

RÉVOLUTIONNEZ vos présentations



IDEAS ON STAGE



À PROPOS DE CETTE INTRODUCTION

Cette introduction est destinée aux participants aux webinaires d'Ideas on Stage. Il est réservé à un usage personnel.

Nous fournissons une version complète, avec des exercices et des trames, lors de nos cours de formation.

Cette introduction ne peut être vendu ou revendu.

Version : BPR-FR-INTRO-20.4 © 2020 Ideas on Stage SARL

À PROPOS D'IDEAS ON STAGE

Ideas on Stage est le spécialiste mondial des présentations en public : nous croyons fermement que la Mort Par PowerPoint® n'est pas une fatalité, que la présentation doit rimer avec communication, motivation et inspiration, et que les auditoires de ce monde méritent mieux que les présentations ennuyeuses et mal préparées qu'on leur inflige trop souvent.

Pour aider les présentateurs - et épargner leurs auditoires - nous créons des présentations, nous formons des équipes et nous coachons des présentateurs du monde entier afin de les aider à présenter de façon percutante. Notre focalisation est tout autant sur le fond que sur la forme : les arts du storytelling, du design visuel et l'art oratoire se rejoignent dans notre méthode Présentation SCORE ou pSCORE.

Nous aidons également les organisateurs d'événements d'affaires à imaginer, préparer et réaliser des conférences et des événements étonnantes qui engagent les participants et vont bien au-delà de la longue série de présentations ennuyeuses typiques qui font prier pour la pause café.

Et pour les réunions et conférences en ligne, nous proposons un fantastique cours 100 % en ligne, Révolutionnez vos réunions en ligne (Virtual Meeting Revolution), qui suit les mêmes cinq étapes que ce cours, mais avec des activités différentes pour que vos réunions virtuelles soient un réel succès.

Nous avons aidé des centaines de présentateurs TED et TEDx, des centaines d'entrepreneurs ainsi que beaucoup de grandes entreprises, sur tous les continents. Et aujourd'hui, c'est votre tour.

Préparez-vous à rejoindre la révolution des présentations !

POURQUOI UNE RÉVOLUTION ?

La plupart des présentations échouent. Les entreprises, les écoles et les organisations du monde entier gaspillent des millions d'euros année après année à cause de mauvaises présentations. Si vous ajoutez le temps et l'argent consacrés à la création de mauvaises diapos, à la réalisation de présentations inefficaces et à la participation à des réunions, conférences et exposés qui ne font que vous faire perdre votre temps, vous vous rendrez vite compte que, tout autour de vous, les présentations constituent un sérieux problème financier.



En terme purement commercial, si les membres de votre auditoire ne se souviennent de rien, si les participants aux conférences s'ennuient et n'attendent que le cocktail à la fin, ou si vos clients ne comprennent pas en quoi vos services les aideront, alors le retour sur votre investissement de temps — et d'argent — sera quasiment zéro.

Si votre argumentaire de vente ne parvient pas à donner envie aux clients d'acheter chez vous, vos revenus en pâtiront.

Si votre présentation en tant que leader ne parvient pas à inspirer vos employés, ils ne seront pas motivés pour mettre en œuvre votre stratégie.

Et si votre présentation des résultats ne parvient pas à convaincre les analystes que votre leadership, votre stratégie et vos résultats sont une opportunité pour les actionnaires, le cours de vos actions et la valeur de votre entreprise pourraient s'effondrer.

L'impact d'une bonne ou d'une mauvaise présentation n'a jamais été aussi important. Le nombre de présentations données chaque jour n'a jamais été aussi élevé. Pourtant, la qualité de la plupart des présentations n'a jamais été aussi médiocre. Il s'agit d'un coût réel, tangible et pourtant évitable pour les entreprises et les organisations du monde entier.

CINQ ÉTAPES, CINQ GRANDES RÉVOLUTIONS

La préparation d'une présentation réussie ne doit pas être très longue, mais elle nécessite que vous suiviez un processus. Notre méthode Présentation SCORE, ou pSCORE, basée sur notre expérience de la préparation de milliers de présentations au cours des dix dernières années pour des leaders de toutes les industries et fonctions, ainsi que pour les conférenciers et speakers TED, comporte cinq étapes clés, chacune associée à une révolution majeure dans la manière d'aborder les présentations :

1. FONDATION : Ce n'est pas votre présentation, c'est la leur.

Dans cette première étape, nous analysons notre public, ses besoins et le contexte. En omettant cette partie, vous construisez sur du sable.

2. IDÉATION : Objectif : pas de les informer mais de les transformer.

Ensuite, nous fixons des objectifs de transformation : que voulons-nous que notre public fasse, ressente et croie différemment après la présentation ? Nous faisons ensuite un brainstorming pour définir les messages, les histoires et les idées qui permettent d'atteindre ces objectifs.

3. CRÉATION : Créez votre discours avant vos diapos.

Ensuite, nous utilisons l'art du storytelling pour tisser ces idées en une histoire cohérente qui retient l'attention de votre auditoire du début à la fin.

4. ILLUSTRATION : Ne mélangez pas les diapos et les documents.

Une fois que nous savons quoi dire, nous pouvons l'illustrer avec les supports visuels appropriés - et non avec un nuage de mots PowerPoint® !

5. CONNEXION : Cherchez une connexion, pas la perfection.

Enfin, nous répétons et délivrons la présentation, en nous efforçant d'être professionnels sans chercher la perfection. Il est très important de créer un lien humain avec les membres de votre public.



