**MIEUX VENDRE**

**LA FORMATION**

**Salem Roger YAHI**

***Élaborer une démarche***

***de communication***

***et de promotion efficace.***

***Améliorer le taux***

***de participation***

***aux formations.***

**MIEUX VENDRE LA FORMATION**

* Élaborer une démarche de communication et de promotion efficace.
* Améliorer le taux de participation aux formations.

**PROGRAMME**

**Adapter le message aux supports utilisés**

Analyse des supports utilisables (courriers, fax, articles...)

Utilisation de calendriers

Relais humains : anciens participants satisfaits...

Occasions de communiquer ?

**Bâtir un "argumentaire de vente" pour promouvoir la formation**

Identifier les principes de communication à utiliser pour "vendre" la formation

Passer d'une logique de présentation de stage à une logique de réponse à des questions humaines et/ou techniques

**Réaliser une offre de stages complète**

Comment organiser les documents de présentation des stages (fiches, courriers...)

Comment écrire la présentation des stages : titre, objectifs...

**Bilan**

**Première partie**

**Adapter le message**

**aux supports utilisés**

Analyse des supports utilisables (courriers, fax, articles...)

Utilisation de calendriers

Relais humains : anciens participants satisfaits...

Occasions de communiquer ?

**Courriers**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Télécopies**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Articles**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Calendriers**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Relais humains**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Occasions de communiquer**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Autre : ...................................**

|  |  |
| --- | --- |
| **AVANTAGES** | **INCONVÉNIENTS** |
|  |  |

**Seconde partie**

**Bâtir**

**un argumentaire de vente**

**pour promouvoir**

**la formation**

Identifier les principes de communication à utiliser pour "vendre" la formation

Passer d'une logique de présentation de stage à une logique de réponse à des questions humaines et/ou techniques

**Principes de communication  
pour vendre la formation**

**INVENTAIRE**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Passer d'une logique technique  
à une logique d'offre**

**PRATIQUES À PRIVILÉGIER**



\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Construire l'image de marque**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Principes du Service-Client**

Dans la perspective du service réalisé par les permanents, l'adhérent est un client.

* *Celui qui se met en quatre pour le client (l'adhérent) mérite qu'on en fasse autant pour lui !*
* *La relation compte autant que le produit !*
* *Écouter, c'est tisser des liens !*
* *L'adhérent fait vivre la fonction de permanent !*
* *L'adhérent attend des solutions pas des excuses !*
* *Répondre «impossible !» est une recette sûre pour perdre l'adhésion de l'adhérent !*
* *Donner la conviction qu'on fait vraiment  
  l'impossible !*

**Rayonnement professionnel**

*Ou comment être présent sur le terrain :*

**Plan d'entretien**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PLAN** | **PHASES** | **TECHNIQUES** |
| **PRÉPARATION** | - psychologique  et - matérielle | - rappel de ses propres   objectifs personnels - «**soleil dans la tête**» - outils de travail en état - plan de travail |
| **ACCUEIL** | - présentation   personnelle - présentation de   l'entreprise - motif de la présence | - tenue adaptée au contexte - plaquette d'information - support technique - clarté du propos |
| **DÉCOUVERTE** | - des besoins - des motivations  «SONCAS» - empathie | - questionnement  QO, QF, Q ALT, QI - écoute - silence - reformulation - prise de notes |
| **ARGUMENTATION** | - rationnelle  et - sensorielle | - structure de l'argument :  caractérist., avantage, preuve - questions de contrôle - cohérence de l'argumentation - langage constructif |
| **OBJECTION** | - perception - 3 types - méthode de réponse | - bonne ou mauvaise ? - réel, erreur, prétexte - laisser parler, rester calme  et répondre |
| **CONCLUSION** | - signaux d'accord, d'achat  gestuels et verbaux  rouge, orange, vert | - quand ? quoi ? combien ?  et comment ? - sécurisation - synchronisation |
| **SUIVI** | - gestion des rendez-vous - assurance du S.A.V - information | - planning de suivi, d'avancement - respect des délais - évolution du produit |

