



PASSEZ
À LA NÉGOCIATION
D'INFLUENCE

NÉGOCIATION D'INFLUENCE

NIVEAU 1

FORMATION INTER & INTRA ENTREPRISES

NÉGOCIATION
D'INFLUENCE

NIVEAU I

EXPERT.E EN
NÉGOCIATIONS
SENSIBLES

NIVEAU II

STRATÉGIE DES
ALLIÉ.ES EN
NÉGOCIATION

NIVEAU III



IN-FLUENCE Genève - Paris

Rue des Noirettes, 11 CH - 1227 Genève Tél.: +41 22 503 05 73 | swisscontact@influence-learning.com | www.influence-learning.com

NÉGOCIATION D'INFLUENCE

NOTRE PHILOSOPHIE

POURQUOI SE FORMER À LA NÉGOCIATION ?

Se former à la négociation c'est améliorer sa relation aux autres, augmenter ses résultats, envisager des partenariats pérennes.

COMMENT ?

Par les deux grands registres qui vont équilibrer le négociateur pour le stabiliser : la phase de préparation stratégique et la phase comportementale durant l'échange.

LA MÉTHODE IN-FLUENCE

Vous serez immergés dans des mises en situation de négociation avec une progressivité dans le niveau de difficulté.

Un débriefing en temps réel vous permettra de repérer vos points forts et d'efforts par des formateurs professionnels rompus à la négociation intégrative et d'influence car on ne naît pas bon négociateur, on le devient !

Notre approche est basée sur les travaux de l'Université de Harvard, les sciences sociales et comportementales, avec des mises en situation conformes à votre réalité professionnelle.

Une formation qui vous permettra d'appréhender les stratégies utilisées par les parties en présence, de décrypter les signaux émis dans la communication, de reconnaître la part des comportements et des émotions présents autour de la table des négociations.



95% de satisfaction



Réalisable à distance



Exigence pédagogique

NÉGOCIATION D'INFLUENCE

UN PROGRAMME IMMERSIF PUISSANT

JOUR 1

« SENSIBILISATION À LA NÉGOCIATION »

- Qu'est-ce que la négociation d'influence?
- 2 mises en situation immersives selon le modèle «Harvard»
- Stratégies et éléments théoriques autour de la table de négociation

JOUR 2

« NÉGOCIATIONS SENSIBLES »

- Préparation et structuration des négociations
- 2 mises en situation en contexte de crise «In-Fluence» ®
- Reconnaître et utiliser ses émotions pour optimiser la communication
- Analyse du langage corporel et des avancées des postures de négociateur.trice



Public cible

Dirigeant.e.s d'entreprise, cadres, responsables d'équipe/de départements, membres de la direction, responsables commerciaux et opérationnels, directions des ressources humaines et celles. ceux qui veulent maîtriser leur influence en négociation.



Prix de la formation en présentiel/distanciel 2021

CHF 2'400.- (HT)

Sont compris: matériel de cours, pauses-café (matin et après-midi), repas de midi dans un restaurant proche

Les participants ayant suivi la formation complète obtiennent une attestation et 14 RICS CPD



Inscriptions

Places limitées à 12 participants en présentiel et 8 en distanciel

Envoi du programme détaillé et de la logistique suite à l'inscription

✉ swisscontact@influence-learning.com

☎ +41 22 503 05 73

Formateurs



Cédric Murillo-Buscarini

Administrateur
Formateur
Conférencier Inseec
Diplômé INSEEC
EHL - LHC
Vice-chairman de
RICS Switzerland



Gian Carlo Greco

Dirigeant du cabinet
Formateur et conseil
en négociation
d'influence.
Plus de 2500
personnes formées
dans plus de 60
entreprises

INSCRIPTIONS EN LIGNE

swisscontact@influence-learning.com

PROCHAINES SESSIONS

- 22 et 23 Avril 2021 Niveau I – En ligne via **zoom**
- 24 et 25 Juin 2021 Niveau II – Genève (Pré-requis Niv. I)
- 26 et 27 Août 2021 Niveau I – Genève

ILS NOUS FONT CONFIANCE


SwissLife
Asset Managers

 Implenia

 Regimo Immobilien
Immobilienleistungen

 Livit

 Retraites
Populaires

 FTI

 **UBS** Global Asset
Management

«Théorie: adaptée et très profitable
donnée par 2 animateurs investis et
experts dans leur domaine.
Pratique: c'était excellent, on ne peut
pas fuir, on se découvre aussi.»

Directeur,
UBS Fund Management



Procter&Gamble

« J'ai vraiment apprécié cette
formation. Les formateurs
connaissaient parfaitement leur sujet et
ont fait de la formation une expérience
engageante et à la fois amusante. Les
mises en situations nous ont aidé à
mettre en
pratique ce que nous avons appris.»

Directeur Communication,
Procter&Gamble