



Formation inter (ou intra) :
**La communication d'influence
à vocation commerciale.**

NEC-OTIUM
DONNEZ UNE CHANCE À LA CONCORDE

**Accroître sa capacité de persuasion
dans une relation commerciale**

Objectifs de la formation :

***Donner à chaque participant les outils fondamentaux
leur permettant de :***

- *Faire des présentations orales convaincantes face des clients, des prospects ou des partenaires commerciaux décideurs afin d'orienter leurs décisions dans le sens de vos projets.*
- *Conduire efficacement des entretiens individuels ou collectifs afin d'obtenir de vos interlocuteurs des engagements allant dans le sens de vos projets.*

Publics concernés

Développeurs d'affaires, responsables de comptes-clés, managers commerciaux, responsables de développement, conseillers commerciaux...

Prérequis : Aucun.

Profil des formateurs

Nec-Otium fait appel à des **consultants-experts** très expérimentés, aux multiples références sur tous les terrains d'entreprises. Praticiens reconnus, ils sont passés par les plus grands cabinets spécialisés en négociation et en techniques d'influence. [Voir profils](#)

**A l'issue de cette formation
les participants seront à même de :**

- Reproduire le schéma de la communication entre "interlocuteurs".
- Repérer les profils de "décideur" de leurs clients ou partenaires commerciaux et discerner leurs modes de prise de décision.
- Adapter la formulation de leurs messages aux caractéristiques de chaque profil afin de bien capter l'attention sur les points forts.
- Identifier les points faibles de leurs messages, prévenir les "points de minage", les objections voire les critiques.
- Adapter leur communication aux postures de leurs interlocuteurs au cours d'entretiens commerciaux ou de présentations orales.
- Utiliser les techniques d'écoute active et de maïeutique pour conduire efficacement les échanges et les orienter positivement.

Prix inter : 1250 euros HT par pers

(collations et déjeuners compris dans le prix)

Prix intra : 2500 euros la journée consultant

Dates et lieux pour l'inter :

[Cliquer ici](#)

Contact : r.davigneau@nec-otium.fr

+32496518998



NEC-OTIUM
DONNEZ UNE CHANCE À LA CONCORDE

‘La communication d’influence à vocation commerciale’

Déroulé du programme :

- L'accueil est prévu chaque jour dès 8h avec café ou thé, + jus de fruit
- Des pauses de 15 minutes avec collations sont prévues vers 11h00 le matin et 15h00 l'après-midi.
- Les déjeuners sont programmés entre 12h30 et 13h45

Première journée : Influencer des décideurs

- 9h00** Accueil– Tour de présentation.
- 9h30** **Introduction : processus "d'interlocution"**
- Les stratégies de relation face aux enjeux des acteurs.
 - Le schéma de la communication entre interlocuteurs.
 - Mesurer l'impact des variables : psychologique (génération des comportements d'approche ou d'évitement), cognitive (l'incidence des biais cognitifs sur les modes de décision) et *sociale* (statut et rôle social, le prisme des représentations.)
 - L'influence : une stratégie persuasive pour orienter la manière d'agir de son interlocuteur en tenant compte de son mode d'interaction.
 - Être audible, intelligible dans le système cognitif de l'Autre.
- 10h15** **Exercices illustratifs inspirés des expériences de Asch, de Razan et de Milgram.**
- 11h15** **La communication d'influence face à un décideur.**
- Les modes d'interactions caractérisant des profils type de décideurs. La manière d'aborder chaque profil dans une communication d'influence à visée commerciale.
 - Comment déceler le profil du décideur ? Comment structurer son message en conséquence ? (la technique SFM).
- 11h50** **Exercices intercalés et Jeux de rôle – En binôme les participants préparent des messages adaptés aux profils de clients ou de partenaires commerciaux qu'ils souhaitent influencer.**
- 13h45** **Les leviers de l'influence face à un groupe décideurs.**
- Les matrices des jeux d'influence au sein d'un groupe.
 - Les leviers relationnels des "réseaux de soutien".
 - La *gestion des oppositions* et des "chausses-trapes", la réponse aux objections, l'esquive des attaques.
 - La métacommunication face à la défiance ou à l'hostilité.
- 14h45** **Jeux de rôle : A partir de situations réelles, les participants simulent des présentations commerciales face à un groupe en les contextualisant. Débriefing technique et video.**
- 17h15** **Conclusion** et tour de table.

Seconde journée : Influencer dans l'interaction individuelle

- 9h00** **Rappel** des points clés abordés en J1.
- 9h20** **La maîtrise de l'échange commercial interindividuel.**
- Retour d'expériences sur les difficultés rencontrées.
 - Relevé des analyses sur ce qui semble le plus ardu à maîtriser;
- 9h30** **Exercice de type méta-plan** faisant ressortir une typologie des postures commerciales problématiques.
- 10h20** **Analyser les profils posturaux des interlocuteurs commerciaux.**
- Le mode de relation et le mode d'interaction : deux axes déterminants des "postures" dans l'échange commercial.
 - La typologie des postures : ("défiant", "coopératif", "normatif", "fuyant"). Ce qu'elles révèlent des tensions et affects induisant les comportements dans l'échange.
 - Face aux postures perçues, comment interagir efficacement ?
- 11h55** **Exercice d'entraînement et de simulation** sur des mini cas inspirés de situations réelles.
- 13h45** **Techniques d'influence appliquées à l'entretien commercial.**
- Les techniques oratoires dans l'interlocution. Le "triangle vertueux" de de l'échange face à un prospect ou à client.
 - Les apports des techniques d'écoute active et de focalisation dans la conduite de l'échange.
 - La maîtrise de la tension interpersonnelle.
 - La spécificité de l'argumentation commerciale : se caler sur la subjectivité de l'interlocuteur dans sa perception des enjeux pour amener une forme d'objectivation positive.
- 15h15** **Jeux de rôle : Préparation et simulation d'entretiens commerciaux dans différentes configurations d'affaires. Débriefing technique et video par l'animateur.**
- 17h15** **Conclusion**, Quiz des compétences acquises, tour de table final et évaluation.