

PRÉSENTER UN CAS D’AFFAIRES CONVAINCANT

Code du cours: MA212F

Durée: 1 jour

Crédits: 7 PDU

Description du cours

Dans un environnement dynamique axé sur les résultats, la capacité à présenter un cas d'affaires convaincant est essentielle pour influencer les décisions, obtenir les ressources nécessaires et faire avancer des initiatives stratégiques. Ce cours d'une journée propose une approche structurée pour élaborer et présenter des cas d'affaires qui résonnent auprès des parties prenantes, démontrent la valeur et inspirent l'action. Les participants apprendront à combiner réflexion stratégique, justification d'affaires et communication persuasive afin de bâtir des cas d'affaires solides, capables de résister à l'analyse et de mener à des résultats concluants.

Public cible

Ce cours s'adresse aux professionnels responsables de proposer, d'évaluer ou de présenter des initiatives d'affaires, notamment :

- Chefs/gestionnaires de projet et de programme
- Analystes d'affaires et consultants
- Gestionnaires/responsables fonctionnels en finance, opérations, RH, TI et stratégie
- Toute personne préparant des propositions destinées à des cadres dirigeants ou à des investisseurs

Objectifs du cours

À la fin de ce cours, les participants seront en mesure de :

- Définir le rôle d'un cas d'affaires et adapter son message pour qu'il résonne auprès de diverses parties prenantes.
- Construire un cas d'affaires structuré en appliquant des lignes directrices qui renforcent la clarté et la crédibilité.
- Renforcer le cas d'affaires en reliant ses éléments aux priorités, objectifs, risques et indicateurs stratégiques.
- Présenter des cas d'affaires avec impact, confiance et des stratégies pour répondre aux questions difficiles.

Plan du cours

Module 1 : Comprendre le but et l'audience

- Définir l'intention stratégique d'un cas d'affaires
- Identifier les parties prenantes clés et les décideurs
- Adapter le message selon les différents types d'audience
- Anticiper les objections et s'aligner sur les objectifs organisationnels

Module 2 : Structurer un cas d'affaires persuasif

- Utiliser un modèle de cas d'affaires basé sur les meilleures pratiques
- Définir le problème ou l'opportunité à l'aide de faits et de preuves
- Améliorer la compréhension et l'engagement grâce aux aides visuelles
- Organiser un résumé exécutif concis et bien structuré

Module 3 : Renforcer la justification stratégique

- Enrichir le besoin d'affaires en termes et en logique stratégiques
- Différencier les options à l'aide d'un score d'avantage stratégique
- Intégrer l'exposition au risque stratégique dans la prise de décision
- Quantifier les bénéfices attendus à l'aide de mesures stratégiques

Module 4 : Communiquer avec impact

- Présenter un cas d'affaires en appliquant des techniques éprouvées
- Contrôler la voix et le non-verbal pour renforcer les 4 C (Clarté, Confiance, Crédibilité et Conviction)
- Influencer les décideurs sans autorité formelle
- Gérer les questions difficiles et opposition de l'audience