

TALBRIX

FORMATIONS

EN COMMUNICATION ORALE



Avec votre voix

Construisez le monde qui vous tient à cœur



Talbrix est une agence de formation, coaching et conseil en communication orale fondée par Roch Jamelot. Nous accompagnons les entreprises et les organisations dans leurs communications orales à enjeux.

POURQUOI CHOISIR TALBRIX ?

Un professionnalisme reconnu

Un savoir-faire déployé

- auprès de dirigeants, directeurs commerciaux, directeurs financiers, DRH, managers, diplomates, personnalités politiques, porte-parole, chercheurs, scientifiques, journalistes, avocats, sportifs, enseignants...
- dans tous secteurs d'activité : banque, industrie, recherche et développement, santé, pharmacie, finance, conseil, politique, commerce, médias, arts et spectacle, culture, éducation administration, communication...

Un savoir-faire et une équipe d'experts

Notre savoir-faire repose sur l'expérience des experts de Talbrix et sur une méthode exclusive : la méthode Cartes Orales®.

Un processus de suivi qualité et d'excellence de ses formations

TALBRIX, c'est :

24 ans d'expérience

10 000 heures d'intervention

8000 personnes formées

99,6 % de satisfaction clients en 2024

Un organisme de formation certifié

La certification qualité a été attribuée à TALBRIX au titre de ses ACTIONS DE FORMATION



Roch JAMELOT

LE FONDATEUR

Roch Jamelot

Consultant et coach en communication orale depuis 2001.

Au quotidien, des entreprises, startups, ministères, administrations et organisations font appel à lui pour conseiller ou entraîner leurs dirigeants et leurs managers dans leurs communications. Il intervient aussi régulièrement auprès d'artistes pour les préparer à la scène tant au niveau vocal que mental.

Son expérience professionnelle initiale de chercheur en musicologie, chanteur classique et professeur de chant, récompensée par plusieurs prix prestigieux (Institut de France, Fondation de France), lui a permis d'acquérir une solide compétence en techniques vocales et en techniques de la scène et de la communication.



Sa formation de coach et de praticien en nombreuses techniques (Praticien certifié en hypnose éricksonienne, en Transe Générative, en Programmation Neuro-Linguistique, en Modélisation Symbolique...), sa pratique de la méthode Feldenkrais ainsi que son goût pour la recherche enrichissent son expertise de communicant et de consultant.

Ses missions de consultant l'ont amené à observer chez ses clients un besoin crucial d'outils pragmatiques, adaptés aux contextes professionnels actuels, pour s'exprimer avec assurance et efficacité tout en préservant leur style personnel. C'est ainsi qu'il a commencé, pour eux, à créer la méthode Cartes Orales®, qu'il continue de développer.

LES CONSULTANTS

EXPERTS

Tous les experts de Talbrix sont des professionnels de la communication et de l'accompagnement des personnes et des organisations. Ils sont motivés par leur passion pour le déploiement du potentiel de chacun, avec une compréhension structurée de l'esprit humain.

Nos experts ont aussi, chacun, une autre pratique professionnelle spécifique : en technique vocale, en arts de la scène, en lecture des comportements non-verbaux, en pratiques corporelles, en préparation mentale... Ces compétences complémentaires leur permettent d'accompagner nos clients dans des communications orales innovantes et captivantes.

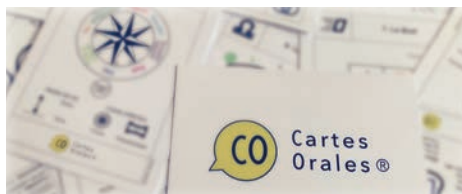
LA MÉTHODE

CARTES ORALES®

Cartes Orales® est une méthode créée par Roch Jamelot. Les cartes de la méthode sont aujourd'hui utilisées par de nombreux professionnels accompagnés par Talbrix.

Cartes Orales® permet d'aborder tout type de communication complexe : présentation magistrale, interview, négociation, communication managériale, communication d'influence, débat contradictoire, communication sur les réseaux sociaux, marketing...

L'innovation de Cartes Orales® est de rassembler les opérations mentales que le cerveau met en œuvre au quotidien, de les reconnaître, les nommer, les associer et les articuler dans des outils pragmatiques dédiés aux multiples contextes de communication et de raisonnement.



Chaque carte est un modèle facilement utilisable en préparation d'une intervention aussi bien que dans le flux du dialogue ou de la conversation, pour diriger sa pensée, accompagner celle de son interlocuteur, et conduire sa communication.

Les cartes forment un ensemble systémique. Elles permettent de se forger une organisation de pensée et d'expression à 360°.

Chaque programme de formation Talbrix s'appuie sur plusieurs cartes dans une démarche à la fois ludique et pragmatique. Pendant l'accompagnement ou la formation, les participants utilisent les Cartes Orales® pour jouer, pour s'entraîner. Ils se les approprient et commencent à les mémoriser. Ils repartent ensuite avec les cartes en main : de véritables guides pratiques aussi bien pour préparer leurs interventions que pour improviser au quotidien.



LES FORMATIONS TALBRIX

Plus que des formations :
des programmes d'entraînement intensif !

