

Apprendre à convaincre, être force de proposition

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Apprendre à communiquer pour convaincre et négocier. Utiliser la force de persuasion.

PUBLIC CONCERNÉ

Présidents, trésoriers et membres des associations de l'Essonne

PRÉREQUIS

Pas de prérequis

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

3 heures en distanciel

JUSQU'À 15 STAGIAIRES

MOYENS TECHNIQUES

1 connexion Internet, un ordinateur connecté

FORMATIONS EN LIEN:

La Programmation Neuro-Linguistique (PNL) pour mieux communiquer

La voix, pour gagner en conviction lors de vos prises de paroles

Savoir présenter son association à un sponsor/mécène en 5 mn

Comment captiver son auditoire et retenir son attention ?

Sensibilisation à la communication non verbale (les gestes de la parole)

Savoir pratiquer l'écoute active (forum...)

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exercices d'application concrète, atelier

LIEU DE LA FORMATION

ZOOM : en distanciel

CONTENU DE LA FORMATION

Les fondamentaux de la communication

1 – Qu'entend-on par force de proposition? Par force de conviction?

2 – Argumentaire

3- S'adapter à son interlocuteur

4- Le comportement

5- La communication en négociation

Conclusion : Bonne pratiques

PROFIL DU (DES) FORMATEUR(S)

Nathalie VINCENT – Présidente d'association– Présidente OpenMind

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rendus ateliers et questionnement en fin de session