CINQ FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

La méthode Présentation SCORE, ou pSCORE, tire son nom des cinq critères clés de réussite qu'elle vise à respecter dans toute présentation :

- SIMPLE :** Plus vous leur en dites, moins ils retiennent, donc votre présentation doit être courte, et simple à comprendre
- CLAIR :** Vos objectifs et vos messages clés doivent être clairs pour tout le monde - en commençant par vous-même
- ORIGINAL :** Si votre présentation sort du lot et leur donne l'impression de découvrir quelque chose de nouveau, ils s'en souviendront
- RELIÉ :** C'est leur présentation, pas la vôtre, donc elle doit être reliée à leurs attentes et leurs besoins, et utile pour eux
- ENTRAINANT :** Si les participants éprouvent du plaisir à vous écouter, ils vous écouteront plus attentivement, et se souviendront mieux de vos messages clés



pSCORE
Les 5 facteurs clés de succès

SIMPLE
CLAIR
ORIGINAL
RELIÉ
ENTRAINANT

Nous appliquerons ces cinq facteurs clés de succès tout au long des cinq étapes du processus pSCORE, et nous y reviendrons en particulier dans les étapes de création, d'illustration et de connexion.

Avant de pouvoir commencer à construire une présentation, nous devons d'abord comprendre notre auditoire, ses besoins et le contexte.

Nous aborderons ces questions dans la première étape : Fondation.

QUELS RÉSULTATS PUIS-JE OBTENIR ?

Il s'agit très clairement d'une révolution, d'un changement radical, et pas uniquement d'une petite modification à notre manière d'aborder les présentations. Le tableau ci-dessous vous explique de quelles façons cette nouvelle approche des présentations est complètement à l'opposé des présentations ennuyeuses dont on se contentait jusqu'ici.

AVANT LA RÉVOLUTION	APRÈS LA RÉVOLUTION
Focalisé sur l'information	Focalisé sur la transformation
Il s'agit du présentateur et de ses souhaits	Il s'agit de l'auditoire et de leurs besoins
Aussi standardisé que possible	Aussi personnalisé que possible
Aussi long que nécessaire pour y inclure autant de détails que possible	Assez court pour capter et maintenir leur attention du début à la fin
On crée les diapos, puis (en option) on réfléchit à ce qu'on leur dira	On prépare la trame du discours, puis (en option) on l'illustre
On leur dit beaucoup, mais ils se souviennent de très peu	On leur dit très peu, mais ils se souviennent de beaucoup
Plein de faits et de chiffres	Un minimum de faits et de chiffres, renforcé par des exemples / histoires
Des murs de mots sur l'écran	Des diapos visuels avec peu de mots
On partage ce que l'on projette (par mail ou sur papier)	On projette des diapos simples, et on partage un vrai document clair
Les participants subissent votre présentation, et font un effort pour vous écouter malgré leur ennui	Votre présentation est si entraînante que les participants vous écoutent attentivement sans aucun effort
Ils attendent avec impatience la fin de votre présentation	Ils attendent avec impatience votre prochaine présentation

ÉTAPE 1: **FONDATION**

Ce n'est pas **votre** présentation,
c'est la **leur**.



ABC : AUDITOIRE, BESOINS, CONTEXTE

À chaque fois que vous décidez de faire une présentation, vous prenez du temps à votre auditoire. Ce que vous leur apportez lors de votre présentation doit valoir le temps qu'ils vous ont accordé. Voilà pourquoi il est important de bien se préparer, mais il est aussi très important de connaître son auditoire avant de commencer. Lorsque vous offrez un cadeau, il appartient à son destinataire ; et lorsque vous faites une présentation, ce n'est pas la vôtre, mais bien celle de votre auditoire. Faites en sorte qu'elle leur corresponde.

Voici quelques questions que vous pouvez vous poser sur votre auditoire, leurs besoins et le contexte. Vous ne serez pas toujours en mesure de trouver toutes les réponses, mais le temps que vous passez à cerner l'ABC vous permettra de bâtir votre présentation sur une fondation solide. Si au contraire vous sautez cette étape, ne vous étonnez pas si votre présentation s'effondre.

AUDITOIRE

- Qui sont les personnes clés dans votre auditoire ?
- Pour quelle(s) entreprise(s) travaillent-ils ?
- Quelle est leur fonction au sein de leur entreprise ? Depuis combien de temps sont-ils en poste ?
- Faites une recherche sur LinkedIn et sur d'autres sites web afin d'en apprendre le plus possible sur eux.
- Posez des questions autour de vous afin d'en savoir plus.

BESOINS

- Comment se portent leurs affaires ? Ceci peut inclure toute l'entreprise, leur division ou leur fonction dans l'entreprise.
- Qu'est-ce qui les empêche de dormir ? Quelles sont leurs principales préoccupations ?
- En quoi leurs problèmes et leurs enjeux sont-ils reliés à vous et à vos activités ?
- Qu'est-ce que les participants clés attendent de votre présentation ?
- Quelles inquiétudes ont-ils vis-à-vis de vous et/ou de vos activités ?

CONTEXTE

- À quelle heure allez-vous parler ? Pendant combien de temps ?
- Dans quel type de salle votre présentation aura-t-elle lieu ?
- Quelqu'un parlera-t-il avant ou après vous ? De quoi vont-ils parler ?
- Aurez-vous un microphone ? Si oui, quel genre ?
- Disposerez-vous d'un projecteur ou d'un écran ? Si oui, est-il préférable d'utiliser des diapos au format 16:9 ou 4:3 ?
- Disposerez-vous de haut-parleurs ?
- Quelle est l'actualité de leur entreprise et de leur marché ?
- Y a-t-il des délais à respecter prochainement, pour eux ou pour vous ?
- Que savent-ils déjà sur vous et/ou sur le sujet de votre présentation ?
- Que s'est-il passé récemment à propos de vous et/ou de votre sujet ?