Lors d'une communication professionnelle, le communicant doit pouvoir progresser vers son objectif tout en s'adaptant en permanence aux fluctuations de la situation et des interlocuteurs. Pour cela, il doit être à l'aise avec son expression et maîtriser les techniques. C'est pourquoi les formations Talbrix sont conçues comme des programmes d'entraînement intensif qui développent les réflexes de communicant et qui favorisent la transposition des acquis dans les situations réelles à venir.

100% PARTICIPATIVE

Une alternance rythmée, tout au long de la session, de séquences d'entraînement en plénières, en petits groupes et en binômes. À tout instant, chacun participe, avec des exercices nombreux et variés, ludiques et accessibles à tous.

100% TONIQUE

Vous vivez une session d'entraînement intensif qui stimule votre énergie corporelle et mentale, votre sensibilité, votre imaginaire, votre attention, votre capacité d'improvisation.

100% VOUS-MÊMES

Une formation qui cultive le style personnel. Par le jeu et la mise en pratique, chaque participant trouve son propre style, opère des choix personnels, se crée ses propres modèles, en lien avec sa personnalité et les rôles qu'il est amené à assumer.

100% RELATIONNEL

Des interactions riches entre tous les membres du groupe. Vous êtes amené à prendre votre place de communicant, afin de cultiver avec vos interlocuteurs une interaction palpable et stimulante. Vous prenez votre place de leader, vous vous affirmez dans la détente et l'assurance.

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES



Des routines d'entraînement
pour la mise en condition mentale,
émotionnelle, vocale et corporelle.



Des jeux d'improvisation
pour entraîner les réflexes et
la spontanéité nécessaires à l'oral.



Des mises en situation
simulations d'interviews/interventions,
pour favoriser la transposition des acquis.



Des apports théoriques brefs
pour présenter les outils
ou synthétiser les acquis.



Des échanges et débriefings
séquences de partage d'idées,
de questionnements, de réflexions.



L'enregistrement vidéo
de certaines mises en situation
pour observer et rectifier la pratique.



Des jeux de questions (Quiz)
pour faciliter l'intégration
des techniques et outils.



Des modules e-learning
en amont et en aval de la formation pour
vous permettre de bénéficier au maximum
de la session présentielle et de consolider
les acquis après la session.



Des outils pratiques
Vous repartez avec les Cartes Orales®
pratiquées en formation,
en version cartonnée (pour les formations
en présentiel) et en version numérique.

Chaque programme de formation Talbrix s'appuie sur plusieurs cartes de **la méthode Cartes orales®**, une méthode créée par Roch Jamelot. Ces cartes seront pour vous à la fois des mémos et de véritables guides pour conduire vos communications et pour vous entraîner au quotidien, dans la diversité des situations sociales de la vie de tous les jours.

SUIVI ET APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Émargement

À chaque demi-journée, vous êtes invités à signer une feuille d'émargement.

Évaluations

Vos compétences et vos acquis sont évalués tout au long de formation :

- Questionnaires de positionnement en amont de la formation et questionnaire en fin de formation pour mesurer les acquis.
- Questionnaires, quiz, en début et/ou fin de séquence d'apprentissage pour mémoriser les outils.
- Mises en situation réalisées au cours de la formation donnant lieu à des évaluations par les pairs et le formateur.
- Évaluations par les pairs en fin de séquences d'apprentissage, sous la forme de feedbacks.

Appréciation

Vous êtes invités à remplir :

- Un questionnaire d'appréciation de la formation et de vos apprentissages à l'issue de la session de formation,
- Un questionnaire 3 mois après la fin de la formation pour apprécier la mise en pratique dans l'activité professionnelle.

Résultat / Diplôme

Un certificat de réalisation de la formation vous est remis à l'issue de la formation.

Perfectionnez votre voix de communicant

Augmentez votre impact et déployez votre envergure

PRÉSENTATION

Pourquoi la voix joue un rôle crucial...

Le quotidien professionnel est jalonné d'occasions de communiquer à l'oral : conversations, entretiens de négociation, communication managériale, présentations orales, interventions en public, participations à des réunions... avec parfois des enjeux très importants. Et les échanges les moins formels ne sont pas nécessairement les moins stratégiques.

Dans toutes ces situations de communication orale, votre voix joue un rôle primordial.

Une voix amorphe, poussive, terne ou chétive ne parviendra pas à mobiliser les auditeurs ; une voix trop rapide, hachée, mal articulée, entravera leur compréhension ; une voix agressive, brusque, casante risquera d'activer leurs mécanismes de défense.

La voix est action.

Au quotidien, elle est un levier puissant pour prendre sa place, pour s'affirmer, inspirer confiance et motiver l'interlocuteur.

Mais la voix ne sert pas seulement à conférer crédibilité et légitimité au communicant, à donner une image valorisante de lui-même, de l'organisation qu'il représente et du projet qu'il porte.

Elle permet aussi de moduler le registre relationnel avec les interlocuteurs ou le public, d'influer sur leurs émotions, sur leurs comportements et sur leurs décisions. Elle est aussi un remarquable moyen pour réguler ses propres émotions.

Cette formation propose de faire de votre voix un outil pour communiquer, pour vous exprimer de façon authentique, personnelle, pour manifester votre leadership, pour faciliter la coopération de vos équipes et de vos réseaux.

