

Aperçu du programme Influence et relations publiques

Objectifs

À l'issue du programme, chaque participant(e) :

- comprendra la nécessité de créer des événements de relations publiques qui contribuent à l'atteinte des objectifs de l'entreprise ;
- sera en mesure de préparer et de communiquer les objectifs globaux et la tactique pour chaque manifestation ;
- disposera d'une méthodologie pour mesurer la réussite d'une manifestation ;
- percevra et comprendra la différence entre des conversations de courtoisie et des conversations à but purement commercial et sera à même de gérer l'équilibre entre les deux ;
- aura la capacité d'utiliser différents styles de persuasion de manière souple et efficace ;
- saura comment « travailler une salle » pour utiliser le temps de manière optimale ;
- sera capable de construire des relations de travail plus fortes avec ses clients et prospects.

Qui est concerné

Quiconque participe régulièrement à des événements de relations publiques qui pourraient ou devraient être des occasions de développer des contacts d'affaires. Le programme est particulièrement destiné à celles et ceux qui travaillent dans les services de communication ou de publicité, les fonctions vente ou marketing, et qui sont chargé(e)s de l'organisation et de l'animation de telles manifestations ou de l'accueil de clients VIP.

Contenu du programme

Préparation des manifestations

- Positionnement de l'évènement dans la stratégie marketing ou celle de la gestion des comptes clients.
- Sélection d'un évènement approprié aux objectifs commerciaux.

Fixation des objectifs et des tactiques

- Préparer les sujets de discussion et anticiper les questions-clés.
- Situer les clients dans leur processus décisionnel.
- Développer les besoins et l'engagement d'action.

Les critères de réussite

- Fixation d'objectifs appropriés
- Mesure des résultats.

Gestion des interactions

- Définition des comportements « convivial » et « réfléchi ».
- Compétences nécessaires pour gérer une phase « conviviale » et une phase « réfléchi ».

Compétences clés pour persuader

- Définition des styles « Push » et « Pull ».
- Usage approprié des styles « Push » et « Pull ».
- Repérer les différents types de besoins.
- Découvrir les critères de décision et montrer que vous pouvez y répondre.

Gestion d'une salle

- Choix de cibles appropriées.
- Aptitudes aux introductions et aux conclusions positives.

Traiter les clients comme des personnes

- Discerner les préférences des clients à l'égard des relations publiques.
- Préparer la manière de construire des relations plus étroites.

Animation et taille du groupe

Le programme est animé par deux consultants Huthwaite expérimentés. Pour s'assurer que chaque participant(e) reçoive attention et feedback, le nombre de personnes est limité à douze.