



Prendre la parole en public et développer son charisme

Ce document ne vaut que pour exemple de programme.

« Artisante » de la formation je travaille exclusivement sur-mesure sur la base d'un examen approfondi de vos besoins.

Les contenus évoqués et la durée de la formation sont faits pour être ajustés pour répondre à votre contexte et vos attentes.



Prendre la parole en public et développer son charisme

DURÉE : 2 jours – 14 heures

FORMAT DE LA FORMATION : Intra-entreprise ou Inter-entreprise

CONDITION DE LA FORMATION : présentiel ou distanciel

MODALITÉS DE LA FORMATION

→ **Séquentée** : Une articulation en 4 sessions d'une demie journée à 15 jours d'intervalle afin

....

- De permettre aux participants de mettre en œuvre les apports, d'une session à l'autre
- De mettre l'accent sur la pratique et l'appropriation opérationnelle
- De partir de l'expérience plutôt que du savoir et de tirer les enseignements de l'action
- Des mises en action et réflexions à mener individuellement durant toute la formation à travers des points d'étapes qui jalonnent le parcours. Tout ou partie de ces points d'étapes seront traités sur le temps de formation ou en intersession.

→ **Synchrone**

DATES : nous consulter – à définir en fonction de vos contraintes

DÉLAIS D'ACCÈS : Selon disponibilités et mode de financement

NOMBRE DE STAGAIRES : 12 stagiaires maximum

LIEU : Sur site client ou en centre de formation

TARIF : Nous consulter

MOYENS TECHNIQUES :

- Connexion internet stable
- Accès à un outil de communication distant (le cas échéant)
- Fourniture d'un document reprenant l'ensemble des éléments abordés en cours de formation

ACCESSIBILITÉ : Les modalités d'accès (numériques, physiques, informatives) sont prévues au cas par cas. Pour toute question à ce sujet, n'hésitez pas à nous contacter.

Dans l'hypothèse où le client entend intégrer des personnes en situation de handicap à l'action de formation, ce dernier doit en informer la direction de l'Organisme de Formation suffisamment en amont de l'action de formation.

En effet, l'Organisme de Formation devra, confirmer que :

- les locaux de la formation sont accessibles aux personnes en situation de handicap
- des mesures compensatoires peuvent être proposées afin d'apporter des réponses individualisées et adaptées permettant de supprimer ou tout au moins réduire les difficultés rencontrées afin de rendre les apprentissages accessibles aux personnes handicapées.

Ces mesures de compensation peuvent influencer sur le coût, les modalités et le délai d'accès à la formation et seront discutées entre le client et l'Organisme de Formation pour trouver les solutions les plus adaptées aux besoins des personnes handicapées, y compris une éventuelle « redirection » vers un organisme habilité.

AGP COACHING

Prendre la parole en public et développer son charisme

LE PUBLIC VISE PAR LA FORMATION :

Toute personne amenée à prendre la parole en public et souhaitant développer son charisme

PRÉ-REQUIS : Aucun

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION : A L'ISSUE DE LA FORMATION, LES PARTICIPANTS SERONT CAPABLES DE ...

- Développer son charisme lors de la prise de parole en public
- Intéresser et convaincre son auditoire

LES COMPÉTENCES VISÉES

- Définir les règles de base de la rhétorique
- Mieux se connaître : découvrir son style d'orateur
- Prendre la parole en public : avant tout communiquer
- Adapter sa prise de parole à son public
- Capitaliser sur les techniques du pitch dans sa prise de parole
- Structurer son message et doper son impact
- S'affirmer dans sa prise de parole en public
- Gérer son stress avant et pendant la prise de parole