Cette formation se présente comme un entraînement intensif avec les outils inédits et puissants de la méthode Cartes Orales®. Elle permet de se forger des réflexes qui, dans des situations à enjeux, laissent le style personnel s'exprimer, pour être libre de mettre en œuvre, avec assurance, des stratégies efficaces. Vous y apprendrez des techniques de haut niveau et vous serez coaché par un expert en techniques vocales de communication.

La voix est un geste que l'on peut maîtriser et perfectionner. On peut apprendre à en jouer.



DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

En présentiel

POUR QUEL PUBLIC ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant perfectionner sa communication orale dans le cadre professionnel.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

Les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

Maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)

TARIF

5 600,00 € HT pour la session de 2 jours (14 heures) en intra-entreprise.

OBJECTIFS

- Maîtriser le geste vocal et les techniques vocales de l'orateur.
- Faire rayonner sa voix pour s'affirmer, prendre sa place de communicant et asseoir sa légitimité.
- Utiliser stratégiquement les modulations vocales pour influencer sur les émotions, les décisions et les comportements.
- Connaître une routine d'échauffement et d'entraînement pour se préparer physiquement, vocalement et mentalement à une communication.

PROGRAMME

1- Préparation physique

- Se mettre en condition : détendre les articulations du corps, libérer les tensions, réguler le tonus musculaire, stimuler l'énergie, éveiller la réceptivité sensorielle.

2- Une technique vocale saine et fiable

- Conduire un geste respiratoire qui régule les émotions et porte la voix.
- Le larynx, les lèvres, la langue et les résonateurs : sculpter l'air vocal et garder le larynx libre.
- Le timbre de la voix : explorer le matériau sonore, donner de l'ampleur à sa voix, la faire vibrer et résonner en soi et dans l'espace pour faire vibrer l'auditoire.
- Préciser et mobiliser la diction.
- Activer le lien puissant entre voix, regard, posture et gestuelle.

3- Les 8 dimensions de l'expression vocale

- Reconnaître ses propres moyens d'expression et jouer avec leur variation.
- Découvrir et pratiquer les 8 dimensions de l'expression vocale : le rayonnement, la prononciation, les accents, le tempo, le phrasé, les intonations, les silences, les nuances.
- Repérer, pour chacune de ces dimensions, ce qu'elle fait bouger chez soi et chez l'autre au niveau corporel, émotionnel et mental.

4- Prendre sa place vocalement

- Gagner en assurance personnelle, faire entendre sa voix et marquer les esprits.
- Cultiver l'intention qui sous-tend l'élan vocal.
- Connecter émotion, intention, pensée, mouvement.
- Résonner avec l'identité sonore des interlocuteurs.

5- Avec sa voix, conduire la relation de communication

- Capter l'attention de l'auditoire et le conduire avec sa voix, selon la modalité de communication (face à face individuel, en réunion, face à une grande assemblée, en visioconférence, au téléphone...).
- Explorer les 6 archétypes vocaux – 6 façons fondamentales de se positionner dans la relation, par la voix, la gestuelle et l'intention.
- S'entraîner à passer d'un personnage vocal (archétype vocal et gestuel) à l'autre.
- Repérer chez l'interlocuteur le personnage vocal qu'il exprime à un moment donné.
- Choisir stratégiquement tel ou tel personnage vocal pour impulser un changement dans la dynamique relationnelle au cours de la communication.

6- Libérer son charisme et augmenter son impact

- Affiner son écoute et s'ajuster pour fédérer.
- Inspirer les interlocuteurs, éveiller leurs talents, stimuler leur énergie, leur coopération.
- Donner le tempo et donner le ton, diriger la relation en souplesse et acquérir du prestige.

Optimiser sa voix pour des visioconférences impactantes

Impliquer ses interlocuteurs avec sa voix et la mise en scène de soi

PRÉSENTATION

Pourquoi votre voix est-elle si importante en visioconférence ?

Lors d'une réunion en visioconférence, la communication orale est beaucoup plus fragile que lorsque nous nous parlons en face-à-face, en présentiel. La capacité d'attention des participants est moindre. Ils sont souvent distraits par de nombreuses sollicitations. Il y a aussi la fatigue des réunions qui s'enchaînent, la fatigue des écrans, la posture assise, immobile, toute la journée. De plus, dans certaines réunions, les participants ne perçoivent pas l'utilité de leur présence et préfèrent en profiter pour gérer les urgences ou les dossiers en cours...

Il faut bien avouer aussi que certaines réunions en visioconférence sont bien ennuyeuses, sans rythme, sans élan, sans tonus.

Et pourtant... une réunion en visioconférence peut être une opportunité remarquable pour partager de l'information cruciale, pour promouvoir une idée, pour faire un point d'avancement sur un projet, pour obtenir la coopération des interlocuteurs, créer de l'engagement.

C'est pourquoi le rôle de votre voix est essentiel ! **La manière dont vous utilisez votre voix peut faire toute la différence.**

Au cours de cette formation, vous découvrirez comment votre voix peut être un allié de poids pour captiver votre auditoire.

Au programme, nous n'abordons pas les méthodes de conduite de réunion en général mais bien, plus spécifiquement, la façon de se mettre en scène et d'utiliser la voix en visioconférence pour engager votre auditoire.

Nous nous exerçons à de nombreuses techniques : des techniques pour relâcher la fatigue et le stress, se détendre et se mettre en conditions optimales ; des techniques pour se mettre en scène à l'écran ; des techniques professionnelles de respiration, d'articulation, de rayonnement de la voix ; des techniques pour moduler sa voix selon les moments de la réunion et les dynamiques recherchées.

