprimer publiquement...

www.formations-infopromotions.com

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Découvrir ses points forts individuels
- Corriger et surmonter ses points faibles
- Comprendre les vrais enjeux d'une prise de parole en soutenance
- Maîtriser les règles d'or
- Bien attribuer les rôles de chaque participant au sein du groupe de soutenance
- Scénariser la soutenance
- Rendre efficace son support de présentation (slides)
- Découvrir les bonnes pratiques préparatoires
- Séduire, convaincre ET rester authentique
- Se démarquer de ses concurrents
- Ne pas avoir peur de l'auditoire
- Gérer les questions de la salle
- Savoir organiser, mettre en scène, en texte et en images sa communication orale
- Devenir un « bon orateur »

TARIFS

	(HT)	TVA	
Prix unitaire de la formation	1 230,77 €	241,23 €	

Prix TTC
1 472,00 €

Ces prix comprennent :

- la formation,
- les pauses-café,
- 1 déjeuner par jour et par personne
- un support de cours remis à chaque participant

Rencontre Annuelle des Responsables Communication Interne

Jun 2012 – Paris

Avec 20 études de cas et des démos on-line

Communication de changement

Communiquer en période de forts changements pour faire partager la stratégie de l'entreprise et fédérer vos collaborateurs

Journée spéciale Intranet

Faire de l'intranet l'outil incontournable de collaboration et d'information

Rencontres du e-learning et de la formation mixte

Mai 2012 - Paris

Avec 16 études de cas

Exploitez le e-learning pour rentabiliser votre dispositif de formation et améliorer les compétences de vos collaborateurs

Pour plus d'information sur nos formations : www.formations-infopromotions.com

BULLETIN D'INSCRIPTION

AU SEMINAIRE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC, SOUTENANCE COMMERCIALE 2011-2012

A PHOTOCOPIER ET A RENVOYER ACCOMPAGNÉ DE VOTRE REGLEMENT A :

INFOPROMOTIONS - 15, rue de l'Abbé Grégoire 75006 Paris - **Fax : 01 44 39 85 37**

Vos coordonnées :

M. Mme Mlle
Nom.....Prénom.....
Société.....
Adresse.....
.....
CP.....Ville.....
Tél.....Fax.....
E-mail.....
Fonction.....
Service.....
Activité.....Effectif.....
Code NAF [.....]

Personne à contacter pour toute information concernant votre stage :.....
Adresse de facturation (si différente de celle indiquée ci-dessus) :
Société.....
Nom/prénom :
Adresse :
CP :Ville :Pays :
Tél :Fax :

Oui je m'inscris au séminaire des :

- 1^{er} et 2 décembre 2011
 5 et 6 avril 2012
 20 et 21 septembre 2012

Prix (HT) (Pour 1 inscription))

1 230,77 €

TVA

241,23 €

Prix (TTC)

1 472,00 €

Les prix comprennent la formation + les pauses café + les déjeuners + les supports de cours remis aux participants.

Pour connaître nos tarifs de groupe (à partir de 3 personnes et +) ; pour organiser une formation de groupe personnalisée en intra ; pour toute question administrative contactez-nous au 01.44.39.85.27 ou par mail : e.gandy@infoexpo.fr

PAIEMENT :

- Je règle par chèque bancaire à l'ordre d'INFOPROMOTIONS
 Je règle par virement bancaire

Date2011

Cachet

RIB - IDENTIFICATION DE COMPTE NATIONAL

Code Banque 30056	Code Guichet 00687	Numéro de compte 06877201214	Clé RIB 82
----------------------	-----------------------	---------------------------------	---------------

IBAN - IDENTIFIANT INTERNATIONAL			Code BIC
FR76	3005	6006 8706 8772 0121 482	CCFRFRPP

Domiciliation : HSBC FR PARIS ETOILE

Titulaire du compte : INFOPROMOTIONS SA - 15, rue de l'Abbé Grégoire - 75006 Paris
APE : 8230Z - SIRET : 328 296 652 00063

Signature du titulaire :

- Je règle par carte bancaire : Visa Eurocard Mastercard Amex

N° Date d'expiration

Nom du titulaire

Montant du débit accepté € TTC

Règlement :

Chaque inscription est nominative. Si plusieurs personnes de la même société désirent participer, il suffit de nous renvoyer pour chaque personne une photocopie dûment remplie du bulletin. L'accès aux salles de séminaires n'est possible qu'après paiement des inscriptions. Une facture acquittée vous sera adressée dès réception de votre formulaire.

Les informations sont destinées à l'organisateur et peuvent être cédées à des organismes extérieurs, sauf si vous cochez la case suivante :
Conformément à la loi Informatique & liberté du 6 janvier 1978, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification de données vous concernant. Pour exercer ce droit adressez-vous à r.chavanne@infopromotions.fr

Inscription :

Nous sommes déclarés organisme de formation.

Si vous souhaitez une Convention de Formation Professionnelle dès réception de votre inscription, cochez la case suivante :
A l'issue de la formation, vous recevrez une attestation de présence.

Annulation :

Toute Annulation ou report doit nous parvenir impérativement par écrit.

- vous annulez ou reportez plus de 15 jours avant la date du stage, des frais de dossier d'un montant de 200 € TTC vous seront retenus
- vous annulez ou reportez moins de 15 jours avant la date du stage, la totalité du montant du stage restera due
- vous pouvez vous faire remplacer à tout moment, en nous communiquant par écrit les noms et coordonnées du remplaçant
Infopromotions se réserve le droit de modifier le programme si malgré tous ses efforts, les circonstances l'y obligent.

Hôtel Le Littré
9, rue Littré
75006 Paris

Tél : 33 (0)1 53 63 07 07
Fax : 33 (0)1 45 44 88 13
www.hotellittreparis.com
Métro : Montparnasse,
St-Placide, Rennes