**Méthode de négociation**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ATTITUDES** | **PHASES** | **OUTILS** |
| - volonté de s'informer et   d'informer  - être disponible  - être tolérant  - volonté de comprendre   l'autre  - être accessible  - être à l'écoute, sans   réactivité  - savoir synthétiser | **C**  **CONSULTATION** | **1. CONTACT**  **2. QUESTIONNEMENT**  **3. REFORMULATION** |
| - oser affirmer  - être intelligible  - expliquer, montrer  - exprimer les convergences   et les contradictions | **C**  **CONFRONTATION** | **4. ARGUMENTATION**  **5. OBJECTION** |
| - rechercher les points   d'accord  - confirmer les points non   négociables  - viser le profit mutuel  - accepter un type   d'arrangement  - renforcer la relation | **C**  **CONCILIATION** | **6. RÉCAPITULATION**  **7. CONCLUSION** |

**Stage : techniques d'information  
aux adhérents**

**La cohérence du stage :**

Est-ce que le stage répond au contexte, aux objectifs du point de vente, aux attentes du chef d'entreprise, aux objectifs de la formation ?

**La démarche intellectuelle :**

1 - Le stage est-il conçu comme une résolution de problème ?

2 - Sans entrer dans le détail du stage, peut-on répondre aux deux   
 questions suivantes : voici le problème et voici la solution.

3 - Le stage est-il un grand tas d'idées, ou donne-t-il à comprendre  
 et à sentir ?

**Le style :**

1 - Y a-t-il assez de verbes d'action par rapport aux noms communs?

2 - Y a-t-il une dominante des mots concrets sur les mots abstraits ?

À noter que sont notamment comptés comme mots abstraits tous les mots comportant les suffixes : «ion», «-ment» ou «-ité».

**La présentation :**

1 - La typographie est-elle claire et variée ? (gras, italique, souligné, etc.)

2 - La mise en page est-elle claire et agréable ?

3 - La frappe et le tirage sont-ils de qualité ?

4 - Existe-t-il des encadrés ?

5 - Existe-t-il un sommaire ou une table des matières ?

6 - Le texte est-il d'un seul bloc ? Va-t-il à l'inverse à la ligne à chaque   
 phrase ?

7 - Ou est-il découpé en paragraphes de longueur moyenne ?

**Les titres :**

1 - Le titre général est-il précis et accrocheur ?

2 - Existe-t-il au moins un sous-titre par page ?

3 - Existe-t-il une hiérarchie entre les sous-titres ?

**Le vocabulaire :**

1 - Le vocabulaire utilisé est-il facilement compréhensible par l'adhérent ?

2 - N'y a-t-il pas des sigles non expliqués ?

3 - N'y a-t-il pas du jargon technique non expliqué ou du «franglais»?

4 - N'y a-t-il pas trop de mots vagues et ronflants, à la mode ?

**Les phrases :**

1 - Sont-elles de longueurs variées, mais courtes en moyenne ?

2 - Sont-elles de structures variées avec des formes grammaticales variées ?

3 - Sont-elles adaptées au client visé ? À savoir, en moyenne :

- 12 mots pour les lecteurs de niveau primaire.

- 17 mots pour les lecteurs de niveau secondaire.

- 24 mots pour les lecteurs de niveau supérieur.