Les méthodes sont basées sur l'entraînement : chacun sera à la manœuvre tout au long de la journée, avec des exercices ludiques et dynamiques.



DURÉE

1 jour (7 heures)

MODALITÉS

En présentiel

POUR QUEL PUBLIC ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant perfectionner sa communication orale dans le cadre professionnel.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

Les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

Maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)

TARIF

2 800,00 € HT pour la session de 1 jour (7 heures) en intra-entreprise.

Optimisez votre voix
Optimisez votre impact !

OBJECTIFS

- Se préparer vocalement et s'exercer aux techniques vocales élémentaires du communicant.
- Se mettre en scène physiquement et vocalement lors d'une réunion en visioconférence pour augmenter son impact.
- Utiliser stratégiquement les variations dynamiques de sa voix pour encourager les interactions constructives, obtenir et garder l'attention des participants et susciter leur engagement.

PROGRAMME

1- Se préparer mentalement et physiquement à une réunion en visioconférence

- Des exercices de détente corporelle pour évacuer la fatigue, relâcher le stress et mobiliser son attention.
- Des techniques respiratoires qui permettent la fluidité du mouvement, de la pensée, la régulation des émotions et l'efficacité de la voix.
- L'échauffement vocal avant une réunion.

2- Mobiliser sa voix pour augmenter son impact en réunion en visio

- Une diction qui facilite la compréhension des propos, qui mobilise l'auditoire et qui assoit la légitimité du communicant.
- Les techniques de jeu vocal qui stimulent l'auditoire et qui augmentent l'impact de la parole et la puissance du communicant.
- Donner le bon niveau d'énergie vocale pour embarquer les participants et conserver leur attention.

3- La réunion en visioconférence

- Bonnes pratiques et erreurs à éviter.
- La visio comme un plateau de télévision.
- La préparation logistique pour réussir son intervention.
- Se mettre en scène à l'écran : le cadrage, le regard, la posture, la gestuelle, l'arrière-plan, la lumière, le son, l'habillement.
- Les techniques d'animation en visioconférence pour engager l'auditoire, capter et retenir son attention, susciter sa participation.
- Les différents moments et dynamiques d'une réunion en visio.

4- Les variations dynamiques de la voix pour conduire la réunion ou y participer efficacement

- Explorer les 6 archétypes vocaux – 6 façons fondamentales de se positionner dans la relation, par la voix, la gestuelle et l'intention.
- S'entraîner à passer d'un personnage vocal (archétype vocal et gestuel) à l'autre.
- Choisir stratégiquement tel ou tel personnage vocal pour piloter les différents moments et dynamiques de la réunion, pour impulser un changement.
- S'entraîner, en réunion en visio, à embarquer l'auditoire et à produire l'effet recherché, selon ses enjeux et intentions.

Réussir vos prises de parole en public

Développez votre aisance et captivez votre auditoire

PRÉSENTATION

Parler, pour construire le monde...

La vie professionnelle est jalonnée d'occasions de prendre la parole en public : réunions d'équipe, réunions en petit comité, réunions plus formelles, discours, interventions orales devant de grandes assemblées...

Lors d'une prise de parole en public, le rôle du communicant n'est pas simplement de transmettre une information.

Il doit créer une relation forte, implicante, avec son auditoire, donner une image valorisante de lui-même et du projet qu'il présente, inspirer confiance et susciter l'adhésion, l'engagement.

Cela nécessite de s'exposer, de surmonter son trac, mobiliser son énergie, s'exprimer dans l'espace avec son corps, sa gestuelle et avec une voix qui porte et qui emporte l'auditoire avec elle.

Cela nécessite aussi de s'exprimer clairement, avec un message structuré, qui "parle" à l'auditoire pour qu'il s'y intéresse et s'y reconnaisse.

Chaque moment de prise de parole en public est une opportunité de vivre et de faire vivre un moment important, qui crée de la valeur pour tous et pour chacun.

C'est alors que l'aisance à prendre la parole en public devient véritablement un outil pour activer les compétences et mobiliser les ressources au service de l'intelligence collective et de la puissance d'agir ensemble.

Une formation à la prise de parole en public,

c'est aussi l'occasion d'acquérir les outils et les réflexes indispensables pour une communication professionnelle performante au quotidien.



DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

En présentiel ou en distanciel (visioconférence)

POUR QUEL PUBLIC ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant perfectionner sa communication orale dans le cadre professionnel.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

En présentiel, les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

- En présentiel : maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)
- En distanciel : maximum 8 participants

TARIF

5 600,00 € HT pour la session de 2 jours (14 heures) en intra-entreprise.

OBJECTIFS

- **Déployer sa présence d'orateur** : se mettre en scène, avec sa respiration, sa gestuelle, son regard, ses émotions et une voix rayonnante.
- **Engager son auditoire** : le captiver, susciter son intérêt, créer une relation de confiance, vive et interactive.
- **Façonner un message impactant** : transmettre une information structurée qui puisse être comprise, être mémorisée et déclencher l'action.

PROGRAMME

1- Diagnostic personnalisé

- Prendre conscience de ses points forts, de ce qui fait sa « signature » de communicant.
- Pointer les marges de progressions possibles.
- Identifier la part du non-verbal dans la communication et les composantes d'une posture influente.

2- Gérer son trac

- Comprendre le trac, ses causes, ses symptômes et mettre en place des techniques pour le surmonter.
- Pratiquer des méthodes de préparation mentale à la performance d'orateur.
- S'entraîner aux techniques de régulation des émotions et du tonus musculaire.
- Identifier l'importance de l'écoute, de la présence à soi, aux autres, à la situation, pour réussir l'interaction.

3- Savoir improviser

- Cultiver la fluidité verbale et la capacité à exposer ses idées en temps réel.
- Pratiquer les techniques d'improvisation pour développer son aisance.
- Structurer sa pensée en improvisation.
- S'entraîner à parler sans notes grâce aux techniques d'improvisation, pour faire face à l'imprévu.

4- Déployer sa présence d'orateur

- Conduire sa gestuelle pour conduire l'attention du public.
- Réussir à s'exposer en toute sérénité, à se mettre en scène et à faire vivre à son public un moment inédit.
- Prendre sa place dans une posture à la fois ancrée et en mouvement.
- Avec son regard, prendre la pleine mesure de l'espace, nourrir le contact avec l'auditoire dans un véritable engagement mutuel.
- Accorder la gestuelle avec l'intention et le message.

5- Faire de sa voix un atout pour s'affirmer

- Conduire sa respiration pour qu'elle porte la voix.
- Faire rayonner la voix pour déployer sa présence d'orateur.
- Mobiliser la diction pour être compris et impulser l'action.
- Jouer de sa voix pour capter et diriger l'attention de l'auditoire.

6- Impliquer l'auditoire

- Illustrer ses propos pour amener l'auditoire à se créer ses représentations,
- S'adresser à l'auditoire selon diverses modalités pour le toucher à divers niveaux, l'amener à ressentir des émotions et à participer activement (même s'il ne parle pas).
- Établir la connexion entre les enjeux de l'auditoire et le sujet abordé pour impliquer l'auditoire et le motiver.

7- Préparer l'intervention

- Clarifier l'objectif de l'intervention.
- Structurer son message : se mettre à la place de l'auditoire pour définir le chemin à parcourir.
- Introduire l'intervention pour capter l'attention de l'auditoire dès les premières secondes.
- Conclure efficacement pour déclencher le passage à l'action.
- Réaliser un plan notes.
- Garder le contrôle du temps.

Réussir à convaincre grâce au langage d'influence

Exercez votre pouvoir de conviction dans vos communications orales

PRÉSENTATION

Comment rallier un auditoire ?

Les projets que nous portons nécessitent, le plus souvent, le soutien d'autres personnes, leur aide, leur accord, leur conseil, leur adhésion... parfois une ou quelques personnes, parfois ce sera tout un groupe qu'il faudra fédérer...

Pour que ces projets se réalisent, il faut donc en parler et convaincre. Mais que veut dire « convaincre » ? Suffit-il d'avoir de bons arguments pour que tout le monde y adhère ? L'expérience nous prouve que non.

Si nous affirmons notre point de vue, en présentant des arguments « de poids », nous risquons d'entrer dans un rapport de force ou tout au moins d'exercer une pression sur les interlocuteurs. Cela suscite en retour l'activation de leurs mécanismes de défense et produit chez eux une réaction de rejet, de méfiance...

Pour convaincre et engager l'auditoire à l'action, il faut donc renoncer à exercer la moindre pression sur lui. Il faut, au contraire, susciter l'adhésion, l'engagement libre. Cela nécessite une certaine authenticité dans la démarche, une réelle écoute de l'autre, une recherche de compréhension et de valorisation de son point de vue. Cela nécessite aussi une grande agilité de communicant pour manier le langage d'influence afin de moduler les représentations mentales qui déclenchent la conviction et l'action.

Un leader qui rassemble et « fait autorité »

Cette formation vous invite à entrer dans une posture de leader qui rassemble, qui « fait autorité » sans être autoritaire, qui influence avec intégrité pour embarquer l'auditoire avec lui.



DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

En présentiel ou en distanciel (visioconférence)

POUR QUEL PUBLIC ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant perfectionner sa communication orale dans le cadre professionnel.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis. Toutefois, il est souhaitable que les participants aient déjà suivi la formation « Réussir vos prises de parole en public » ou soient déjà à l'aise avec la prise de parole en public.

En présentiel, les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

- En présentiel : maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)
- En distanciel : maximum 8 participants

TARIF

5 600,00 € HT pour la session de 2 jours (14 heures) en intra-entreprise.

OBJECTIFS

- Adopter une posture de leader inspirant afin de rallier les interlocuteurs vers un objectif commun.
- Cultiver un langage d'influence pour moduler les points de vue et conduire à l'action.
- Façonner ses messages de façon stratégique pour obtenir l'engagement de l'auditoire.
- Savoir répondre aux questions et objections en amenant l'auditoire à coopérer.

PROGRAMME

1- Comprendre les mécanismes fondamentaux de la conviction, de l'influence et de l'engagement

- Identifier les ingrédients d'une communication convaincante.
- Repérer les limites de la communication informative et argumentée.
- Définir la posture et la démarche de communication d'influence.
- Découvrir le rôle de L'amorçage pour orienter l'attention et préparer le traitement de l'information.
- Comprendre les principes de la stratégie d'engagement pour inspirer le passage à l'action.

