

## *CONCEPT SELLING® – LA THEORIE (SOIGNER LA PREMIERE IMPRESSION)*

### **Les Domaines d'intervention**

On n'a pas une deuxième chance pour faire une première impression. Quel poids fait-on peser sur les trois premières secondes d'une rencontre ! Conscient de cet impact, on peut choisir, soit de simplement gérer le stress engendré par ce savoir, soit de s'entraîner pour s'assurer de faire une bonne impression à chaque fois qu'on le décide.

*Chassez le naturel, et il revient au galop ?* Qu'est-ce que le *naturel* si ce n'est le fruit de tous les entraînements nécessaires pour paraître naturel ? Une première impression n'est que cela – une impression. Mais ce qui est imprimé, surtout s'il s'agit d'une erreur, est difficile à effacer. Anticiper requiert moins de travail que réparer.

### **Les Résultats**

Cette formation permet aux participants de savoir produire une première impression favorable lors d'un entretien et ensuite la maintenir en sachant rassurer leur interlocuteur tout en transmettant le message marketing qu'ils souhaitent véhiculer. Accessoirement, les participants apprennent à rédiger un message marketing qui est à la fois concis, précis, informatif et accrocheur.

Les intéressés sont plus à l'aise pour participer aux entretiens et réunions et savent proposer une attitude de partenariat avec leur interlocuteur.

### **La Méthodologie**

A travers des activités et exercices pendant deux journées consécutives, il est proposé aux participants :

- d'effectuer un travail personnel au niveau de leurs expressions verbale et non verbale
- de se mettre à la place de l'autre, recruteur ou client, en s'inspirant de son propre vécu
- d'avoir une vision claire du message qu'ils souhaitent véhiculer à leur interlocuteur

### **Le Contenu pédagogique**

1<sup>ère</sup> journée : accueil et présentation ; travail sur les premières impressions reçues et données, les meta-messages, le langage corporel, la charge émotionnelle des refus de l'autre ; exercice rédactionnel d'optimisation des choix de vocabulaire ; théorie sur le comportement relationnel (analyse transactionnelle, pyramide de Maslow, comportementalisme cognitiviste...) ; le savoir-vivre

2<sup>ème</sup> journée : relaxation et respiration ; travail sur les polarités et les plus values dans le langage ; exercice de rédaction concise et précise ; centration ; travail sur les connotations ; bilan