



SE PREPARER A UNE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

POURQUOI CETTE FORMATION ?

Un pitch, un discours, un débat, une conversation... Toutes ces prises de paroles en public peuvent impressionner, stresser et même se révéler être des pièges si les enjeux sont importants en termes commerciaux, d'image, de management ou tout simplement de communication. Comment faire pour déployer les meilleurs arguments, pour séduire et convaincre avec les mots si vous n'êtes pas prêt avant cette épreuve ? Pour se préparer comme il convient, il faut lâcher prise, devenir sujet et maîtriser les interactions avec son public. Autant de points abordés et développés pendant deux journées de formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de la formation, le stagiaire sera préparé à sa prise de parole ainsi qu'aux questions des publics.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Au terme de la formation, les stagiaires seront en capacités de mettre en place les bons réflexes pour le lâcher prise, identifier les objectifs, contextes et messages de la prise de parole puis de connaître les best practices de l'art oratoire.

PROGRAMME

1/ PRENDRE CONSCIENCE DE SOI ET LACHER PRISE

2/ IDENTIFIER OBJECTIFS, CONTEXTES ET MESSAGES DE LA PRISE DE PAROLE

3/ DEVENIR SUJET, MAÎTRISER ET CONVAINCRE

ACCESSIBILITE DU PUBLIC EN SITUATION DE HANDICAP

L'accessibilité des locaux est garantie pour le public en situation de handicap, y compris pour les personnes à mobilité réduite.

Les moyens techniques et pédagogiques peuvent être adaptés au public en situation de handicap. Modalités à définir en amont de la formation avec le référent pédagogique.

VOTRE FORMATEUR

Qu'est-ce qu'un contenu ?
Ce qui est dans un contenant. Dans le domaine de la communication, le contenu est polymorphe et souvent délaissé au profit des seuls outils et techniques. Pourtant, le contenu demeure crucial !
D'abord pour porter votre message auprès des publics et audiences. Ensuite, pour s'assurer que votre discours de marque résonne suffisamment pour vos cibles. Et enfin pour que la visibilité de votre marque stimule vos objectifs de réputation, d'engagement et de vente... **François LAMÉ**, votre formateur est un ancien concepteur-rédacteur, journaliste, chargé de communication et webmarketeur. Comme les chats, il a eu plusieurs vies... et le storytelling comme passion, fil rouge et baguette magique !

MODALITE D'EVALUATION DE LA FORMATION

Evaluation des acquis pendant la formation :

- QCM à la fin de la journée de formation.
- Débrief réguliers pendant la formation pour faciliter la compréhension et la progression, et systématiquement en fin de journée de formation.

Evaluation de la formation par le stagiaire :

Questionnaire d'évaluation écrit en fin de formation (questions ouvertes et notations sur des grilles d'évaluation).

Evaluation à froid :

Rdv téléphonique individuel 2 à 3 mois après la fin de la formation, avec 50 % de l'effectif des stagiaires, afin d'évaluer la mise en application de la formation. Synthèse.

MÉTHODES MOBILISÉES

(moyens techniques et pédagogiques utilisés)

- Apports théoriques
- Exemples issus de l'expérience des formateurs et de l'Agence
- Mise en situation individuelle ou en groupe
- Exercices d'application individuels, en sous-groupes ou en groupe
- Mises en perspectives avec les situations vécues par les stagiaires

MODALITÉS ET DÉLAI D'ACCÈS

Modalité d'accès : formation intra-entreprises en présentiel.

Délai d'accès : mise en place d'un groupe intra-entreprises selon vos disponibilités et celles de notre formateur.

LIEU

Dans la Salle de Formation de l'Agence Everest (max 8 personnes), dans vos locaux ou tout autre lieu

TARIF

Intra entreprise : Forfait 1600 Euros HT/jour*

Inter entreprise : 800 euros HT/stagiaire

** comprenant la préparation de la formation et sa personnalisation au groupe de stagiaires, l'animation, les supports pédagogiques, l'évaluation à froid de la mise en pratique)*

PUBLIC VISÉ

Dirigeants, managers, responsables en charge de la communication ou du marketing

DURÉE

14h

2 jours

PRÉREQUIS

Gérer la mise en œuvre de actions de communication ponctuelles ou récurrentes, opérationnelles ou stratégiques, pour le compte de la structure. Et/ou être appelé à travailler avec des agences de communication et/ou prestataires de communication.

MATÉRIEL À PRÉVOIR PAR LES STAGIAIRES

- Support papier
- PC pour la prise de note.

CONTACT

Emmanuelle THULLIEZ-
PENVERNE

Référente Formation

06 83 22 92 36

emmanuelle@agence-
everest.com