2- Renforcer la relation de confiance et d'intérêt réciproque

- Impliquer les interlocuteurs, leur offrir des signes de reconnaissance, les valoriser avec tact et s'impliquer personnellement dans la relation.
- Rester à l'écoute des interlocuteurs, quoi qu'il arrive, et conserver un lien propice à la reconnaissance réciproque.
- Développer sa réactivité, sa capacité à saisir les réactions de l'auditoire pour renforcer l'interaction.

3- Cultiver un langage d'influence

- Détecter les éléments implicites dans le langage ordinaire et savoir les lever par des techniques de questionnement orienté vers les faits.
- Jouer de variations langagières pour moduler les représentations mentales qui déclenchent l'action.
- Reformuler habilement un propos et le replacer dans un contexte plus général pour pouvoir la traiter efficacement.
- Utiliser les propos, les points de vue et les a priori des interlocuteurs et s'inscrire dans leur sillage pour mieux influencer.

4- Présenter une idée de façon express et efficace

- Choisir un amorçage qui oriente utilement l'attention de l'auditoire.
- Recourir au langage illustré pour amener l'auditoire de se créer ses propres représentations.
- Faire émerger une conviction dans l'esprit de l'auditoire.
- Obtenir un premier engagement de l'auditoire qui initie une démarche d'engagement.

5- Répondre aux questions et objections

- Accueillir le propos et conduire habilement la trajectoire de la pensée de l'auditoire.
- Trouver un terrain de compréhension mutuelle pour conduire l'échange en partenariat.
- Déjouer les tentatives de manipulations.
- Affirmer un point de vue tout en désamorçant le conflit potentiel ou réel.
- Obtenir la coopération de l'auditoire.

6- Préparation stratégique d'une intervention

- Clarifier son objectif général et faire le point sur les acteurs et enjeux de la situation.
- Identifier les attentes, contraintes et a priori des interlocuteurs.
- Anticiper les résistances et objections, les pièges et « attaques ».
- Formuler les messages clés à diffuser et se créer un réservoir d'éléments illustratifs qui les portent.
- Définir l'appel à l'action à proposer pour déclencher l'engagement.

2 minutes pour convaincre

Réussissez votre *elevator pitch* avec les Cartes Orales®

PRÉSENTATION

Pourquoi il est urgent d'apprendre à pitcher...

Au quotidien professionnel, vous vous exprimez pour présenter une idée, un projet, une offre... avec des enjeux parfois extrêmement importants. En quelques secondes il faut sortir du lot, se démarquer, capter l'attention, susciter l'engagement.

Qu'il s'agisse de présenter votre entreprise et votre projet afin de réussir une levée de fonds ou de gagner un contrat, ou qu'il s'agisse d'intervenir au cours d'une réunion pour infléchir une décision, mobiliser une équipe : vous devez convaincre, en un temps limité.

Obtenir l'attention des interlocuteurs et susciter leur intérêt est devenu un défi.

Avec le développement exponentiel du numérique et l'évolution des environnements professionnels, le flot d'information qui nous parvient est considérable et incessant.

Les méthodes de rhétorique et d'expression orale classiques ne sont plus toujours adaptées. Les discours stéréotypés ne convainquent plus et déçoivent.

Alors comment faire ? Comment optimiser la moindre seconde pour que vos interlocuteurs s'intéressent et s'engagent ?

Cette formation propose un entraînement intensif avec les outils inédits et puissants de la méthode Cartes Orales®. Elle perfectionne des réflexes qui, dans des situations à enjeux, laissent le style personnel authentique s'exprimer avec assurance.

L'*elevator pitch*,

c'est le discours bref (le temps d'un trajet en ascenseur) pour convaincre l'interlocuteur de réaliser une action.



DURÉE

2 jours (14 heures)

MODALITÉS

En présentiel ou en distanciel (visioconférence)

POUR QUEL PUBLIC ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant perfectionner sa communication orale dans le cadre professionnel.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

En présentiel, les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

- En présentiel : maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)
- En distanciel : maximum 8 participants

TARIF

5 600,00 € HT pour la session de 2 jours (14 heures) en intra-entreprise.

OBJECTIFS

- Faire de l'auditoire le centre de sa communication ;
- Captiver l'auditoire, activer les ressorts de son attention, de ses intérêts et de ses motivations ;
- Structurer son pitch pour conduire l'auditoire et l'engager dans l'action ;
- Improviser un pitch au cours d'un entretien ou d'une réunion ;
- Pratiquer une routine de préparation et d'entraînement pour se perfectionner au quotidien.

PROGRAMME

1- Les fondamentaux du pitch

- Qu'est-ce qu'un pitch ? Se repérer dans les différentes formes de pitch.
- L'important, c'est eux ! La dynamique du pitch, centrée sur l'auditoire.
- Les ressorts de la conviction.

2- Rejoindre l'auditoire sur son terrain

- S'entraîner à impliquer l'auditoire.
- Greffer sa proposition sur les intérêts, les besoins et les questions de l'auditoire.
- Conduire l'auditoire sur le terrain des objectifs qu'il vise.

