# SAVOIR-ÊTRE DANS LE MÉTIER DU CONSULTING

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Durée** | **2 jours** | **Référence Formation** | **5-MG-POCI** |

## Objectifs

Comprendre son positionnement et son rôle en tant que consultant est nécessaire afin de mener à bien ses missions et de pouvoir les pérenniser.
Développer ses activités de conseil avec succès !
Transformez votre expertise en offre de prestations à forte valeur ajoutée - Sachez faire preuve d'autorité intellectuelle dans vos recommandations - Capitalisez sur chaque mission pour pérenniser votre activité
- Adopter la bonne attitude, la posture adéquate - Maîtriser les techniques de communication

## Participants

Cadre expérimenté, en poste ou en transition professionnelle, souhaitant capitaliser sur son parcours et ses savoir-faire.

## Pré-requis

Aucun

## Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.
Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.
En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.
Formateur expert dans son domaine d'intervention
Apports théoriques et exercices pratiques du formateur
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants
Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants
Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

## PROGRAMME

**Changer de posture... du consultant professionnel au professionnel consultant**
- Modifier son système de valeurs et de repères
- Faire le deuil du modèle hiérarchisé et du statut conféré par ses précédents postes
- Intégrer le fait de VENDRE et de SE VENDRE
- Gérer son autonomie professionnelle : apprendre à travailler « sans–filet »
- S'inscrire dans une logique de réseau

- Cas pratique : cartographiez vos réseaux.
- À partir d'un schéma euristique, identifiez et organisez vos réseaux professionnels. Apprenez à les animer et les faire fructifier.

**Formaliser un positionnement clair, spécifique et différenciant**
- Clarifier les rôles client / consultant
- Débanaliser ses compétences et ses domaines d'expertise
- Apprendre à les « contextualiser » par rapport à une entreprise et son cycle de vie
- Transformer son expertise en offre de produits et services
- Mesurer l'aptitude de changement du client
- Reconnaître la capacité du client à la réactivité
- Préparer ses outils, sa démarche commerciale et son plan de charge
- Cas pratique : faites le tri entre savoir-faire et expertises !
- À partir de la méthodologie bilan de compétences, formalisez une vision claire et synthétique de votre expertise, de votre offre et de votre parcours au moyen d'un tableau croisé de « fiches d'expertise » / biographies associées, micro cibles /prescr

**Soigner la relation client pour établir la relation de confiance**
- La conduite de l'entretien : préparer, rompre la glace, pratique l'écoute active, conclure l'entretien, rédiger un compte rendu
- Prendre du recul et savoir restituer les éléments essentiels de la mission
- Utiliser les techniques de communication : écoute, questionnement, reformulation, réponses aux remarques, critiques, objections
- Appréhender les motivations et ses enjeux : difficulté, préoccupation ou ambition ?
- Développer une écoute « interactive » pour comprendre la chaîne de valeur de son client
- Trouver la bonne distance : être humble tout en sachant se rendre indispensable
- Amener son client à s'approprier les recommandations et le plan d'action
- Cas pratique : développez une écoute « interactive » plus que thérapeutique.
- Travail individuel sur la reformulation de synthèses clarifiantes, les comptes rendus d'entretien et les recommandations.

**Transformer une consultation en mission !**
- Personnaliser ses outils commerciaux à chaque cible et problématique pour décrocher l'entretien
- Faire table rase de sa propre expérience pour être plus objectif dans l'analyse du problème
- Faire preuve d'autorité intellectuelle pour communiquer ses recommandations
- Bâtir les éléments d'une proposition réaliste : quelles ressources, quel planning, quel prix ?
- La méthode de présentation orale : préparer l'exposé, planter le décor, maîtriser le trac, soigner l'introduction, exploiter le langage non verbal, jouer sur la voix, donner du rythme, utiliser les aides visuelles
- Cas pratique : diagnostic et recommandations.
- Etat de l'art des différents outils à disposition du consultant pour formaliser d'un diagnostic sur mesure et modélisation d'une proposition et d'un plan d'action devisé restitué à l'oral devant un jury de soutenance improvisé.

**Piloter la mission et se préparer à de nouvelles opportunités**
- Organiser les différentes phases du projet
- Manager en mode non-hiérarchique avec les équipes internes
- Fixer les points de contrôle et savoir suggérer des propositions correctrices
- Rassurer par une restitution client à chaque étape du projet
- Savoir apprécier avec son client le produit, les acquis et les effets de l'intervention pour laisser une emprunte au terme de la mission
- Cas pratique : les 7 phases d'une mission.
- Travail en groupe sur les attitudes favorables en mode projet.

**Pérenniser son business grâce au personal branding**

- Maintenir et enrichir son expertise pour rester à la pointe
- Etablir une stratégie de présence sur les réseaux physiques et virtuels : Clubs, associations, conférences, blogs : comment faire son choix ?
- Fédérer et animer une communauté de prescripteurs autour de sa "marque"
- Faire vivre son image par le biais des autres pour établir une communication d'influence
- Travailler en multi projets : équilibrer son portefeuille clients et son temps
- Cas pratique : les lois et outils web du personal branding pour se faire reconnaitre comme un expert