Captiver un auditoire par son charisme personnel

Pour captiver un auditoire, il ne suffit pas d'avoir quelque chose d'intéressant ou d'important à dire. Il ne suffit pas non plus d'élaborer un texte parfaitement construit, et de le lire d'une manière techniquement irréprochable.
Sans vouloir minimiser l'importance du contenu de notre message, il faut savoir que les émotions que nous ferons passer par les mouvements de notre corps, les expressions de notre visage, notre regard, la variation du débit et du ton de notre voix, auront autant d'impact sur le public que les termes employés.

D'où l'importance de développer notre charisme personnel qui nous permettra de dégager ce « quelque chose » d'indéfinissable mais perceptible qui fascinera et tiendra en haleine ceux qui nous écoutent.

L'objectif principal de cette formation sera donc d'acquérir la capacité de captiver un auditoire en établissant avec l'assistance un contact chaleureux par son regard et son attitude, et de le maintenir en éveil grâce à une action oratoire naturelle et enthousiaste.

OBJECTIFS

- Savoir faire passer des messages de façon claire et convaincante
- Favoriser l'attention de son auditoire
- S'exprimer pour « faire mouche » et faire la différence avec ses « concurrents »
- Favoriser l'interaction avec le public
- Emporter l'adhésion de ses interlocuteurs sur ses messages et sur sa personne

PROGRAMME

1/ Préparer sa prise de parole en public

Mesurer les avantages d'une bonne préparation en amont de l'intervention
Quelle préparation pour une efficacité maximum à l'oral ?

Cibler attentes de l'auditoire et messages clés à faire passer
Quels sont les avantages d'une prise de parole pro active ?

Adopter un état d'esprit et une démarche de communiquant efficaces
Quels éventuels freins à prendre la parole en public ?
Savoir se positionner dans un esprit de « communiquant gagnant »

Moyens pédagogiques de la séquence

Exercices de réflexion favorisant une prise de conscience immédiate des enjeux d'une démarche de prise de parole proactive (rôle de l'intervenant, attente des participants).
Ateliers : 1- Immersion immédiate : « tour de table interactif » chaque stagiaire se présente debout de façon percutante et présente l'avantage de savoir captiver son auditoire. Filmé et Débriefé.
2- Importance de la préparation (en groupe) **:** *80% de la réussite dépend de la préparation…* Préparation stratégique : messages et mots clés ; Préparation matérielle : outils / lieu ; Préparation mentale et physique.
3- Lever ses freins à la prise de parole (en groupe) : Pistes pour lever les réticences.

DUREE

1 jour

PUBLIC

Personnes amenées à s'exprimer en public ou à animer une présentation lors d'un salon professionnel etc…

Pré REQUIS

Aucun

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

PEDAGOGIE

Méthode active comprenant des exposés théoriques, mais pour l'essentiel composée d'ateliers, de mises en situations et d'entraînements.
Tous les exercices sont filmés puis visionnés et débriefés.

 Suite …/…

Conseils, Qualité et Formations Didactiques ©

Tél. 09 51 08 96 14 – 06 63 58 49 30 www.cqfd-formation.fr contact@cqfd-formation.fr

2/ Maîtriser les fondamentaux de la prise de parole en public et gagner en charisme à l'oral

Connaître les clés de l'expression orale en public
Connaître le fonctionnement de la communication en face à face
(Schéma de Shannon / Avantages / Pièges de l'échange face à un public)

Utiliser un langage professionnel et des mots forts
Savoir s'exprimer avec aisance à l'oral
Employer un langage professionnel et des mots forts

Adopter des comportements « vendeurs »
Adopter les bonnes attitudes à l'oral *(sourire, dynamisme/assertivité, congruence, écoute active)*

Avoir conscience de l'importance de son image
Comprendre l'importance stratégique du non verbal

Gérer son auditoire
Utiliser les postures d'animation pour captiver son auditoire

Moyens pédagogiques de la séquence
Exercices de réflexion autour des avantages pièges de la prise de parole face à un auditoire.
Ateliers : 4- Savoir poser sa voix *(exercice d'articulation, rythme d'expression, intonation sur les mots clés, …)* via des exercices d'enregistrements écoutés puis débriefés en collectif autour de textes professionnels.
5- Rédaction (en binôme) : les stagiaires remplacent des formules neutres à éviter par des expressions positives, et vendeuses puis les expriment à l'oral.
6- Langage du corps *(aspect, dress-code, regard, sourire, gestuelle, ancrage, déplacement, proxémique)*
7- Exercices de « techniques d'influence » et d'animation : mini séquences filmées/débriefées *(réussir son introduction et sa conclusion, occuper l'espace, se lever, s'aider du power point, joindre le geste à la parole pour renforcer l'impact de ses propos, utiliser les silences, interpeller, rassurer, observer le public, …)*

3/ Attirer l'attention et convaincre son auditoire

Organiser sa prise de parole
Introduction (le starter), Développement (l'attention), Conclusion (l'évaluation)

Mettre en application les principales techniques d'oral en face à face

Pratiquer avec aisance l'animation interactive pour séduire et convaincre

Moyens pédagogiques de la séquence
Exercices pratiques : 8- Remise aux stagiaires d'un script type d'intervention (préalablement travaillé en amont => chaque étape (introduction / développement / conclusion) est prérédigée afin de permettre aux stagiaires de se concentrer plus aisément sur les techniques d'animation orale)
9- Mises en situation à partir de différents scenarii au plus près de l'existant : chaque participant joue le rôle d'un intervenant animant de façon affirmée, vivante et convaincante son intervention pour vendre les services de l'entreprise, captiver son public et emporter son adhésion ; les autres participants jouent le rôle d'un auditoire professionnel type (questions, incompréhensions, …).

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc…

TARIFS

Inter-entreprises à Paris
Intra-muros en France entière
cliquez ici pour consulter
sur notre site internet
le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation