

## 4ème cours – M1 – UPE

### LE DISCOURS

#### La préparation à La prise de parole

en amont les 6 w

**Who ?** qui parle ? quelle casquette je choisis ?

**Whom ?** À qui je parle ? Quel est le niveau de connaissance du public (voir point 2)

**Why ?** Pourquoi je parle, quel est mon but (le Why de Simon Sinek, point 3)

**What ?** Quoi ? C'est mon cœur de message, qu'est-ce que je veux dire d'essentiel ?

**When ?** Quand ? Heure, journée, à quel moment , dans quel contexte temps, avant qui après qui, etc...

**Where ?** Où ? Dans quel lieu, grand, intime, privé, public, entreprise, école etc...

#### 1) WHO ? Le positionnement :

Je prends la parole en qualité de...., bien être clair sur le rôle que vous avez dans cette prise parole, vous parlez entant que quoi, étudiant, informaticien, ingénieur, commercial, responsable

Cela vous aidera à bien clarifier pourquoi vous prenez la parole, le fameux WHY

#### 2) WHOM ? Connaître son public :

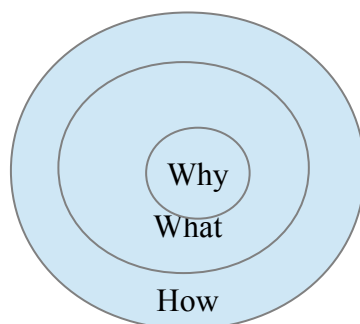
- Qui est-il ? (profs, clients, scientifiques, commerciaux, divers)
- Quel est son niveau de connaissance du sujet ?
- Que sait-il ?
- Que veut-il savoir ?

Vous devez penser et adapter votre présentation en fonction de votre public

#### 3) WHY ? Pourquoi vous prenez la parole, pourquoi vous faites cela ?

C'est la grande théorie du **cercle d'or** de Simon Sinek

Ce cercle d'or est à l'image de toute idée, tout objet , tout produit



La plupart des gens communique leur idée, leur objet ou leur produit en partant de l'extérieur vers l'intérieur alors que tout devrait commencer du centre vers l'extérieur. Selon Sinek, tout devrait toujours commencer par la question « **Pourquoi ?** ». Plutôt que de présenter ce que vous faites et comment vous le faites, commencez donc par expliquer pourquoi vous le faites: ce qui vous anime et vous passionne, ce qui vous pousse à faire ce que vous faites.

Cette théorie appliquée au marketing peut s'appliquer à chaque personne quand elle s'engage dans la moindre action.

**Pensez au pourquoi avant d'expliquer le quoi et le comment.**

**Partez du cœur, clarifiez vos motivations, et défendez-les, les gens vous suivront car ils se reconnaîtront car vous leur parlerez au cœur aussi.**

#### **4) WHAT ? Le cœur du message :**

Qu'est-ce que vous voulez dire exactement ? Qu'est-ce qui est le substrat de votre présentation, de votre prise de parole ?

Qu'est-ce qui vous tient le plus à cœur de faire passer ?

**Vous devez pouvoir l'exprimer en une phrase courte par écrit à la forme affirmative.**

Il doit apparaître clairement au moins trois fois, intro, développement, conclusion.

**y ajouter vos messages clés ;**

- Pas plus de trois, au-delà on les oublie
- Être capable de les reformuler de façon différente, la redondance est utile si elle est exprimée de façon différente à chaque fois
- Ce ne sont pas ceux que vous aimez le plus mais ceux qui vous paraissent le plus pertinents en fonction de votre public

#### **5) WHEN, Quand ? Le temps**

Combien de temps avez-vous la parole ? 20 minutes, 1 heure, 2 minutes....

Quand passez-vous votre discours ? Ce n'est pas la même chose en début de matinée que juste après le repas, ou que le soir à 23h.

Quel est le contexte temps de votre public ? Est-il pressé, a-t-il des RV ? Est-il fatigué, jet lag ou autre ?

#### **6) WHERE ? Où la prise de parole aura-t-elle lieu ?**

Espace ouvert, bruyant, petit, intime, bureau, ascenseur, encombré

**structuration de base du discours: introduction, développement et conclusion**

## **Le plan**

La présentation publique d'un projet est basée sur un travail écrit fondamental.

Ecrire c'est :

- a. **Raisonner** : organiser ses idées, les clarifier, les associer, les maîtriser
- b. **Mémoriser** : conserver les traces, archiver
- c. **Choisir** : reproduire, comparer, opter
- d. **Communiquer** : transmettre, donner l'information, pousser à l'action

### **Écrire oui mais écrire pour qui ?**

Pour cela, il faut connaître son public :

Qui est-il ? (profs, clients, scientifiques, commerciaux, divers)

Quel est son niveau de connaissance du sujet ?

Que sait-il ?

Que veut-il savoir ?

La pertinence et la présentation de données sur un sujet imposent une rigueur dans le recueil et l'organisation de ces données.

**On peut se servir de la méthode QQQQCCP pour prendre en compte tous les paramètres qui cernent le sujet de la présentation:**

**Qui** est concerné ? responsable, client, métier...niveau de connaissance, que veut-il savoir → **Pourquoi** ?

De **Quoi** s'agit-il ? objet, méthode, moyens, opération...→ **Pourquoi** ?