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES : FORMATION / ACTION

- Faire évoluer les pratiques professionnelles des stagiaires par l'acquisition de savoirs, savoir-faire et savoir-être.
- Permettre le développement de compétences, outils et méthodes relatives à la prise de parole en public.
- **Impliquante** : le concept de la pédagogie inversée avec l'implication systématique des stagiaires en amont de la formation
- **Inductive** : avec pour point de départ la réalité professionnelle, le vécu, les expériences des participants
- **Active** : avec des études de situations vécues, débriefées avec tact afin de favoriser l'autodiagnostic
- **Participative** : avec des réflexions, des échanges et débats sur les expériences de chacun, ainsi que sur les méthodes, les solutions envisagées et applications concrètes
- **Formation-action** : Co-construction d'un support individuel synthétique portant sur les objectifs travaillés lors de la formation, les apprentissages et outils identifiés, les mises en œuvre, travaux personnels et actions menés. Plan d'action individuel, autours d'objectifs simples et concrets
- Apports théoriques en support de la réflexion personnelle guidée, outils facilitateurs, échanges et feedbacks, analyse de cas pratiques, mises en situation.
- Support de travail PDF.
- Film des expérimentations et mises en situation (le cas échéant).

EVALUATION - VALIDATION

- Evaluation du transfert des acquis en fin de formation
- Mesure de la satisfaction globale post-formation :
- Remise d'une attestation individuelle de formation à l'issue de la formation.
- Sur demande des participants, possibilité d'un rendez-vous téléphonique individuel avec le formateur en inter-session ou post-formation.

Prendre la parole en public et développer son charisme

LE PROGRAMME

PRÉALABLE À LA FORMATION :

- les participants sont invités à réfléchir à une façon de se présenter à travers un nombre ou une date ou un lieu ou un voyage ou une destination ou une couleur ou un animal ou un plat ou une musique ou instrument ou un acronyme ou une anecdote ou ...
- Ils réfléchissent à 3 arguments « pour » et 3 arguments « contre » le vélo électrique selon une trame fournie
- Ils préparent la mise aux enchères d'un objet personnel selon une trame fournie

Exploration du contexte et de la réalité professionnelle du groupe de participants.

1. Prendre la parole et se présenter différemment

- Se présenter différemment : un chiffre, une date, un code, un objet, un personnage, un pays, un lieu, un voyage ...

2. Définir les règles de base de la rhétorique

- Clarifier rhétorique et éloquence
- Appréhender le triangle rhétorique et ses 3 composantes indispensables dans la prise de parole
- Découvrir son style d'orateur
- Qualifier un bon orateur

3. Prendre la parole en public : avant tout communiquer

- Définir la communication
- Identifier les différentes formes de communication et leur importance relative
- Se positionner : zone efficace, congruence, authenticité
- Gérer son non verbal : l'image au service du récit
- Gérer son paraverbal : l'image sonore au service du récit
- Adopter un langage positif
- Présenter ses arguments avec la méthode FOSIR

4. Capitaliser sur les techniques du pitch dans sa prise de parole

- Définir ce qu'est un pitch
- Assimiler les règles d'or d'un pitch – la règle des 4C
- Contextualiser son pitch et définir un angle d'approche (la préparation)

5. Structurer son message et doper son impact

- Introduire : Capturer l'attention avec les starters
- Connecter avec le Hook
- Solliciter le cerveau droit et susciter l'émotion
- Exploiter les lois de proximité
- Capitaliser sur le storytelling
- Créer un contraste entre la réalité et votre projet : la technique de l'antagonisme
- Trouver des exemples percutants
- Faciliter la compréhension avec la métaphore
- Conclure : Susciter l'adhésion et obtenir la réponse à vos attentes
- Traiter l'information en amont pour percuter à l'oral : la méthode CHOC
- Explorer des trames types de construction de pitch

6. S'affirmer dans sa prise de parole en public

- Se libérer de ses croyances limitantes
- Explorer les trucs et astuces de l'orateur « couteau suisse »
- Placer sa voix
- Corriger ses tics de langage
- Maîtriser sa posture
- Respirer
- Vaincre son trac avant et pendant la prise de parole
- Prendre conscience de son image projetée et perçue pour renforcer son capital confiance
- Adopter la bonne posture du communicant (O.A.R.I.S)

7. Consolider les acquis en définissant son plan d'action personnel