3- Illustrer son propos pour marquer les esprits

- L'auto-proclamation, le déclaratif, ne convainquent pas.
- Illustrer ses propos et les rendre palpables pour que l'auditoire se les approprie.
- Convaincre avec un langage illustré : faire germer une idée dans l'esprit de l'auditoire.

4- La trame d'un bon pitch

- Mettre en place la structure du pitch en 7 étapes.
- Adopter une démarche stratégique orientée objectif et calibrer l'objectif du pitch selon l'auditoire.
- Bien commencer pour amorcer un contexte d'écoute et favoriser les associations d'idées.
- Rassembler des éléments convaincants dans différents registres et les sélectionner selon l'auditoire.

5- La préparation physique et mentale du communicant

- Se préparer pour être en condition d'intervenir à l'oral avec impact.
- La voix, le regard, la présence, pour capter l'attention et augmenter son pouvoir de conviction.
- Stimuler ses capacités d'improvisation.

6- Préparer un pitch sur mesure

- Préparer un pitch pour une situation spécifique.
- Filmer son pitch à la façon d'une vidéo à poster sur un réseau internet.
- Préparer un pitch professionnel et s'entraîner à le présenter au cours d'un entretien ou d'une interview.

7- Différentes formes de pitch selon les situations

- Se repérer dans les différents outils pour préparer ou improviser son pitch selon les situations.
- Cas spécifiques de pitch.

8- Improviser et structurer son pitch en situation

- Improviser en structurant son propos selon les 5 catégories d'information.
- Au cours d'une réunion, structurer ses idées et les exprimer sous forme de pitch pour convaincre son auditoire et l'amener à l'action.

Convaincre grâce au storytelling

Faites vivre une histoire qui suscite l'émotion et l'engagement

PRÉSENTATION

Pourquoi les histoires sont-elles si efficaces pour convaincre ?

Nous, humains, pour comprendre le monde, les événements qui surviennent, nous nous les racontons. Nous sommes en permanence en train de créer des liens entre divers événements pour leur donner sens, en train de construire des histoires, même à notre insu. Ces histoires façonnent notre rapport au monde, ce que nous en percevons, la façon dont nous l'interprétons. Elles dictent les décisions que nous prenons et les actions que nous engageons.

Nos convictions, le sens que nous donnons aux choses, aux situations, se fondent sur les histoires que nous nous racontons.

Même les décisions les plus complexes, les démarches diplomatiques de haut niveau, les affaires juridiques, les raisonnements économiques, les avancées scientifiques se fondent sur des histoires. Des histoires multiples et contradictoires. Du choix de l'histoire que l'on (se) raconte dépendent les conclusions et les décisions adoptées.

Dans le cadre professionnel, la tentation est grande de vouloir présenter les choses telles que nous les connaissons, donner de l'information détaillée, exhaustive, rationnelle et d'argumenter avec force preuves.

Le storytelling emprunte un autre chemin pour convaincre — chemin complémentaire au précédent. Il s'intéresse aux histoires que l'audience se raconte pour faire sens de la situation, et vise à influencer sur ces histoires. Il permet d'entrer par la grande porte dans le système de représentation de l'audience, pour activer ses réseaux de signification. Il amène l'audience à entrer de plain-pied dans une histoire, dans une certaine façon de voir les choses, de les toucher du doigt.

Dans cette formation, nous explorons les ressorts de la création d'histoire, aussi bien à l'écrit qu'à l'oral.

Nous nous entraînons — préparez-vous : entraînement intensif (et ludique) pour tous ! — à jouer avec ces ressorts, en improvisation, au cœur de la relation de communication orale.

Puis chaque participant s'entraîne, sur un projet professionnel de son choix, à le communiquer avec les techniques du storytelling après s'être défini un objectif pragmatique.

Le storytelling consiste à présenter son propos – à l'oral ou à l'écrit – sous forme d'histoire, de façon à captiver un public, à susciter son émotion et à déclencher son engagement.



DURÉE : 2 jours (14 heures)

MODALITÉS

En présentiel ou en distanciel (visioconférence)

POUR QUEL PUBLIC ?

- Cadres et managers dont les missions incluent des fonctions de communication ;
- Responsables et chargés de communication ou marketing ;
- Commerciaux, responsables clientèle ;
- Chefs de projet, coordinateurs, managers ;
- Tout professionnel qui a besoin de convaincre une audience à l'oral ou à l'écrit.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

En présentiel, les participants sont invités à venir avec leur smartphone pour pouvoir se filmer.

ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter Talbrix avant de s'inscrire afin de s'assurer de la prise en compte des adaptations nécessaires.

EFFECTIF

- En présentiel : maximum 12 participants (idéalement maximum 10 participants)
- En distanciel : maximum 8 participants

TARIF

5 600,00 € HT pour la session de 2 jours (14 heures) en intra-entreprise.

OBJECTIFS

- Illustrer ses propos pour marquer les esprits par des représentations mentales fortes ;
- Générer des émotions pour susciter l'intérêt de l'audience et l'embarquer ;
- Raconter une histoire cohérente, captivante et engageante à l'oral ou à l'écrit ;
- Appliquer les techniques du storytelling à ses communications pour convaincre une audience ;
- Concevoir son projet de communication avec la méthode du storytelling.

PROGRAMME

1- Le storytelling, c'est quoi ?