**Technique PRO**

**pour une lettre percutante**

|  |  |
| --- | --- |
| **LES 8 PRO** | |
| Face au **PROs**pect | Adhérent - Chef d'entreprise |
| vous le **PRO**posant | Permanent formation région |
| devez bien connaître son **PRO**blème | Besoins et attentes de l'adhérent |
| pour lui faire une **PRO**messe de solution. | Bénéfice pour l'adhérent |
| Grâce à votre **PRO**duit | Stage formation |
| l'adhérent dira **PRO**uvez-le ! | Caractéristiques pédagogiques |
| Le permanent s'appuie sur les **PRO**pagandistes | Référence aux adhérents déjà satisfaits |
| L'adhérent convaincu **PRO**grammera son inscription. | Confiance dans le travail du permanent formation. |

**Technique AIDA**

**pour une lettre percutante**

|  |  |
| --- | --- |
| **AIDA** | |
| Attirer l'**Attention**  débuter par... | 1. une affirmation péremptoire 2. une anecdote 3. une question 4. un chiffre percutant |
| Éveiller l'**Intérêt**  se mettre à la place du lecteur... | 1. **+** de profit, de temps, de qualité, de performance... 2. **-** de gaspillage, de souci, de perte de temps... 3. **x** des bénéfices, des économies... 4. **:** les coûts, les prix... |
| Faire naître le **Désir**  utiliser les motivations fondamentales... | 1. SONCAS 2. Besoins de Maslow 3. PICASSO |
| Pousser à l'**Achat**  présenter l'offre... | 1. Date limite d'inscription 2. Coupon d'inscription 3. Cadeau pour réponse rapide ? 4. Autre avantage AFCE ? |

**Techniques pour renforcer**

**l'impact du message**

|  |  |
| --- | --- |
| **TECHNIQUES PERSUASIVES** | |
| Le permanent :  Une **source** d'émission crédible | 1. compétence 2. image de marque 3. réputation 4. prestataire de service |
| L'information :  Un **message** au contenu clair | 1. information suffisante 2. information nécessaire 3. formulation adaptée 4. langage pragmatique |
| L'information :  Une **adaptation** aux hommes du Groupement | 1. attentes des adhérents 2. motivations 3. modes de raisonnement 4. problèmes de terrain |
| Le contenu des stages :  Des **données** pertinentes | 1. proche des préoccupations 2. exemples de terrain 3. proposition d'outils 4. proposition de techniques |
| La dynamique du message :  Une **sensibilité** de service | 1. toucher l'enjeu des adhérents 2. partager les centres d'intérêt 3. se montrer disponible 4. réagir rapidement |
| La dynamique du message :  Une **communication** en retour | 1. prévoir un support de réponse 2. proposer de téléphoner 3. proposer de télécopier 4. relancer rapidement |

**Technique de Lasswell**

Questions préparatoires avant de communiquer :

→ Qui ?

→ dit quoi ?

→ à qui ?

→ comment ?

→ pourquoi ?

**Argumentation**

1. REPRÉSENTATION D'UNE RÉALITÉ
2. PRÉSENTATION DU MEILLEUR DE L'AFCE ET DE SOI-MÊME
3. MAÎTRISE DES ARGUMENTS
4. GESTION DE LA CONTRADICTION ET DES CRAINTES
5. GESTION DE LA RUPTURE (l'éviter, la provoquer).
6. UTILISATION DE L'EXEMPLE
7. INCITATION À AGIR
8. CHOIX D'UN STYLE DE COMMUNICATION

**1 -** La direction : art du tribun.

**2 -** Lalogique : art du mathématicien.

**3** **-** La théâtralisation : art du prêtre en chaire.

**4 -** Lejugement : art de l'avocat.

1. CHOIX D'UN MODE DE PERSUASION

**1 -** la ***preuve charismatique*** basée sur l'orateur

**2** - La ***preuve logique***, la déduction, fait d'aller du   
 général au détail et l'induction, fait d'aller du particulier au général.

