



RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS CLIENTS ET SOUTENANCES COMMERCIALES

Faire la différence à l'oral avec des présentations convaincantes



PROGRAMME

Accessible en :



Intra-entreprise



Training individuel



J -15 > questionnaires avant-stage ciblant contexte, mission, difficultés et cas pratiques relayés par les participants



Jour 1

1 | Préparer efficacement son intervention

- ▶ Le recensement de ses arguments avec le schéma CAP
- ▶ La mise à jour de ses arguments spécifiques
- ▶ L'anticipation des objections
- ▶ Les 5 questions préalables à se poser
- ▶ L'introduction et la conclusion de sa présentation



2 | Construire son pitch commercial de présentation

- ▶ Les étapes d'un pitch personnel
- ▶ L'intérêt d'un pitch commercial générique
- ▶ L'objectif et les points clés
- ▶ La hiérarchisation de l'information



3 | Concevoir efficacement ses supports visuels

- ▶ La conception d'une diapositive en 4 temps
- ▶ Les 8 principes de conception graphique à respecter
- ▶ Les principes de rédaction
- ▶ Les 3 modes de présentation : diapocumont, le téléprompteur, présentation
- ▶ La technique de "l'homme invisible" pour valider la pertinence des informations transmises



Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel



Jour 2

Réactivation des acquis du jour 1

4 | Animer efficacement sa présentation commerciale

- ▶ Les 20 critères de la communication orale en public à respecter (10 critères de fond/ 10 critères de forme)
- ▶ La position de l'orateur
- ▶ La dynamique de groupe
- ▶ Le déroulement de la présentation



5 | Gérer l'interactivité

- ▶ Les moyens d'obtenir l'implication de l'auditoire et d'éviter l'indifférence
- ▶ Le repérage et l'utilisation d'alliés
- ▶ Les signes de lassitude et de déconcentration de l'auditoire
- ▶ La trame SARCAQ pour traiter les objections
- ▶ La séance de questions /réponses



6 | Réussir la co-animation

- ▶ Le partage des rôles
- ▶ Les règles de fonctionnement explicites pour ne pas se contredire mutuellement
- ▶ Les codes à prévoir
- ▶ Le rôle spécifique du suiveur et les marqueurs comportementaux.



Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel
- ▶ **Eval'formation** et remise des attestations



S.A.V. Pédagogique : Crédit mail 7/participant pendant 6 mois.



Objectifs pédagogiques
COMMENT FAIRE POUR ...

- 1 Préparer efficacement son intervention
- 2 Construire son pitch commercial de présentation
- 3 Concevoir efficacement ses supports visuels
- 4 Animer efficacement sa présentation commerciale
- 5 Gérer l'interactivité
- 6 Réussir la co-animation



EVAL'FORMATION

Avant la formation : Identifier ses **attentes**, ses enjeux, remonter ses **difficultés**, son **contexte**

En fin de formation : **Auto-évaluer sa progression personnelle** sur chaque objectif pédagogique

Après la formation : **Donnez votre avis** sur l'utilité de la formation de retour à votre poste de travail !



PROFIL DE L'INTERVENANT

Consultant Senior et coach expert de la communication interpersonnelle



PUBLIC

Personnes concernées : Tout salarié amené à gérer des situations conflictuelles dans son environnement de travail et désireux d'améliorer sa communication

Prérequis : Aucun

Effectif : min. 3 - max. 8 participants



MODALITÉS

Intra-entreprise : organiser cette formation dans votre entreprise en présentiel ou en distanciel

Training individuel : formation accessible en "one to one" : durée et schéma pédagogique adaptés

[Cliquer pour demander un devis détaillé](#)

Les activités pédagogiques Capite Corpus



DéclIC > prendre conscience...



MécanIC > s'approprier une méthode...



PratiC > se mettre en situation...



VériDIC > s'entraîner dans son contexte...



Vous êtes en situation de **handicap** : nous sommes là pour personnaliser votre accompagnement : [nous contacter](#)