ÉTAPE 2 : IDÉATION

Objectif : pas de les **informer**
mais de les **transformer**



« Si le seul objectif de votre présentation est de partager des informations, annulez la présentation et donnez-leur un document à lire. C'est beaucoup plus efficace. »

Garr Reynolds



ACTIVITÉ 2.1 :

VOS OBJECTIFS DE TRANSFORMATION

QUAND NE PAS PRÉSENTER

Trop de présentations ne visent qu'à informer, et pourtant, c'est précisément ce que les présentations font particulièrement mal. Nous oublions la plupart de ce que nous entendons dans les 30 secondes.

Si vous voulez que les gens se souviennent d'une information, donnez-leur alors un document, un café et du temps pour lire.

C'est ce qui se passe dans les réunions d'entreprise chez Amazon et LinkedIn par exemple, où les réunions ne comportent jamais de diapos ni de présentations. Celles-ci commencent par dix minutes de silence ou plus, au cours desquelles les participants lisent un document de six pages qui leur dit tout ce qu'ils doivent savoir et qui présente les sujets à discuter en réunion.

Après la lecture, tout le monde a le même niveau d'information. Les participants posent des questions, vérifient la compréhension, discutent, se mettent d'accord — et personne ne se lève pour présenter. Les réunions prennent ainsi deux fois moins de temps qu'auparavant, et quiconque a manqué la réunion peut facilement lire le document et le compte-rendu pour obtenir un bien meilleur contexte que celui qu'il aurait reçu en lisant une liste de bullet-points.

Les présentations sont donc très inefficaces pour informer les participants — mais elles sont excellentes pour les transformer.

QUELS SONT VOS OBJECTIFS DE TRANSFORMATION ?

Votre objectif en tant que présentateur est de transformer votre public d'une manière ou d'une autre. Si, après votre présentation, ils ne croient, ne ressentent ou ne font rien de nouveau ou de différent, alors vous avez perdu votre temps — et pire, vous les avez fait perdre à eux.

Pour élaborer un objectif de transformation, il suffit de compléter cette phrase :

Après cette présentation, l'auditoire _____ .

Faites en sorte que le verbe dans la deuxième partie de la phrase soit un verbe qui exprime un sentiment ou une action. Si vous vous retrouvez avec le verbe « savoir » ou « connaître », demandez-vous pourquoi ils ont besoin de savoir cela — et ensuite complétez la phrase à nouveau avec l'objectif véritable.

Mauvais : « **Après cette présentation, l'auditoire aura connaissance du style de présentation de notre société.** »

Bien : « **Après cette présentation, l'auditoire mettra en application notre style de présentation à chaque occasion.** »

Vous aurez peut-être des objectifs secondaires. Pour les inciter à acheter votre produit, ils doivent en avoir envie, et croire que cela les aidera. Il se peut donc que vous deviez compléter cette phrase plusieurs fois. Les croyances provoquent des émotions ; les émotions provoquent des actions.

Souvenez-vous, pour atteindre votre cible, il faut d'abord la voir clairement.

ACTIVITÉ 2.2 : BRAINSTORMING

Maintenant il est temps de chercher des idées de ce que nous pouvons dire dans notre présentation pour atteindre nos objectifs de transformation. Pour nous aider, nous utilisons le Parcours de Transformation de l'Auditoire.

Cet outil de créativité, conçu par Ideas on Stage, est une technique simple mais puissante qui vous aidera à brainstormer de façon efficace tout en gardant votre auditoire au centre de vos préoccupations.

Si possible, dessinez le Parcours de Transformation de l'Auditoire (voir tableau ci-contre) sur un tableau blanc. Vous pouvez le faire sur un ordinateur, mais la plupart des gens sont moins créatifs devant un écran que debout avec un tableau, un marqueur et des notes autocollantes.

En résumé, vous allez vous poser les questions suivantes en rapport avec le sujet de votre présentation, et remplir la première colonne avec vos réponses :

- Qu'est-ce que les participants savent? (et qu'est-ce qu'ils ignorent, si c'est important)
- Que croient-ils, ou croient-ils savoir?
- Que ressentent-ils?
- Que font-ils?

Ensuite, remontez la colonne de droite de bas en haut en répondant aux questions :

- Qu'est-ce que je souhaite qu'ils fassent après ma présentation?
- Que devraient-ils ressentir afin de le faire?
- Que doivent-ils croire afin de ressentir cela et d'agir de la sorte?
- Que doivent-ils savoir après ma présentation?

Ainsi vous vous rendrez compte que la principale transformation que vous devez apporter est de créer des sentiments et de provoquer des actions. Ceci orientera votre présentation moins vers l'information (ce qui justement n'est pas le point fort des présentations) et plus vers la création de sentiments et d'actions, ce que les présentations font de mieux.

Enfin, descendez la colonne « transformation » au milieu en utilisant des Post-its pour trouver des idées sur ce que vous allez dire lors de votre présentation afin de transporter votre auditoire entre la colonne de gauche (avant) et celle de droite (après). Plus tard vous pourrez réutiliser ces Post-its et les réarranger en une trame pour votre présentation.

Pour un exemple d'utilisation du Parcours de Transformation de l'Auditoire, nous vous recommandons de regarder le TEDx Talk de Phil Waknell : <http://bit.ly/tedphil> (des sous-titres en français sont disponibles).

Vous pouvez également trouver des détails sur notre page dédiée ici :

<https://www.ideasonstage.fr/services/conseil-communication/parcours-transformation-auditoire/>

N'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez que nous vous aidions à réaliser votre brainstorming en utilisant le Parcours de Transformation de l'Auditoire. Nous l'utilisons depuis des années!

