

Programme de formation

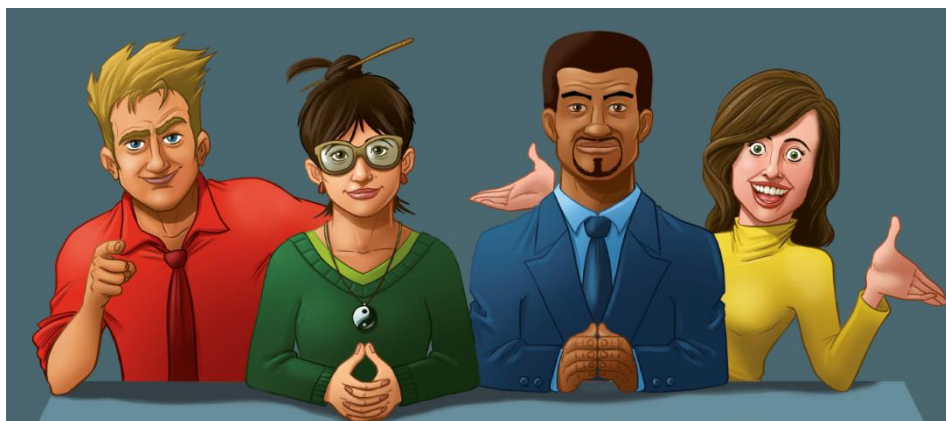
Présenter son entreprise auprès des organismes externes

Les objectifs de la formation

1. Reconnaître le profil de vos interlocuteurs
2. Améliorer votre communication selon les différents profils d'interlocuteurs
3. Élaborer un pitch de présentation pertinent
4. Définir un pitch de présentation selon le profil de l'interlocuteur et son objectif
5. Donner le rythme, évaluer la durée et savoir impacter en un temps réduit

Notre outil DISC :

- Il s'agit d'une analyse comportementale qui permet de mieux se connaître, mieux se comprendre, et mieux comprendre les autres et leurs besoins dès lors qu'ils entrent en relation avec autrui ou avec soi.
- Cette analyse est basée sur le modèle du DISC de Marston. Celui-ci décrit 4 grands styles comportementaux (Dominance, Influence, Stabilité et Conformité), chacun d'eux étant représenté par une couleur à des fins mnémotechniques.



ROUGE	VERT	BLEU	JAUNE
Exigeant, énergique et orienté résultat	Social et attentionné	Structuré et méthodique	Communiquant, enthousiaste et influent

L'analyse DISC Styles © met en avant le comportement de base et le comportement adapté de chacun. Le modèle DISC permet alors de comprendre comment nous nous adaptons à notre milieu professionnel et avec les gens qui nous entourent. Il décrit nos forces et nos limites suivant les situations. Mais surtout, il permet d'améliorer notre mode de communication, notre efficacité

au travail.

Les contenus de la formation

Les profils DISC

- Présentation de la méthode DISC® : principes et origines
- Découvrir les 4 typologies de comportement et leur couleur : "dominance", "influence", "stabilité", "conformité"
- Les émotions génératrices d'énergie
- Les Forces motrices
- Le profil naturel et le profil adapté

Les règles d'or du pitch commercial

- Les règles d'or du pitch commercial
- Identifier les différentes phases de son pitch
- Donner le rythme, évaluer la durée et savoir impacter en un temps réduit
- Atelier création de son propre pitch commercial
- Définir ce que je dois dire à chaque fois
- Identifier ce que mon interlocuteur doit retenir
- Définir ce qui me différencie des autres & mettre en avant ma valeur ajoutée
- Engager le dialogue à l'issue du pitch commercial

Nos principes d'action

- Une pédagogie interactive favorisant l'acquisition des savoirs, savoir-faire et savoir-être. Alternance d'apports théoriques et pratiques.
- Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.
- Projection PowerPoint
- Mises en situation
- Études de cas / Pratique directe

Évaluation

- Évaluation à l'issue de la formation QCM
- Evaluation de satisfaction par les participants
- Tour de table collectif avec le formateur en fin de formation pour un plan d'action
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation



GM! Conseil Formation EURL au capital de 3000€
22 rue Marquise de Barol • 49360 Maulévrier • 06.09.89.35.42
gmeriere@gm-conseil-formation.fr • www.gm-conseil-formation.fr
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 52490300149, auprès de la région Pays de la Loire
N° d'immatriculation : 799 459 573 R.C.S. Angers

- Evaluation à froid : à 3 mois.

Le public concerné

Toutes personnes en charge de la relation client, du management ou du marketing en entreprise

PRE-REQUIS :

- Aucun

Informations complémentaires

- Formation accessible aux personnes en situation de handicap : nous consulter
- Délai d'accès pour inscription : 1 mois.

Le lieu

- Formation chez le client

La durée et les horaires

- Formation présentielle de 4 heures, 8h30-12h30 ou 14h-18h00.

Le formateur

Ozias FOUTI : Formateur relation client, certifié DISC et Intelligence émotionnelle, Formateur GM ! Conseil Formation

Pour nous joindre : 06.09.89.35.42, gmerliere@gm-conseil-formation.fr