**3 - la *preuve pathétique*** (sollicitation des réactions affectives.

**Argumentation (suite)**

1. L'ignorer, c'est subir l'argumentation de l'autre : danger !
2. La connaître, c'est lui prêter toutes les vertus : danger !
3. L'exercer, c'est influencer avec des mots et des paroles.
4. Le faire implique l'acceptation de la controverse.
5. C'est disposer de points forts et considérer les arguments contraires.
6. C'est la gestion du contre et du non.
7. C'est transformer les mots en adhésion, en contrat, en argent.
8. C'est se servir d'un «capital» : les arguments !
9. C'est ne pas gâcher ses arguments.
10. À faire **:** *ne jamais être un «argu-menteur» !*
11. À retenir **:** *user des règles de la persuasion sans jamais en abuser !*

**Éviter les passe-partout**

*Exemples de remplacement des passe-partout par des mots précis.*

|  |  |
| --- | --- |
| **À ne pas faire** | **À privilégier** |
| Le responsable des achats dit avec force qu’il n’est pas d’accord avec le choix du fournisseur. | Le responsable des achats s’insurge contre le choix du fournisseur. |
| Mme W dit que les chiffres de l’agence lyonnaise sont faux. | Mme W conteste les chiffres de l’agence lyonnaise. |
| Les techniciens de la maintenance disent qu’ils sont d’accord avec la décision de la direction. | Les techniciens de la maintenance approuvent la décision de la filiale. |
| Les délégués syndicaux disent qu’il serait préférable de reporter l’ouverture du nouveau site. | Les délégués syndicaux préconisent le report de l’ouverture du nouveau site. |
| M. X dit qu’il est vraiment contre le changement de fabrication. | M. X s’oppose au changement de fabrication. |
| La responsable de service dit une nouvelle qui a surpris toute l’assemblée. | Le responsable du service annonce une nouvelle qui a surpris toute l’assemblée. |
| Les représentants de la commission disent de façon déguisée qu’une contre-expertise doit vraiment être faite. | Les représentants de la commission suggèrent qu’une contre-expertise s’impose. |
| L’inspectrice dit qu’elle regarde les événements sans juger les intentions. | L’inspectrice constate les événements sans juger les intentions. |
| M. T dit qu’il va s’occuper sérieusement de réduire les frais de fonctionnement et que l’on peut compter sur lui. | M. Tt s’engage à réduire les frais de fonctionnement. |
| Le délégué dit qu’il se pose des questions et qu’il est contre l’arrêt des négociations. | Le délégué s’interroge et s’élève contre l’arrêt des négociations. |

**Être plus précis, plus lisible**

*Allégement dans les tournures de phrases.*

|  |  |
| --- | --- |
| **À ne pas faire** | **À privilégier** |
| Mme Dupuis répond à l’administrateur en reprenant l’argument qu’il vient d’invoquer : vous aussi vous jugez sévèrement les faits. | Mme Dupuis rétorque au directeur que lui aussi juge sévèrement les faits. |
| La direction s’oppose au projet en disant qu’il est trop cher. | La direction objecte le coût élevé du projet. |
| Le maire dit qu’il est surpris de voir autant de ces concitoyens ne pas aller voter. | Le maire s’étonne qu’il y ait autant d’abstentionnistes. |
| Mme Dufour dit que la réduction du temps de travail est une bonne chose et qu’il faut l’essayer. | Mme Dufour recommande ou préconise l’essai de la réduction du temps de travail. |
| Mme Arnoult apporte une série de faits qui complète son point de vue. | Mme Arnoult précise son point de vue par une série de faits. |
| Le responsable des achats redonne les éléments essentiels de la réunion précédente. | Le responsable des achats résume l’essentiel de la réunion précédente. |
| M. Walter dit qu’il apporte son soutien au projet. | M. Walter soutient le projet. |
| La secrétaire de séance dit qu’elle va faire d’abord une présentation des chiffres du mois. | La secrétaire expose d’abord les chiffres mensuels. |
| L’élu donne des éléments chiffrés qui remettent en question la décision du conseil. | L’élu conteste la décision du conseil par des éléments chiffrés. |
| La commission pense que les taxes vont augmenter de 5 % en 1996. | La commission prévoit 5 % d’augmentation des taxes. |