LE PARCOURS DE TRANSFORMATION DE L'AUDITOIRE

Qu'est-ce que votre auditoire ...	Avant	→	Après
... sait			
... croit			
... ressent			
... fait			

Après votre présentation, si votre auditoire ne fait rien de différent, ne ressent rien de différent, et ne croit rien de différent, vous aurez gaspillé votre temps — et pire, vous leur aurez fait gaspiller leur temps.

Phil Waknell



ÉTAPE 3 : **CRÉATION**

Créez votre **discours**
avant vos **diapos**



ACTIVITÉ 3.1 : LE PITCH ASCENSEUR

Maintenant que vous avez plein d'idées, il est important d'identifier ce qui est nécessaire pour atteindre vos objectifs, et de pratiquer la retenue en n'hésitant pas à rejeter une idée qui, bien qu'elle soit intéressante, n'est pas nécessaire. Le superflu nuit à l'essentiel.

Une technique simple mais pourtant très efficace pour identifier ce que votre auditoire a réellement besoin d'entendre est d'imaginer que pour atteindre vos objectifs de transformation, vous n'avez que 30 secondes : le fameux Pitch Ascenseur. Trente secondes. Pas plus de 70 mots. Et c'est tout. Si vous ne parvenez à le dire en si peu de temps, c'est parce que votre message n'est pas assez clair.

Par exemple, Steve Jobs a fait une longue présentation pour le lancement de l'iPhone en 2007. S'il n'avait eu que 30 secondes, il aurait sûrement dit quelque chose de ce genre :

« Aujourd’hui, je suis fier de vous annoncer une révolution aussi importante que le Mac en 1984 ou l’iPod en 2001. Nous lançons le premier vrai « smart » phone qui est également un iPod 16x9 avec des contrôles tactiles ainsi qu’un navigateur Internet inédit. Il est très simple à utiliser, contrairement aux autres smartphones. C’est vraiment un téléphone portable révolutionnaire, et nous l’appelons iPhone. Aujourd’hui Apple réinvente le téléphone. »

Vous pouvez utiliser le reste de cette page pour rédiger vos 70 mots maximum pour transmettre l'essentiel de votre présentation en 30 secondes. Attention : il s'agit de phrases complètes, pas de 70 mots-clés !

Besoin d'un cadre ? Tentez de répondre à ces trois questions dans vos 70 mots :

QUOI : que doivent-ils retenir à tout prix ?

POURQUOI : pourquoi ces messages clés sont-ils pertinents pour cet auditoire?

PUIS QUOI : que voulez-vous qu'ils fassent, ressentent, ou se rappellent ?

ACTIVITÉ 3.2 : UNE TRAME CLAIRE

Vous avez identifié les messages clés de votre présentation dans votre pitch ascenseur, et c'est un excellent début. En fait, si vous avez répondu aux trois questions clés — **QUOI, POURQUOI, PUIS QUOI** — dans votre pitch ascenseur, vous avez déjà une très bonne première ébauche de votre conclusion. Si vous savez où vous allez, il est beaucoup plus facile de trouver le meilleur itinéraire pour vous y rendre, donc préparer votre conclusion en premier est une excellente idée. Le pitch ascenseur que vous venez de créer est donc doublement utile : il vous aide à élaborer très rapidement le cœur de votre message, tout en rédigeant votre conclusion !

La deuxième activité de Crédit consiste à organiser vos idées en un scénario, en prenant les notes adhésives utilisées dans l'étape d'Idéation, et en les organisant dans une trame qui convient à votre présentation.

Dans les pages suivantes, vous trouverez deux scénarios qui fonctionnent bien (dans le cahier de travail distribué lors de nos cours, il y en a d'autres). Vous pouvez soit utiliser les petits cadres de ces pages pour disposer vos notes adhésives, si vous utilisez le plus petit format, soit dessiner le modèle de scénario choisi sur un tableau et y placer vos notes adhésives.

Vous identifieriez peut-être des vides là où vous avez besoin de plus de notes adhésives et donc plus de messages : n'hésitez pas à en rajouter. Nous avons peut-être dépassé la phase d'Idéation, mais vous pouvez toujours avoir de nouvelles idées. En fait, vous en avez probablement besoin.

Il se peut que certaines de vos idées ne s'accordent pas avec le reste. N'oubliez pas : faites preuve de retenue et retirez tout ce qui ne convient pas ou n'est pas strictement nécessaire.

Nous ne créons pas de diapos pour l'instant, bien que vous puissiez déjà avoir des idées. Nous n'illustrerons la présentation que lorsque nous saurons bien ce que nous allons dire.



TRAME #1 : LA PIÈCE EN TROIS ACTES

Une structure de présentation simple : une introduction forte qui capte l'attention, des idées claires et une conclusion pour résumer et donner un appel à l'action pour que votre auditoire comprenne vos messages clés et pourquoi ils doivent s'y intéresser.

Exemple : Steve Jobs dans son discours d'ouverture à Stanford, avec une courte introduction, trois histoires et une conclusion.

INTRODUCTION



DÉVELOPPEMENT D'IDÉES



CONCLUSION



TRAME #2 : CHANGER LE MONDE

Dans cette trame polyvalente, vous identifiez tout d'abord une situation **idéale** (comment les choses devraient être) avant de revenir sur Terre pour expliquer en quoi la **réalité** est tout sauf idéale. Ensuite, vous identifiez le **problème** à l'origine de cette situation, vous proposez une **solution** et un plan d'action, puis vous terminez avec les prochaines étapes à suivre. Les contrastes entre idéal et réalité, problème et solution, rendent cette structure particulièrement percutante.

