



# ARGUMENTER ET AIDER À LA PRISE DE DÉCISION

## Formation en distanciel

### LE PUBLIC CONCERNÉ PAR LA FORMATION

---

Les employés et responsables avec des missions commerciales, managériales.

### LES PRÉREQUIS

---

Sur volontariat.

### LES COMPÉTENCES VISÉES

---

- S'affirmer de manière valorisante et appropriée selon un fil d'Ariane (passé, présent, avenir).
- Gagner en discernement vis-à-vis de la communication digitale et de ses particularités.
- Identifier ses 3 relations avec la situation (le contexte, les autres, soi).
- Structurer la mise en valeur d'un objet ou d'une idée.
- Gagner en efficacité et en clarté par l'organisation et le partage de ses idées sous forme de carte heuristique (Edward de Bono).
- S'approprier des techniques et méthodes pour développer sa capacité à accueillir des « non », pour rebondir.
- Être orienté « solutions », par la distinction entre des problèmes dits « réels » ou « hypothétiques » liés aux objections ou refus après une proposition.
- Agir par la résolution de manière continue des problèmes dits « réels » liés à l'écoute et au besoin de questionner, etc...

### LES MOYENS TECHNIQUES D'ENCADREMENT

---

Un déroulé mixte alternant :

- Un approfondissement affiné de chaque item, selon le niveau, « initiation » ou « perfectionnement », d'après la synthèse des réponses à un questionnement transmis en amont de l'action.
- Une formation synchrone (4 séances collectives de visioconférence).

## LES MOYENS PÉDAGOGIQUES

---

Page | 2

- La messagerie électronique et le téléphone.
- Un support de formation (pour les séances de visioconférence) et des annexes (pour les cas pratiques).
- L'application « Zoom » (compte formateur).
- L'application « Trello » pour la gestion des tâches.

## LA DURÉE DE L'ACTION

---

14 heures de formation synchrone, soit 4 séances de visioconférence de 3h30 chacune. Il est conseillé que la formation se déroule dans une période de temps égale au maximum à 4 semaines.

## LES POINTS ET THÈMES ABORDÉS

---

Avant le début de l'action, un questionnaire préalable sera proposé à chaque participant. Des exemples de questions pour le sujet en question :

- Quels sont les 3 mots que m'évoquent : « argumenter et aider à la prise de décision » ?
- Qu'est-ce qui m'aide à « argumenter, à faire fédérer » ?
- Qu'est-ce qui « me freine, m'empêche (...) » ?
- Qu'est-ce que j'aimerais explorer, approfondir pour développer « ma capacité d'argumenter, de fédérer, en situation de communication digitale incluse » ?

### **□ 1<sup>ère</sup> séance de visioconférence - « La prise de hauteur : comment mener un constat des plus objectifs et exprimer sa vision ? » :**

- Comment se présenter, présenter une entreprise, un projet, de manière temporelle et narrative ?
- Comment, lors de relations commerciales ou managériales (y compris de manière digitale), renforcer sa persuasion et aider à la prise de décision ?
- Pourquoi et comment exprimer, faire exprimer ses ressentis, ses émotions ?
- Comment optimiser ses talents et axes de progrès grâce à la carte heuristique ?

- Comment prendre conscience de tous les leviers d'actions relatifs au contexte, aux autres, à soi ?
- **Le cas pratique :** des outils de mise en valeur des spécificités de dossiers, d'idées à promouvoir.

### □ 2<sup>ème</sup> séance de visioconférence - « La valorisation des atouts d'un dossier, d'une idée : quelles méthodes et comment se les approprier ? » :

Page | 3

- Comment distinguer des caractéristiques d'avantages, de preuves ?
- Comment distinguer des avantages de bénéfices ?
- Pourquoi et comment relier ce qui est essentiel aux yeux des interlocuteurs avec des dossiers, des idées présentés ?
- Comment développer un argumentaire en mode « dialogue » ?
- Pourquoi et comment favoriser et faire émerger d'éventuelles objections ?
- Pourquoi et comment comprendre les aspects psychologiques d'un frein ou d'une objection et ajuster sa posture et ses réponses en conséquence ?
- **Les cas pratiques :** à partir de cas concrets d'objets, de dossiers, d'idées à promouvoir, réaliser et partager, avec partage d'écrans des argumentaires adaptés. En améliorer la forme et le fond d'ici la prochaine séance. Conclure pour chacun par un plan d'actions à mener d'ici la 3<sup>ème</sup> séance.

### □ 3<sup>ème</sup> séance de visioconférence - « Les spécificités de la communication digitale : un exemple avec l'application Zoom. » :

- Pour quelles raisons pratiquer l'argumentation et l'aide à la prise de décision en communication digitale, même hors période de confinement ?
- Dans quels buts ?
- Quels sujets, quels types d'entretiens peuvent être traités de manière digitale ?
- Comment s'organiser et faciliter la communication de manière digitale ?
- Avec qui ?
- Quand, combien de fois, de temps ?...
- Comment distinguer les freins dits « réels » des freins dits « hypothétiques » connus ou anticipés par rapport à une communication digitale à laquelle on a de plus en plus recours ?
- Mettre en pratique de manière collective la résolution de problématiques individuelles relatives à la communication orale.
- **Le cas pratique :** partager des expériences et des avis au sujet de différentes applications existantes pour réaliser un tableau comparatif.

## □ 4ème séance de visioconférence - « L'aide à la décision : comment s'inspirer de pratiques de vente et de management ? » :

- Quel est le réel pouvoir d'influencer des interlocuteurs pour les aider à prendre leur décision rapidement et par eux-mêmes ?
  - Comment évaluer la capacité et la promptitude à se décider ?
  - Comment se faciliter la tâche pour guider de la manière souhaitée par des interlocuteurs ?
  - Comment faciliter une prise de décision face à plusieurs interlocuteurs ?
  - Quelles sont les différentes formulations, éprouvées, pour aider quelqu'un à se décider ?
  - Quelles résiliences possibles face à des refus exprimés, selon différents modes ?
  - Comment se comporter après une décision favorable d'un ou plusieurs interlocuteurs, quelles suites donner ?
- **Les cas pratiques :** expérimenter des simulations à partir de scénarii déterminés en fonction des profils, des missions et des situations propres aux participants. Conclure pour chacun par un plan d'actions concrètes, inspiré des outils et des idées échangés pendant toute la formation.

## LE COÛT

---

Nous consulter. Prise en charge possible partielle ou totale grâce à la certification Datadock déjà obtenue (+ préparation actuelle à la certification Qualiopi).