

# Argumenter, Convaincre, Influencer

*Jongler avec les mots pour atteindre ses objectifs*

**Code web :** 6ACIO | **Durée :** 2 jours (16 h en présentiel)  
Durée (à distance) : 2 jours (14 h) | **Prix :** 1290.00 € HT (1548.00 € TTC)

## ➤ PUBLIC

Commerciaux, négociateurs, acheteurs.  
Collaborateurs des services RH.  
Cadres dirigeants.  
Managers de transition.

## ➤ PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## ➤ OBJECTIFS

- ▷ Construire des argumentaires rigoureux en adéquation avec les préoccupations de ses interlocuteurs.
- ▷ Optimiser son impact personnel et celui de ses messages.
- ▷ Gagner l'adhésion par la force de ses convictions, la pertinence de ses idées et le choix judicieux des mots.
- ▷ Influencer ses interlocuteurs jusqu'à la prise de décision.

## ■ PROGRAMME

### Bâtir son discours

- Analyser le contexte et les enjeux, clarifier ses objectifs.
- Produire les matériaux de son argumentaire : les techniques d'argumentation de créativité.
- Construire un plan solide : mise en bouche, articulation des idées, anticipation des objections, call to action.
- Adapter son argumentaire à ses interlocuteurs : de l'exposition des bénéfices au choix des mots.

### S'exprimer avec brio

- Communiquer avec charisme : les piliers de la confiance en soi et du leadership.
- Être convaincu pour convaincre : la force de persuasion.
- Prendre la parole avec facilité et moduler sa voix : l'impact des émotions.
- Maîtriser le langage non verbal : synchronisation, dynamique personnelle, regard persuasif.

### Accrocher et soutenir l'attention

- Créer la confiance : l'empathie, la persuasion, l'art du mot juste.
- Réussir ses présentations : l'implication personnelle, les illustrations percutantes.
- Adapter son impact à la situation : entretien, réunion, prise de parole en public.
- Jouer de l'intelligence émotionnelle à bon escient : la mobilisation des soft skills.

### Conduire à la prise de décision

- Cartographier les forces en présence : les alliés, les opposants, les acteurs passifs.
- Influencer, persuader, convaincre : une approche proactive et progressive.
- S'adapter au profil de son interlocuteur : l'écoute active, la reformulation des objectifs, la canalisation.
- Convertir les objections en arguments : les quatre étapes du traitement des doutes.

**Positionnement :** Un test de positionnement sera envoyé aux participants en amont de la formation.

**Tour de table** pour recueillir les attentes des participants.

**Moyens pédagogiques :** Support de cours - Exercices pratiques - Mises en situation

**Évaluation des acquis :** Réalisée en fin de formation par un questionnaire.

**Sanction de la formation :** Attestation de fin de formation