IDÉAL

RÉALITÉ

PROBLÈME

SOLUTION

CONCLUSION / PROCHAINES ÉTAPES

ACTIVITÉ 3.3 : ORIGINAL & ENTRAINANT

Maintenant que vous avez regroupé vos idées Simples et vos messages clés dans un scénario Clair, Relié à votre public et à ses besoins, il est temps de rendre ce scénario Original et Entrainant, afin de réaliser un SCORE complet.

La première étape pour aller plus loin dans le brainstorming est de trouver des réponses à cette question : **comment rendre mémorables vos messages clés ?**

La clé de l'apprentissage est l'attention. Ce n'est pas au public de faire un effort pour être attentif : c'est au présentateur de mériter son attention, ce qui signifie que votre présentation doit être Entrainante et comporter des éléments Originaux que les gens écoutent naturellement plus attentivement que ce qu'ils ont déjà entendu.

Cette activité revient à prendre votre trame et y ajouter de la couleur – ou, pour utiliser une analogie, à ajouter des pépites de chocolat à votre cookie.



L'un des principaux moyens de faire passer vos messages et de rendre votre présentation Originale est de raconter des histoires : des exemples et des anecdotes dont les gens se souviennent bien plus que des faits et des chiffres.

Un autre moyen est de trouver un MAGIQ Moment. MAGIQ signifie « Makes A Great Impression Quickly » : quelque chose que vous dites, que vous montrez ou que vous faites et qu'ils n'oublieront jamais.

Steve Jobs a utilisé les Moments MAGIQ en sortant son MacBook Air d'une enveloppe pour montrer à quel point il est fin, ou en disant que l'iPod était « mille chansons dans votre poche ».

Que pouvez-vous dire, montrer ou faire qui rendra vos messages clés inoubliables ? Vous pouvez aussi utiliser des analogies, la surprise, les émotions ... oui, même dans l'entreprise, il y a de la place pour tout cela si vous voulez communiquer efficacement.

Par défaut, ils oublieront tôt ou tard tout ce que vous leur direz. À vous de rendre vos messages clés mémorables, si vous tenez à transformer durablement votre auditoire.

ÉTAPE 4 : ILLUSTRATION

Ne mélangez pas les **diapos**
et les **documents**



ÉVITEZ LE PIÈGE DES DIAPOCUMENTS

Dans son excellent livre *Présentation Zen*, Garr Reynolds a inventé un nouveau mot : le *diapocument*. C'est affreux, non ? C'est ce qui arrive lorsqu'on tente de faire d'une pierre deux coups : avec un seul fichier PowerPoint®, nous pouvons ainsi disposer de diapos pour notre présentation orale ou pour notre réunion, et en même temps un document que nous pouvons distribuer aux participants.

Seul hic : au lieu de faire d'une pierre deux coups, cela tombe entre deux chaises.

Une diapo PowerPoint® doit être conçu pour être un support visuel efficace pour une présentation orale, ce qui veut dire qu'il faut éviter d'y mettre trop d'éléments, parce que les êtres humains ne peuvent tout simplement pas lire et écouter simultanément. Or, en n'y mettant que le strict minimum pour illustrer vos propos, votre PowerPoint® sera un document inutile.

Voici une diapo typique

- C'est le premier point, mais ne vous en faites pas, il y en aura beaucoup d'autres
- Il y a même tellement de texte ici
 - qu'il sera nécessaire de le séparer bêtement
 - pour ne pas donner l'impression qu'on écrit un roman
 - et d'utiliser des caractères minuscules afin de tout mettre sur l'écran
- Pour vous, pauvre public, il y aura le choix difficile :
 - soit de m'écouter
 - soit de lire tout ce texte, ce que vous faites actuellement
 - soit de tenter de faire les deux simultanément
 - ce qui est impossible
 - et oui, même pour vous mesdames
- Comme quoi ça brouille le message de mettre tout ce texte sur l'écran à côté de l'orateur

Nous devons simplement cesser de confondre les diapos et les documents. Les bonnes diapos sont des supports visuels qui aident les membres de l'auditoire à comprendre et à se souvenir de ce que vous dites, sans les empêcher d'écouter (et, idéalement, en les aidant activement à écouter).

Par ailleurs, les bons documents doivent être autoporteurs et faciles à comprendre pour quelqu'un qui a manqué la présentation, ainsi que pour ceux qui étaient présents mais qui ont oublié ce que vous avez dit — c'est-à-dire, tous les participants, tôt ou tard.

Diapo • Doc

À projeter	• À imprimer
Support au discours	• Autoporteur
À regarder	• À lire
Mots clés	• Phrases complètes
Fond foncé	• Fond clair
Éviter la pollution visuelle	• Inclure les méta-données

FAITES UN BEAU SCORE AVEC VOS DIAPOS

Si vous évitez le piège des diapocuments, et vous n'utilisez des diapos que pour accompagner et illustrer une présentation orale, bravo ! Vous êtes sur le bon chemin. Maintenant, avant de concevoir vos diapos, n'oubliez pas les 5 facteurs clés de succès de pSCORE :

- SIMPLE

Un message simple ou une question simple, compris en cinq secondes

- CLAIR

Tout est facilement visible et lisible du fond de la salle ou sur un petit écran

- ORIGINAL

Soyez différent, sortez du lot et faites que votre auditoire découvre avec anticipation chaque nouvelle diapo

- RELIÉ

Chaque diapo est reliée à ce que vous dites pendant qu'elle est projetée — et non pas à ce que vous venez de dire ni à ce que vous vous apprêtez à dire

