

# FORMATION VENTE : PERFECTIONNEMENT COMMERCIAL - NÉGOCIATION

## Comment argumenter et persuader (perfectionnement)

VNT.19

### PUBLIC CONCERNÉ

- Commerciaux Grands Comptes
- Commerciaux Seniors
- Managers
- Chefs de service

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe
- Training vidéo
- Tests - Autodiagnostic

### FORMATION INTRA

Prix HT par Jour : 1390€  
Durée conseillée : 2 jours  
Participants : 8

### FORMATION INTER

Prix HT par session : 1020€  
Durée : 2 jours  
Dates des sessions :  
07/09/2010 - 08/09/2010  
16/11/2010 - 17/11/2010  
17/02/2011 - 18/02/2011  
10/05/2011 - 11/05/2011  
08/09/2011 - 09/09/2011  
17/11/2011 - 18/11/2011

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Convaincre et influencer durablement les personnes récalcitrantes
- Jouer de toutes les ressources expressives de la persuasion
- S'adapter au style de communication de son interlocuteur
- Obtenir l'assentiment tout en préservant le libre arbitre de l'autre
- Résoudre un problème impromptu sans entrer dans l'engrenage des justifications ou

de la polémique

### PRÉ-REQUIS

- Exercer une activité commerciale confirmée

### PROGRAMME

- **1ère partie : Les enjeux de la persuasion**  
Quels sont les éléments sur lesquels on cherchera à s'appuyer pour persuader ses interlocuteurs
  - En situation d'exposé
  - En situation d'entretien
- **2ème partie : Les registres d'argumentation**  
Les 4 types d'argumentation  
Les styles du persuadeur  
L'argumentation logique et l'argumentation contraignante  
Autodiagnostic : les systèmes de valeurs
- **3ème partie : L'impact du langage non verbal**  
Analyse des effets du regard  
Analyse des effets de la gestuelle  
Les indices physiologiques et leurs significations  
(ex : le mensonge ou l'embarras)

**CENTRE NATIONAL DE LA FORMATION - CONSEIL EN ENTREPRISE CNF - CE**  
**38 RUE DES MATHURINS PARIS - AGENCE DE MARNE LA VALLEE : 01.64.21.09.94**  
**Internet : [www.cnfce.com](http://www.cnfce.com) E-mail : [info@cnfce.com](mailto:info@cnfce.com) - FAX : 01.64.72.03.69**

Étude des intonations et entraînement individuel

- **4ème partie : L'impact des mots**

En face à face comme devant un auditoire

Les marqueurs de tendanciosité

Les performatifs et les atténuateurs

Les reprises phatiques

- **5ème partie : La gestion des résistances**

Les quatre conditions sine qua non à remplir pour une communication persuasive

Analyse du vécu des conditions de persuasion tant du côté du persuadeur que celui du persuadé

Comment influencer une personne récalcitrante et faire face aux objections : art du détour, recadrage, recours à l'imagination

Comment la relation que chacun entretient avec l'exercice de l'autorité produit le cadre de dépendance ou de résistance à l'influence d'autrui

Savoir composer avec les défenses du moi et accompagner en souplesse son interlocuteur vers un changement d'attitude face à l'exercice de l'influence