- Les raisons de l'efficacité du storytelling à la lumière des neurosciences : le rôle des biais cognitifs.
- Les conditions d'un storytelling efficace.
- Langage factuel et langage narratif : leurs rôles complémentaires pour susciter l'émotion, asseoir sa crédibilité et produire du sens.

2- La préparation stratégique du storytelling

- Clarifier sa connaissance de l'audience visée (interlocuteurs, public, profils).
- Définir l'angle d'approche et les messages clé selon 3 méthodes.
- Définir les médias de diffusion pour son storytelling : conversations, interventions orales, documents rédigés, images, vidéos, publications en ligne, réseaux sociaux.
- Déterminer l'objectif pragmatique de sa communication.

3- Passer du langage déclaratif au langage d'influence

- Traduire ses idées en images qui parlent aux 5 sens pour faire naître des représentations mentales fortes.
- Déclencher dans l'esprit de l'audience des associations d'idées en cascade pour influencer ses représentations mentales.
- Amener l'audience à se forger elle-même les convictions qu'on souhaite qu'elle adopte.

4- Capturer l'attention de l'audience et l'impliquer fortement dans l'histoire

- Susciter les émotions, l'imagination, la pensée, et impliquer corporellement l'interlocuteur et le lecteur.
- Planter le décor de l'histoire : les appuis de lancement de l'imaginaire de l'audience.

5- La fabrique de l'histoire : les 4 modèles narratifs du storytelling

- Structurer le déroulement d'un récit, en improvisant à l'oral ou avec préparation.
- Construire son storytelling avec les 10 briques narratives.
- Faire émerger une histoire dans l'esprit de l'audience avec une simple phrase.
- Le récit implicite ou l'art de l'ellipse pour embarquer l'audience dans une logique d'engagement.

6- Préparation mentale et corporelle

- Techniques corporelles et mentales pour activer sa pensée créative et sa capacité d'improvisation.
- Techniques d'échauffement vocal pour se préparer captiver, à l'oral, par son storytelling.

7- Concevoir un storytelling pour promouvoir une idée une décision, un changement, un produit, un service, une marque...

- Se définir une action de communication à mener (dans son environnement professionnel).
- Parcourir les étapes de la préparation du storytelling : préparation stratégique, jeu créatif, conception et écriture.
- S'entraîner à présenter son storytelling.



CE QUI NOUS IMPORTE : **RÉPONDRE À VOS BESOINS**

Pour vous, nous créons des formations sur mesure.

Selon vos besoins et vos contraintes d'organisation, nous créons des formations qui vous correspondent. En plus des éléments des programmes présentés, nous abordons divers thèmes de la communication orale :

Feedbacks : donner des feedbacks aux partenaires dans une démarche orientée solution.

Questions : les techniques d'écoute et de questionnement pour comprendre et coopérer.

Media Training : se préparer aux entretiens importants face aux médias.

Motivation : communiquer pour motiver.

Argumentation : argumenter et débattre, répondre aux objections.

Variations langagières : jeux de langage et de rotation mentale pour lever les freins et tisser des partenariats.

Communication d'influence et sens critique : comprendre le rôle de la sélection des informations, des biais de perception et de raisonnement dans l'opinion qu'on se fait d'une chose et jouer avec les variations de modalités.

Créativité et innovation : questionner l'évidence, multiplier les points de vue, les postes d'observation, diversifier les catégories de classement, expliciter les comparaisons implicites.

Visioconférence : réussir ses réunions à distance par une préparation efficace et une animation professionnelle.

COACHING INDIVIDUEL

Pour affirmer votre style de communicant : le pouvoir de l'authenticité.

Démarquez-vous et faites rayonner votre charisme de leader, dans votre style personnel, en déployant le pouvoir de votre voix, en entraînant vos compétences d'improvisateur et de stratège à l'oral, en maîtrisant le langage d'influence, en vous préparant pour des prises de parole à enjeux.

Nous vous accompagnons en séances individuelles avec un programme d'entraînement sur mesure, organisé selon vos disponibilités.



ILS FONT CONFIANCE À TALBRIX

Agence 360
Angie
Banque de France
Biogaran
Cabinet du Premier Ministre
Caisse des Dépôts et Consignations
Chambre de Commerce de Seine & Marne
Colam Entreprendre
Conseil Départemental du Val d'Oise
Crédit Agricole
Demathieu-Bard
Embraer
Engie
Galeries Lafayette
Institut de Droit de la Concurrence
Lyxor
Malakoff-Humanis
Moody's
Novartis
Nuxe
Odopass
Oracle
Paris Aéroport
Payot
Police Nationale
Reckitt
Reuters
Société Générale
Socotec
Sodexo
Unseenlabs
Veolia
Vinci Construction

TALBRIX

CONTACT

Tél. : +33 6 77 09 80 44

Courriel : contact@talbrix.fr

Site internet : www.talbrix.fr

TALBRIX

218 boulevard Raspail, 75014 Paris

Entreprise individuelle Roch JAMELOT

N° SIRET : 439 582 800 00041

Code APE : 8559A - Formation continue d'adultes

TVA intracommunautaire : FR 44 439 582 800

Organisme de Formation enregistré à La Préfecture de Paris
sous le n° 11 75 35711 75

Organisme de formation certifié

La certification qualité a été attribuée à TALBRIX
au titre de ses ACTIONS DE FORMATION

