

Efficacité Professionnelle

Le saviez-vous ?

Convaincre par le "pitch"

"De Hollywood aux écoles de commerce, le pitch a balayé les longues démonstrations. Désormais, les investisseurs vous jugent à quelques mots bien balancés. Les speed dating se multiplient entre les jeunes entrepreneurs et les financiers, "le pitch devient la norme pour présenter un projet", explique Nathan Grass le coordinateur de la Chaire entrepreneuriat à ESCP Europe. Les grandes écoles en ont fait une discipline. Il faut désormais pitcher pour remporter des contrats, pour trouver des associés, Ces interventions peuvent durer une, deux, 30 minutes..." Extrait "le Figaro.fr"

Public

Artisans
Commerçants
Professions libérales

Dates

Lundi 13 et
Mardi 14 octobre
2 journées
de 9h15 à 17h30

Lieu

OGA Atlantic
57 Acti-Nord Beaupuy 3
La Gîte
Mouilleron-Le-Captif

Conditions

Prix : 96 € TTC
Déjeuners compris

Animation

Jean-Pierre Marrigues,
SIRIA Consultants

L'art de convaincre

Objectifs

- Développer son sens de l'observation et de l'intuition.
- Augmenter considérablement sa qualité d'écoute et sa force de persuasion.
- Développer sa mémoire et dynamiser son cerveau pour plus de performances.



Programme

- **Les clefs d'accès visuelles et la prise de parole**
 - Aiguiser vos sens et dynamiser votre cerveau pour mieux mémoriser.
 - Découvrir les mouvements involontaires des yeux en réponse à une question.
 - S'affirmer et orienter l'attention pour convaincre.
 - Développer votre gestuelle pour vous affirmer dans un groupe.
 - Optimiser le niveau de confiance, de concentration et les capacités d'observation.
 - Apprendre à utiliser le Cold Reading.
 - Renforcer votre force de persuasion.
 - Accompagner les personnes dans l'entreprise.
- **Développer vos talents naturels : observer, écouter, regarder, déduire**
 - Développer les 3 piliers du mentalisme : la Confiance, l'Influence et le Charisme.
 - Améliorer votre décodage du langage non verbal.
 - Repérer les pensées de votre interlocuteur.

Soyez visionnaire de votre entreprise

La recherche d'une vision efficace

Voilà encore quelques années, le mot vision ne faisait pas partie du vocabulaire managérial français. Pourtant, il était déjà employé depuis 5 à 10 ans au Japon et aux États-Unis (surtout en Californie), pour souligner la force d'une intention stratégique claire et son rôle irremplaçable dans la performance de l'entreprise. La vision ne relève pas de la voyance. Ce n'est pas non plus "avoir des visions", ni être visionnaire ou prédicateur.

..!..