



PRISE DE PAROLE : SAVOIR COMMUNIQUER ET FAIRE ADHERER LES EQUIPES AUX VALEURS DE L'ENTREPRISE

Référence EXPFRA 13

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir communiquer de façon efficace auprès des équipes pour faire passer message clair sur les valeurs ;
- Acquérir les techniques d'adhésion à l'oral pour motiver et fédérer les membres de son équipe.

Public concerné

- Tout manager (junior ou senior), et en particulier en RH, qui a la responsabilité de porter les discours de l'entreprise sur les valeurs vers les équipes.

Prérequis

- Avoir déjà mis en œuvre les fondamentaux de la prise de parole.

Durée

- Deux jours (14h) en groupe, 1 jour en coaching individuel.

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings et présentiel ;
-

Méthodes pédagogiques

- Démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Prises de paroles filmées et débriefées en mode challenging ;
- Travail sur les thématiques et supports audiovisuels des apprenants (application opérationnelle).

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert, coach certifié ;
- Méthodologie unique ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- PowerPoint utilisé pendant la formation ;



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de trois guides de Patrick JAY : « Faites passer vos messages et commentez vos slides comme un pro ! » et « Présentez pour convaincre ».

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les managers, et en particulier ceux des RH, doivent régulièrement informer et convaincre leurs équipes des nouvelles orientations et des choix de l'entreprise.

Or, ces discours sont souvent reçus avec une oreille critique, et font face à de nombreuses réticences - voire oppositions - techniques et psychologiques de la part de chaque collaborateur en particulier et de l'équipe dans sa globalité.

Car, par manque de savoir-faire sur la construction et la présentation de leurs discours, de nombreux managers ont du mal à faire adhérer leurs équipes aux projets de valeurs qu'ils portent ; avec pour conséquence un manque d'engagement qui met ce projet en danger.

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-public.fr

www.face-public.fr

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte aux participants les techniques de conception, de construction, de présentation et d'argumentation d'un discours sur les valeurs auprès d'équipes.

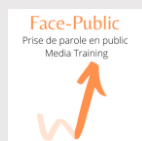
Les participants apprennent à présenter clairement et simplement les tenants et aboutissants de l'adoption de nouvelles valeurs par l'entreprise, et à vulgariser les enjeux et impacts, pour mieux faire adhérer leurs publics à cette nouvelle proposition.

Cette formation donne toutes les méthodes de construction du discours et de rhétorique pour pouvoir amplifier les motivations, et fédérer les collaborateurs autour des valeurs communes à l'équipe, l'entreprise et aux individus.

Son ainsi étudiées les techniques d'influence par conviction et persuasion qui permettent d'être à l'aise dans l'argumentation orale, ainsi que les techniques d'argumentation par les valeurs, de style leadership.

Cette formation apporte les techniques supérieures de perfectionnement des compétences en prise de parole en public lors des réunions internes.

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-public.fr

www.face-public.fr

Influencer, faire adhérer à l'oral : besoins et mécanismes

- Mécanismes psychologiques de l'influence par le discours : individu, groupe et équipe ;
- Connaître et dépasser les obstacles à l'argumentation ;
- Convaincre par la démonstration, persuader par sa personnalité : deux canaux d'influence complémentaires ;
- Dépasser les réticences de la perception du discours managérial ;
- Découverte des grilles d'argumentation à l'oral.

Être stratégique dans la création du discours d'influence

- Identifier son public pour adopter une communication adaptée ;
- S'appuyer en permanence sur les doubles principes de : négociation raisonnée d'Harvard et négociation émotionnelle ;
- Réception positive du discours et des arguments : impérativement prendre en compte le contexte.

Structurer clairement son discours pour mieux faire adhérer

- Définir son objectif et son message essentiel ;
- Construire son discours avec méthode : les 3 étapes ;
- Dissocier informations essentielles et périphériques ;
- Choisir le bon plan pour son intervention ;
- Les arguments : rôle, classification, place et utilisation ;
- Savoir se faire « l'avocat du diable » pour mieux anticiper et désamorcer les objections.

Bien argumenter pour faire adhérer aux valeurs communes

- La cohabitation des valeurs d'entreprise, d'équipe et individuelles ;
- Valoriser la légitimité des valeurs respectives ;
- Sélectionner les arguments de valeurs : critères à suivre ;
- Savoir concilier les valeurs individuelles, d'équipe et d'entreprise ;
- Utiliser les similitudes de valeurs pour faire accepter le discours ;
- Dépasser les oppositions en mettant en avant les valeurs communes (grandeurs) ;
- Utiliser la dynamique de groupe pour faire émerger des valeurs / grandeurs communes.

Bien argumenter pour mieux persuader

- Sélectionner les arguments de persuasion : critères à suivre ;
- Proposer un angle de présentation adapté à la proximité des interlocuteurs ;
- Faire mémoriser les idées essentielles par les expressions kinésiques (langage du corps, gestuelle) ;
- Affirmer et valider ses arguments par la preuve sociale ;
- Savoir objecter efficacement sur les contre-argumentations persuasives ;
- Donner à voir par des exemples concrets, faire vivre grâce à des illustrations ;
- Faire s'imaginer avec les analogies ;
- Dynamiser l'expression grâce aux enchaînements rhétoriques ;
- Articulation, expression et fluidité en discours de persuasion ;

Bien argumenter pour mieux convaincre

- Transmettre un message clair et structuré à son public ;
- Énoncer clairement les parties du message et signaler les transitions ;
- Sélectionner les arguments de conviction : critères à suivre ;
- Organiser efficacement ses arguments ;
- Signaler clairement la hiérarchie de ses arguments ;
- Démontrer ses arguments en reliant les éléments successifs de l'expression ;
- Pouvoir citer ses sources pour renforcer sa crédibilité ;
- Savoir traiter les contre-arguments de conviction ;
- Rester centré sur son message principal grâce aux bons mots clés ;
- Bien synthétiser et conclure de manière décisive son intervention ;

- Savoir intégrer les arguments de conviction dans son discours et ses supports multimédias (slides, visuels, vidéos)
- Savoir utiliser les leviers de conviction lors de la séance de questions réponses et en toute occasion d'interactivité

MODALITES D'ACCES 2022

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Dates, lieux, tarifs

Sessions intra et coachings :

Dates, lieux et tarifs sur devis personnalisé, nous consulter.

6 participants max. par session pour un travail poussé et feedbacks individuels.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-equipe.fr
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.
Interface Zoom.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-public.fr

www.face-public.fr

Actualisation : septembre 2024