**Alléger et clarifier le style**

|  |  |
| --- | --- |
| **À ne pas faire** | **À privilégier** |
| Cette technique sert à corriger les erreurs de saisie. | Cette technique corrige les erreurs de saisie. |
| Il serait souhaitable que nous effectuions les réparations de cette machine. | Nous devrions réparer cette machine. |
| Madame Yann se pose la question de savoir si cette solution s’avère être la meilleure. | Madame Y se demande si cette solution est la meilleure. |
| Puisque vous refusez de me rembourser, je me vois dans l’obligation de rompre le contrat. | Votre refus de me rembourser m’oblige à rompre le contrat. |
| Bien que nous ayons vivement insisté, il a refusé notre offre. | Malgré notre vive insistance, il a refusé notre offre. |
| Si vous ne disposez pas de garantie, je ne peux rien vous promettre. | En l’absence de garantie, je ne peux rien vous promettre. |
| Les principales causes du déficit ont été abordées pendant la deuxième partie de l’exposé de Monsieur DURAND. | Monsieur DURAND a abordé les principales causes du déficit dans la 2ème partie de son exposé. |
| Il a été déterminé après un tour de table que l’information n’était pas passée. | Le tour de table a révélé que l’information n’était pas passée. |
| Ces considérations ne sont pas inintéressantes pour nous. | Ces considérations nous intéressent. |
| Il ne me paraît pas inopportun de proposer cette solution dans un tel contexte. | Proposer cette solution semble opportun dans un tel contexte. |

**Élaborer une directive**

**À PRATIQUER**

→ La concision.

→ Le factuel (donner des faits concrets).

→ La clarté (compréhensible).

→ La préparation.

→ a responsabilité (assumer en disant JE).

**À ÉVITER**

→ Les énoncés vagues ou généralisateurs.

→ La forme passive.

→ Les jugements de valeur.

→ Les recours à la norme (il faut).

→ Le recours au conditionnel (si... la carotte et le bâton).

→ Les longueurs.

→ Les justifications (c’est untel qui ...).

→ Les minimisations.

**Troisième partie**

**Réaliser une offre**

**de stages complète**

1. Comment organiser les documents de présentation des stages (fiches, courriers...)
2. Comment écrire la présentation des stages : titre, objectifs...

**Organiser les documents**

**de présentation des stages**

Effectuer un inventaire approfondi des outils ou supports actuellement utilisés. Comment sont-ils traités, comment circule l'information ? À quoi servent-ils vraiment ? Comment sont-ils classés ? Se servir des points suivants pour orienter son travail, ou bien en proposer d'autres :

Qui est l'émetteur ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Qui reçoit les documents ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Quelles sont les fréquences d'envoi des documents ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Quelle est la part du téléphone ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Comment le fax est-il utilisé ?\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Comment est mesuré l'impact d'un support ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Quels sont les supports les plus employés par les adhérents ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Quels sont les supports les mieux appréciés par les adhérents \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Écrire la présentation des stages**

Innover en matière de fiche de stages, de courrier, etc ; ou bien créer de nouveaux supports, se servir des points suivants pour orienter son travail, ou bien en proposer d'autres :

Reprendre les insatisfactions \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Travailler les attentes \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Se fixer de nouveaux objectifs \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prendre en compte les problèmes du terrain \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Se mettre à la place de l'adhérent \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pratiquer la synergie inter régions \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Renforcer la relation avec le siège \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Quatrième partie**

**Bilan**

Vous avez travaillé ensemble sur le meilleur moyen de parvenir à **MIEUX VENDRE LA FORMATION**, alors :

**Qu'avez-vous produit**

**au terme de ce stage ?**

**Vos réalisations ou vos objectifs immédiats**

**CRÉATIVITÉ DES STAGIAIRES**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

La session est terminée, une question se pose aux stagiaires :

**Qu’allez-vous faire**

**de mieux après ?**

**Vos idées d'actions possibles**

**CRÉATIVITÉ DES STAGIAIRES**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_