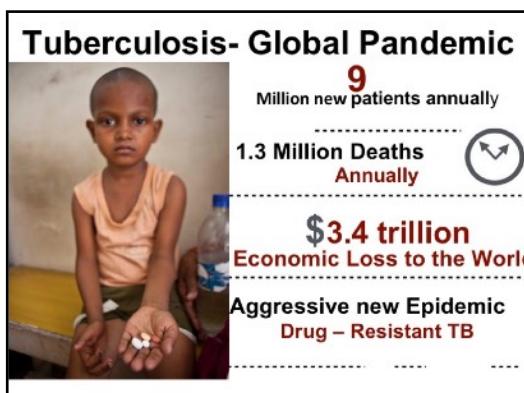
- ENTRAINANT

Vos diapos sont agréables à regarder et correspondent à l'identité visuelle de votre entreprise

Avec ces cinq caractéristiques, vous ferez un beau SCORE avec votre auditoire.

Regardez les exemples ‘avant’ et ‘après’ ci-dessous. En quoi les diapos à gauche ont-elles péché par rapport à nos caractéristiques SCORE ?

Pourquoi les diapos à droite réussissent-elles mieux ?



1.3 million
deaths every year



SORTEZ DU LOT !

VAINCRE LES MASQUES DES ENTREPRISES

Si vous avez l'impression qu'il est impossible de faire de bonnes diapos avec le masque de votre organisation, ne vous arrachez pas les cheveux : voici quelques stratégies qui vous permettront de tirer le meilleur de ces modèles.

1. Changez de masque.

Si votre entreprise a un mauvais masque de diapos, prenez la responsabilité de l'améliorer ou de le changer. Trouvez la personne responsable de ce masque, donnez-lui un exemplaire de Présentation Zen, et suggérez poliment que le masque actuel (très certainement avec un fond blanc) est efficace pour produire des documents dans PowerPoint mais que la plupart des entreprises possèdent deux masques : l'un clair et l'autre foncé pour produire respectivement des documents et des diapos. En ne critiquant pas le modèle actuel, vous aurez plus de chance de le convaincre de créer un masque différent.

2. N'utilisez pas de diapos.

Si vous ne pouvez pas changer votre masque, vous pouvez décider de présenter avec un tableau blanc ou un paperboard, ou bien de n'utiliser aucun support visuel. Ce n'est pas toujours possible ou idéal mais c'est bien mieux que de se retrouver coincé avec beaucoup d'éléments de pollution visuelle et de la lumière blanche projetée sur le mur.

3. Tirez parti de votre modèle.

Il y a de grandes chances pour que votre masque de diapos offre de nombreuses mises en page dont certaines tiendront peut-être plus de pSCORE que de la Mort par PowerPoint. Cherchez-les : elles peuvent vous proposer un bon compromis.

4. Repoussez les limites.

Le masque de diapos de votre société existe pour de bonnes raisons et il est important de les respecter. Acceptez le choix de police(s) et la palette de couleurs. Utilisez le modèle prévu pour la diapo de titre et pour quelques autres ... alors qu'à d'autres moments vous pourrez utiliser une de ces techniques qui vous permettent de repousser les limites sans jamais les dépasser :

- **Intégrer des diapos entièrement noires de temps en temps.** Elles sont très efficaces pour recentrer l'attention de votre auditoire sur vous et sur ce que vous êtes en train de dire. Personne n'insistera pour que vous paginiez une diapo noire ou que vous y intégriez une note de confidentialité.
- **Utilisez le milieu de l'écran.** Il est probable que vous ayez de la pollution visuelle en haut et en bas de votre masque que vous ne pouvez pas (ou n'osez pas) supprimer, mais vous pouvez sans problème utiliser le milieu de votre diapo avec plus de liberté. Laissez à l'identique les éléments imposés sur toutes vos diapos comme s'ils faisaient partie du décor et concentrez-vous sur la partie médiane. Rapidement votre auditoire cessera de remarquer les éléments du masque.
- **'Trichez' de manière sélective :** utilisez votre masque sur certaines de vos diapos puis de temps en temps, montrez quelque chose de complètement différent (comme une image en plein écran avec seulement quelques mots) sans les éléments du masque. Par exemple, pour une citation avec une photo de l'auteur, vous pourrez facilement vous justifier de ne pas afficher le logo de votre société ou le numéro de page.

ÉTAPE 5 : **CONNEXION**

Cherchez une **connexion**,
pas la **perfection**.



« Soyez vous-même.
Tous les autres sont déjà pris. »

Oscar Wilde



TROIS FAÇONS DE RATER UNE PRÉSENTATION

Êtes-vous prêt ? Si vous avez suivi attentivement les conseils des étapes précédentes, vous êtes désormais en possession d'une présentation claire, bien structurée et mémorable, illustrée le cas échéant par des supports visuels très efficaces.

Vous pourriez donc être tenté de dire que vous êtes prêt à vous lever devant votre public et à donner votre présentation. Peut-être l'êtes-vous. Mais pour utiliser une analogie avec la course automobile, ce n'est pas parce que vous avez la voiture la plus rapide, la mieux conçue et la plus attrayante que vous allez gagner la course. La performance du conducteur est tout aussi importante. De même, lors d'une présentation, la performance du présentateur peut transformer un support moyen en une bonne présentation, ou à l'inverse, une mauvaise performance peut gâcher un bon support.

En supposant que vous ayez correctement analysé et compris votre public, et préparé une présentation solide qui répondra à ses besoins et à vos objectifs dans le temps imparti, il n'y a en réalité que trois paramètres qui peuvent ruiner votre présentation :

- **L'absence de préparation**
- **Une dépendance trop importante à l'égard de la technologie**
- **Ne pas être soi-même**

Les pilotes doivent se préparer correctement pour le jour de la course : beaucoup d'entraînement, le perfectionnement de leurs compétences, et une préparation physique et mentale.

