

REFORCER SA COMMUNICATION D'INFLUENCE ET SON IMPACT

Comprendre les mécanismes psychologiques de l'influence dans la vente complexe, développer un discours impactant et adapté aux décideurs, maîtriser les techniques d'influence éthique et de persuasion positive, renforcer sa crédibilité et sa capacité à convaincre, et gérer avec assurance les interactions difficiles ou objections d'autorité.

PROGRAMME

1.COMPRENDRE LES LEVIERS PSYCHOLOGIQUES DE L'INFLUENCE

Identifier les principes fondamentaux de l'influence positive
Cialdini's 6 Principles, analyse des biais cognitifs clés en B2B, Influence Map.

Décoder les dynamiques de pouvoir et de décision complexe
Analyse du Decision Making Unit (DMU), repérage des leaders d'opinion internes, Stakeholder Power Mapping.

Différencier manipulation et influence constructive
Ethical Influence Framework, positionnement assertif et intégrité commerciale, stratégie "Gagnant – Gagnant – Durable".

2.CONSTRUIRE UN MESSAGE D'INFLUENCE CLAIR ET PERCUTANT

Structurer son discours pour capter et maintenir l'attention

Storytelling stratégique, modèle SCQA (Situation, Complication, Question, Answer), Message Canvas.

Adapter son message selon le profil décisionnel du client

DISC Influence+, typologie de communication décisionnelle, modulation du ton, du rythme et du niveau de détail.

Renforcer la clarté et la mémorisation du message

Techniques de "chunking" verbal, analogies, ancrage visuel, Impact Pitch Template.

3.DÉVELOPPER UNE PRÉSENCE ET UN IMPACT PERSONNEL FORTS

Travailler son langage corporel et sa congruence

3V (Verbal, Vocal, Visuel), techniques de cohérence entre message et posture, Presence Feedback Grid.

Gérer la prise de parole en environnement à fort enjeu

Ancrage respiratoire, storytelling exécutif, maîtrise du silence stratégique, Executive Speaking Framework.

Inspirer confiance et leadership dans la communication

Authenticité, alignement émotionnel, cohérence comportementale, "Presence – Purpose – Passion".

4.INFLUENCER SANS AUTORITÉ ET CONVAINCRE LES DÉCIDEURS

Convaincre des interlocuteurs de haut niveau sans rapport hiérarchique

Influence latérale, Trust Triangle, co-construction d'objectifs, communication "pair à pair" et reconnaissance du pouvoir d'autrui.

Gérer les objections et résistances émotionnelles avec assertivité

DESC Model, "Yes and..." method, recadrage positif, gestion du désaccord sans conflit.

Conclure avec impact et mémorisation durable

Call to Action émotionnelle, Story Close, ancrage des bénéfices mutuels, Influence Playbook.

RÉF.: SK-Cl

DURÉE

2 Jours

CIBLE

Commerciaux B2B et Grands Comptes, Account Managers, Sales Executives, Managers commerciaux, Consultants avant-vente.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience en négociation ou en présentation auprès de clients B2B ou Grands Comptes.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les mécanismes psychologiques de l'influence dans la vente complexe.
- Développer un discours impactant, clair et adapté aux décideurs.
- Maîtriser les techniques d'influence éthique et de persuasion positive.
- Renforcer sa présence, sa crédibilité et sa capacité à convaincre dans la durée.
- Gérer les interactions difficiles ou les objections d'autorité avec assurance.

PÉDAGOGIE

- Approche expérimentelle : jeux de rôle, présentations filmées, feedback collectif.
- Exercices d'entraînement à la prise de parole et à la persuasion.
- Cas réels : préparation et simulation de présentations stratégiques clients.
- Coaching individuel : analyse de l'impact verbal et non-verbal de chaque participant.