**Où** ? lieu, service, atelier, process... → **Pourquoi** ?

**Quand** ? date, durée, fréquence, planning....→ **Pourquoi** ?

**Comment** ? moyens, manière, matériel, procédure...→ **Pourquoi** ?

**Combien** ? temps, argent, quantité, pourcentage...→ **Pourquoi** ?

**Un plan** c'est comme une pièce de théâtre, C'est avant tout une histoire structurée avec:

1. un prologue (entrée en scène, présentation, exposition de l'intrigue)
2. des actes qui structurent l'évolution de l'intrigue : l'action se noue, rebondit, se précipite.
3. des scènes qui nous dévoilent comment les protagonistes traversent toutes ces étapes.
4. un dénouement qui nous donne la résolution de l'histoire, c'est la fin, le noir, le rideau qui tombe.

Elaborer un plan :

1. C'est classer les idées en unités homogènes de niveaux différents (phrases, paragraphes, chapitres...)
2. C'est mettre en évidence les relations entre les idées.
3. C'est pouvoir accéder rapidement aux idées développées.
4. C'est permettre à l'auditeur de se repérer facilement.

Le texte destiné à être dit ne se présente pas de la même façon qu'un texte destiné à être lu.

Utilisez en priorité des phrases courtes, des verbes (au présent le plus souvent) qui donneront une forme active à votre sujet.

Le plan doit permettre à l'auditeur de s'engager sur un chemin balisé sur lequel il marchera sans se perdre. Il rentrera dans « l'histoire » et en suivra toute les péripéties jusqu'au dénouement final.

On peut structurer son discours de différentes façons en fonction du sujet abordé, de l'objectif recherché et de l'auditoire.

#### **a) Plan par catégories , par thématiques**

Plan d'un exposé simple.

En fonction du sujet, créer des catégories de base puis des sous-parties :

2. sociales,
3. politiques,
4. historiques,
5. économiques,
6. humaines ...etc.

#### **b) Plan par opposition**

Créer un intérêt par la mise en opposition d'idées principales :

1. Opposition binaire : progression par alternatives
2. Méthode comparative : points communs et différences entre des faits comparables.
3. Elimination : refuser, nier des idées ou solutions puis affirmer la seule envisageable.

**c) Plan par enchaînement logique**

Toujours trois points d'étude logiques:

1. la situation, le problème, la résolution
2. les faits, les causes, les solutions proposées.
3. les faits, les opinions, les recommandations.
4. Situation, target, proposal

On peut y ajouter des informations complémentaires (planning, coûts...etc.)

**ex : Le plan diagnostic**

Les symptômes (qu'est-ce qui ne va pas)

Solutions, remèdes

Effets secondaires

Prescription

**d) Plan chronologique**, évolution d'un sujet, le plan se fait souvent en fonction du temps, (hier, aujourd'hui, demain) mais aussi simplement en fonction de l'évolution du sujet (liste)

**e) Plan SOSRA**

Plan pour aider à prendre une décision, pour mobiliser des personnes.

**Situation** : situer le thème, temps, espace, aspect(s) envisagé(s)

**Observation** : donner des informations, décrire, comparer, distinguer

**Sentiments** : exprimer ce que l'on pense.

**Réflexion** : expliquer pourquoi on pense cela. Argumentation précise.

**Action** : conclure en évoquant le futur (modifications apportées, actions décidées...etc.)

**f) Plan ESPRIT**

Plan défini par Louis Timbal-Duclaux dans son livre « la méthode SPRI » éd. Retz. C'est un plan qui correspond à la démarche naturelle de l'esprit humain qui veut comprendre et expliquer à son tour.

- **Entrée en matière** : mot amical, plaisanterie pour accueillir le public. Une phrase ou deux à apprendre par cœur pour une bonne lancée. Cette partie est **à faire en dernier** après tout le reste car difficile à composer. « La dernière chose qu'on trouve en faisant un ouvrage est de savoir celle qu'il faut mettre la première » (Pascal)
- **Situation** : exposer une situation, en affirmant une vérité indéniable sur laquelle tout **l'auditoire se retrouve d'accord**. C'est le moment où l'on se met en phase avec l'autre, où l'on va être sur la même longueur d'onde. Les faits doivent être objectifs, faciles à comprendre, acceptables par tous et ils doivent cadrer l'importance de l'enjeu qui va suivre.
- **Problème** : c'est une conséquence logique de la situation. Bien décrire **où** est le problème et dans quelles conditions il sera considéré comme résolu. A ce stade, on est dans un **domaine qui peut être controversé**. Il faut donc bien faire comprendre que l'on a un objectif précis qui est de suggérer une solution.

- **Résolution** : on propose une ou des solutions en donnant les grands principes. Quand il y a plusieurs solutions, il faut **prendre partie rapidement pour une** et en présenter les avantages sur les autres. Annonce du plan si besoin.
- **Informations** : on arrive à **argumentation technique**. Il faut décrire en détail comment résoudre le problème. Sur un sujet technique, il est évident que cette partie sera la plus dominante.
- **Terminer** : c'est la conclusion : synthèse des différentes parties de l'exposé pour une meilleure **mémorisation**, dernier rappel des **messages principaux, images fortes**.  
**Prendre congé de l'auditeur. Apprendre les deux dernières phrases par cœur et ne plus parler. Laisser la place à l'espace questions/réponses.**