

Masterclass Pro Pitching (FR)

Objectifs d'apprentissage généraux

- Acquérir les compétences de base nécessaires à la réalisation de pitches commerciaux de qualité de différents types.
- Acquérir les compétences spécifiques nécessaires pour délivrer un pitch de qualité lors de la présentation d'une solution ou d'un projet.

Objectifs d'apprentissage spécifiques

- L'étudiant est ouvert à l'apprentissage de nouvelles compétences de manière structurée et au remplacement de techniques incorrectes déjà intégrées.
- L'étudiant peut expliquer ce qu'est le modèle Désir-Solution-Confiance.
- L'étudiant peut donner et expliquer la définition de "pitch" et illustrer les différentes composantes de la définition par des exemples.
- L'étudiant peut reconnaître et décrire des situations dans lesquelles les pitches sont utilisées.
- L'étudiant peut situer le pitch dans le modèle général de communication.
- Les étudiants peuvent décrire le modèle général du cycle de vente et comprennent son fonctionnement.
- L'étudiant comprend pourquoi un client potentiel décide d'acheter à une certaine partie (modèle utilisé : Désir - Solution - Confiance).
- L'étudiant peut expliquer ce qui, dans chacune des parties du DSC, augmente et diminue les chances de réussite.
- L'étudiant peut expliquer quelles sont les caractéristiques des pitches à différents moments du cycle de vente et quels sont les objectifs des pitches à ces différents moments.
- L'étudiant connaît les principales caractéristiques d'un bon pitch(er) (clair, crédible, connexion émotionnelle positive).
- L'étudiant peut énumérer et expliquer les caractéristiques d'un pitch clair.
- L'étudiant peut identifier ce qui rend le pitch plus ou moins clair.
- L'étudiant peut estimer et/ou prédire correctement la clarté de son pitch.
- L'étudiant peut appliquer les différentes techniques pour rendre un pitch plus clair dans une ou plusieurs cas d'études.
- L'étudiant peut appliquer les différentes techniques pour rendre un pitch clair en utilisant des techniques de présentation appropriées, en mettant l'accent sur la technique vocale, les outils de schématisants et la transmission des messages principaux dans une ou plusieurs cas d'études.
- L'étudiant est capable d'encadrer l'importance de la crédibilité d'un pitch dans le modèle DSC.
- L'étudiant peut nommer les différentes techniques qui permettent de construire, maintenir et augmenter la confiance, peut expliquer leur fonctionnement et peut les appliquer dans une ou plusieurs cas d'études. Techniques : utilisation de la voix, expressions faciales/regards, postures, mouvements, choix des vêtements, aménagement de la salle de réunion.
- L'étudiant peut expliquer l'importance de comprendre les désirs des différents décideurs et influenceurs.

- L'étudiant peut expliquer l'importance de connaître les personnalités des différents décideurs et influenceurs.
- L'étudiant peut cartographier ces désirs et ces personnalités de manière structurée.
- L'étudiant peut choisir et façonner les arguments du discours en fonction des désirs et personnalités.
- L'étudiant peut, en fonction des désirs et des personnalités, décider des choix les plus appropriés en termes de communication (style), de vêtements, de moment/forme de la réunion et de participants.
- L'étudiant peut appliquer ces connaissances à une ou plusieurs cas d'études.
- L'étudiant peut expliquer ce qu'est une analyse pré-mortem et la réaliser sur une ou plusieurs cas d'études.

Durée

- Leçons en ligne: 1,5 heures.
- Préparation, tâches, quiz: 4,5 heures (en ligne).
- Pratique : 1 jour.

Formes de travail didactiques

Cours en ligne, devoirs de préparation en ligne à l'aide des templates Purusha Pro Pitching, séances en classe, préparation individuelle, séances d'entraînement individuelles.

Critères d'admission

Les certificats "Executive Storytelling - Module central - Théorie" et "Executive Storytelling - Module central - Pratique" doivent avoir été obtenus.

Évaluation

Évaluation globale finale par le formateur qui détermine si les objectifs d'apprentissage visés ont été suffisamment atteints.

Nombre de participants

3 à 4 participants

Crédits

3

Langue

Français

Formateur

Marc Lambotte