S'ils prennent des risques technologiques inutiles dans la conception de la voiture, ils risquent de ne même pas finir la course. Et si la voiture qu'ils conduisent ne correspond pas à leur style ou si l'habitacle n'est pas adapté ou ergonomique, ils risquent d'avoir des problèmes pour évoluer dans le véhicule.

De même, un présentateur doit éviter ces trois pièges :

- **« En ne se préparant pas, on se prépare à échouer. »** Souvenez-vous de ces mots de Benjamin Franklin. N'imaginez pas que vous pouvez simplement improviser, vous risquez de vous perdre. Une présentation réussie exige du travail à l'orateur; une présentation ratée donne du travail à son auditoire. Si vous voulez réussir, la préparation est la clé.
- **Ne vous attendez pas à ce que la technologie fonctionne :** préparez-vous à présenter sans diapos au cas où, assurez-vous d'avoir une sauvegarde PDF de vos diapos, et vérifiez-les sur l'écran avant de commencer. Et dans une grande réunion, ne comptez jamais sur le wifi : il fonctionne trop souvent très mal.
- **Soyez vous-même :** ne faites pas semblant d'être quelqu'un que vous n'êtes pas, et ne prétendez pas être parfait. Votre public préférera voir le vrai vous plutôt qu'un faux quelqu'un d'autre. Trouvez votre style et tâchez de vous améliorer dans ce cadre, plutôt que d'adopter le style de quelqu'un d'autre.

FAIRE UN SCORE SUR SCÈNE

Pour chaque art de la présentation, nous avons appliqué les cinq critères de succès de pSCORE, et il est temps de le faire pour l'art oratoire. Tout comme votre discours et vos diapos, votre prise de parole doit être :

Simple. Claire. Originale. Reliée. Entraînante. SCORE.

À quoi ressemble la réussite de chacun de ces facteurs clés de succès ?

SIMPLE : utilisez des mots que tout le monde peut comprendre en évitant tout particulièrement le jargon et les acronymes, et évitez les «mots bêquilles», ces petits mots qui ne servent à rien d'autre qu'à faire du remplissage et à nuire à votre crédibilité. Par-dessus tout, évitez les bruits de vaches, ces heu, hum, errr qui sont très désagréables et qui vous font paraître mal à l'aise et peu crédible.

CLAIR : assurez-vous que chaque syllabe soit parfaitement audible et compréhensible du fond de la salle (si vous pensez avoir peut-être besoin d'un micro, c'est que vous avez bien besoin d'un micro!). Prononcez chaque syllabe assez fort et distinctement, mais ne parlez pas trop vite : ménagez-vous des pauses conséquentes pour reprendre votre souffle et surtout pour laisser à votre auditoire le temps de réfléchir à ce que vous venez de dire.

ORIGINAL : soyez vous-même, et soyez confortable dans votre propre style : celui dans lequel vous êtes le plus à l'aise.

RELIÉ : soyez aussi proche de votre auditoire que possible, faites tomber les barrières (et les pupitres) et interagissez le plus possible avec le public. Tout en tissant des liens avec votre auditoire par des gestes et des contacts visuels appropriés, fixez-vous pour objectif de regarder chaque membre du public pendant une phrase complète en changeant de personne après chaque phrase.

ENTRAINANT : faites en sorte que chaque membre du public apprécie votre présentation, car il en retirera beaucoup plus (et le gardera en mémoire plus longtemps) s'il l'apprécie et s'il vous accorde toute son attention. Il est très difficile de rester parfaitement attentif pendant une présentation, même très importante, si elle est monotone et ennuyeuse. Pour éviter cela, variez votre intonation et votre vitesse d'élocution et laissez parler votre passion. Montrez que vous êtes convaincu par ce que vous dites et que vous comprenez ce que cela implique pour votre auditoire. En d'autres termes : il ne faut pas avoir peur d'exprimer et de susciter des émotions. La passion est contagieuse (tout comme l'ennui) : ne cherchez pas à montrer que vous êtes intéressant; montrez plutôt que cela vous intéresse. Si vous êtes visiblement passionné par votre présentation, l'auditoire l'appréciera d'autant plus.



CONCLUSION



pSCORE — SOMMAIRE

Voici un résumé simple des activités dans chaque étape de pSCORE.

1. FONDATION

- 1.1. **ABC** : Comprenez votre Auditoire, leurs Besoins et le Contexte.

2. IDÉATION

- 2.1. **OBJECTIFS DE TRANSFORMATION** : « Après cette présentation, l'auditoire ... » — que devraient-ils croire, ressentir et faire différemment ?
- 2.2. **BRAINSTORMING** : Utilisez le Parcours de Transformation de l'Auditoire pour comprendre où votre auditoire en est, où vous devez l'emmener, et ce qu'il faut dire, montrer et faire pour réaliser ces transformations.
- 2.3. **LA TECHNIQUE DES FEUX TRICOLORES** : si vous le souhaitez, utilisez cette technique pour déterminer ce qui est absolument essentiel à dire, surtout si vous devez répondre à des questions.

3. CRÉATION

- 3.1. **LE PITCH ASCENSEUR** : Si vous n'aviez que 70 mots (30 secondes), que diriez-vous ? Répondez aux questions clés : Quoi - Pourquoi - Puis quoi ?
- 3.2. **UNE TRAME CLAIRE** : Choisissez l'un des modèles de trame proposés et placez les notes de votre brainstorming dans cette structure, en ajoutant tout ce dont vous avez besoin et en éliminant le superflu.
- 3.3. **ORIGINAL & ENTRAINANT** : Passez maintenant en revue cette trame et essayez d'y ajouter de la couleur, avec des histoires, des analogies, de l'émotion et des Moments MAGIQ.
- 3.4. **L'ALLUMETTE À DEUX TÊTES** : Enfin, assurez-vous d'avoir une introduction forte qui leur donnera envie d'écouter et une conclusion forte qui leur donnera envie d'agir, en utilisant votre pitch ascenseur comme ébauche.

4. ILLUSTRATION

- 4.1. **DESSINEZ VOS SUPPORTS VISUELS** : Pour chaque point ou paragraphe de votre scénario, imaginez ce qui aidera votre auditoire à comprendre et/ou à retenir de vos messages, puis esquissez ces supports visuels.
- 4.2. **CRÉEZ VOS DIAPOS** : vous pouvez enfin ouvrir l'application de votre choix et commencer à créer vos diapos à partir de vos dessins.
- 4.3. **PRÉPAREZ DES DOCUMENTS À DISTRIBUER** : comme les membres du public oublieront rapidement ce que vous dites, pensez à leur préparer un document à lire avant et/ou après votre présentation. Faites-en un AAA : Autoporteur, Accessible et Agréable.

5. CONNEXION

- 5.1. **METTEZ-VOUS À L'AISE** : utilisez l'approche des 3 S : gagner en Sérénité en répétant plusieurs fois, en écrivant un court mémo et en évitant le café; visitez la Scène à l'avance et contactez l'équipe qui s'occupera de la technologie le grand jour pour obtenir un Soutien.
- 5.2. **CONNECTEZ-VOUS À VOTRE PUBLIC** : arrivez tôt, cherchez à établir un lien avant et surtout pendant votre présentation, et enfin, profitez de votre présentation... ils l'apprécieront d'autant plus.

LA SUITE NE TIEN T QU'À VOUS

Ces méthodes ont réussi à révolutionner les présentations de quelques centaines d'entreprises, grandes ou petites, dans tous les domaines, ainsi que dans le secteur public, dans les ONG et au sein des grandes écoles.

Les résultats sont multiples. Un lancement produit devant la presse pour une marque de luxe est très différent (et même visuellement très différent) de la présentation des résultats annuels pour une firme d'ingénieurs. Mais en suivant la méthode pSCORE, les deux seront intéressants, entraînants, centrés sur l'auditoire, et mémorables.

Notre objectif lors de ce séminaire a été de vous montrer que la Révolution des présentations et pSCORE ne sont pas juste une belle idée : c'est une méthode pratique et concrète qui a sa place dans toutes les entreprises, associations, gouvernements et très certainement dans toutes les écoles.

Nous souhaitons aussi vous voir partir avec la confiance et la certitude que vous pouvez appliquer pSCORE et faire venir la révolution des présentations dans votre environnement de travail, et nous vous avons donné les techniques pour y arriver.

Notre appel à l'action est le suivant :

- **Utilisez chaque présentation comme une opportunité de pratiquer, d'expérimenter et d'apprendre.**
- **Trouvez des manières d'appliquer pSCORE dans votre entreprise, même s'il faut commencer par de tout petits changements. Remplissez la boîte ci-dessous avec votre appel à l'action personnel.**
- **Pensez à vos amis et collègues qui pourraient à leur tour rejoindre la révolution des présentations en participant à ce séminaire.**

Vous n'êtes qu'au tout début du chemin qui fera de vous un présentateur redoutable. Suivre ce chemin, c'est un investissement qui fera une grande différence à votre carrière. Nous vous incitons à persévérer et à poursuivre ce chemin. Vous ne le regretterez pas — et vos auditoires vous remercieront.

Avant de refermer ce cahier, prenez un moment pour rédiger votre propre appel à l'action ci-dessous. Qu'allez-vous faire différemment, à partir de maintenant ?

Voici ce que j'ai décidé de faire dans mon environnement professionnel pour appliquer la méthode pSCORE. Mes auditoires le méritent.

LA FIN DU DÉBUT

Pour plus d'informations sur les ateliers et autres cours de présentation, le coaching et les services de conception d'Ideas on Stage, venez nous voir à <https://www.ideasonstage.fr> et découvrez comment nous pouvons vous aider à créer et à réaliser des présentations que votre public adorera.

Nous aidons également les organisateurs d'événements d'affaires à imaginer, préparer et réaliser des conférences et des événements étonnantes qui engagent les participants et vont bien au-delà de la longue série de présentations ennuyeuses typiques qui font prier pour la pause café.

Et pour les réunions et conférences en ligne, nous proposons un fantastique cours 100 % en ligne, Révolutionnez vos réunions en ligne (Virtual Meeting Revolution), qui suit les mêmes cinq étapes que ce cours, mais avec des activités différentes pour que vos réunions virtuelles soient un réel succès.

Nous vous recommandons également de suivre Ideas on Stage sur YouTube, LinkedIn et/ou sur Facebook, où nous partageons régulièrement des articles, des podcasts et des vidéos pertinents sur l'art de présenter en entreprise.

<https://www.youtube.com/user/ideasonstage>

<https://www.linkedin.com/company/ideas-on-stage>

<https://www.facebook.com/ideasonstage>

<https://podcasts.apple.com/us/podcast/ideas-on-stage-the-leadership-communication-podcast/id1506050111>

<https://twitter.com/ideasonstage>

Enfin, gardez un œil bien ouvert pour la publication du livre The Business Presentation Revolution en 2021. Ce sera en anglais au moins au début.

Bref, nous n'avons pas fini de vous aider à communiquer brillamment. Ce n'est que la fin du début.

