

Des présentations de résultats impactantes

Table des matières

I. Comprendre les objectifs d'une présentation réussie	3
A. Analyser les enjeux de la présentation	3
B. Construire un fil directeur des idées cohérent.....	4
C. Intégrer l'usage du storytelling.....	6
II. Exercice : Quiz	7
III. Les bonnes pratiques en matière de composition graphique	8
A. Harmoniser et unifier le contenu.....	8
1. Unité et cohérence graphique	8
2. Respect du droit des images	8
3. Minimalisme et harmonie	9
B. Mettre en avant l'information essentielle	9
C. Appliquer les techniques de facilitation visuelle	9
IV. Exercice : Quiz	10
V. Cas pratique de re-design : exemples de slides avant/après	12
A. Présenter un sommaire	12
B. Exploiter un tableau ou un graphique.....	13
C. Transformer une information en infographie	16
VI. Exercice : Quiz	17
VII. Essentiel	18
VIII. Auto-évaluation	18
A. Exercice	18
B. Test.....	19
Solutions des exercices	20

I. Comprendre les objectifs d'une présentation réussie

Contexte

PowerPoint est devenu un outil incontournable pour ce qui est de faire des présentations en entreprise, qu'il s'agisse d'animer une réunion, de présenter un sujet à ses équipes, de montrer ses résultats. Le problème, c'est qu'à force d'utiliser ce format et les mêmes réflexes de composition (utilisation des « *templates* », des mêmes schémas, des listes à puces, etc.), les présentations PowerPoint sont aujourd'hui perçues comme un peu, voire très ennuyantes à suivre, etc., parce qu'elles se ressemblent toutes, et manquent cruellement d'impact visuel.

La façon que l'on a de faire des présentations de nos jours reste très formatée et peu créative. C'est dommage, car le contenu présenté est souvent très important. Enfermés dans un schéma vu et revu, le fond et la forme paraissent insipides pour l'auditoire. Mais est-ce l'outil PowerPoint qui pose problème ? Pas vraiment. C'est l'usage que l'on en fait !

En changeant notre manière de faire, en pensant différemment et en appliquant les meilleures techniques issues du « *Design Thinking* », du storytelling et du graphisme, PowerPoint est en réalité un outil idéal pour transmettre des idées de façon visuelle avec beaucoup d'impact. Et la bonne nouvelle c'est que l'on n'a pas besoin d'être designer pour créer de belles présentations, il suffit de s'inspirer des bonnes pratiques !

Quelles sont les bonnes pratiques de design de présentation (fond et forme) ?

Comment construire une présentation avec diaporama pour une présentation en entreprise ?

Comment composer des slides à fort impact visuel ?

A. Analyser les enjeux de la présentation

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, réussir une présentation en diaporama, cela ne commence pas avec PowerPoint, ni même avec l'ordinateur.

En entreprise, il peut nous arriver de :

- Faire des présentations en interne,
- D'utiliser un support pour convaincre des clients,
- Ou encore d'intervenir à un événement pour parler d'une marque ou d'un produit.

Fondamental

En fait, les contextes d'une présentation peuvent varier et c'est un point clé qu'il faut prendre en compte avant d'ouvrir PowerPoint !

Par ailleurs, faire une présentation en public est régulièrement vécu comme **vecteur de stress**. Que l'on soit introverti ou non, mal à l'aise à l'oral ou pas, un minimum de pression se fait sentir ne serait-ce que parce qu'il y a souvent un enjeu professionnel derrière. On se sent attendu par un supérieur, on se dit que l'on sera sans doute jugé ou comparé pour sa prestation par ses collègues, etc.

C'est la raison pour laquelle il est d'autant plus important de démarrer l'exercice **comme on démarre un projet d'UX** ou de « *Design Thinking* » : en s'intéressant à ses utilisateurs, autrement dit, ici son **audience** : les personnes qui vont assister à la présentation.

Méthode

La première chose à faire lorsque l'on sait que l'on va devoir faire une présentation en entreprise, c'est d'évaluer tous les paramètres qui vont nous aider à **axer le sens de la présentation** (le ton, la forme, le message, etc.) :

- Qui va assister à la présentation ? Quel profil ont ces personnes ? Et combien seront-elles ?
- Sont-elles expertes du sujet présenté ? Ou bien vont-elles le découvrir ?

Dans l'un ou l'autre cas, cela change la façon dont on s'adresse à eux et présente le sujet. Si le public ne connaît pas le sujet, il faudra être didactique, simple et pédagogue. Si le public connaît bien le sujet, l'enjeu se situe ailleurs, ce n'est pas la peine de présenter ce qu'ils savent déjà, ils en attendent autre chose.

Et cela amène à un deuxième sujet de préoccupation :

- Quel est l'objectif de la présentation ? Informer, convaincre, divertir, démontrer ?

En fonction de la cible des participants, il convient avant tout de définir un objectif et de le coucher sur le papier : à quoi sert-elle cette présentation ?

Enfin, le dernier élément à mettre au clair c'est la logistique :

- Où se déroulera la présentation ? Taille et configuration de la salle...
- Quels sont les moyens à disposition ? Vidéoprojecteur, télécommande, micro, etc.
- Quelle est la date prévue ? Combien de temps dispose-t-on pour créer la présentation ?

Connaître ces paramètres permet de se préparer sur le plan technique et d'éviter les déconvenues le jour J. En étant bien préparé à ce qu'il va se passer, on a les meilleures chances de réussite.

B. Construire un fil directeur des idées cohérent

À ce stade, les éléments de contexte sont connus et l'ordinateur est toujours fermé.

Conseil

C'est important d'en rester au papier/crayon pour le moment parce que l'outil en lui-même et l'usage de l'ordinateur risquent de nous enfermer dans un cadre préétabli. Si on ouvre PowerPoint à ce moment, on sera tenté de créer des slides de façon linéaire en se laissant porter par les indications du logiciel : « *ajouter un titre* », « *ajouter du texte* », « *ajouter un schéma* », « *ajouter une liste à puces* », etc. Et c'est le meilleur moyen d'aboutir à une présentation banale et sans relief.

Avec quelques feuilles de papier et des post-its, on sera beaucoup plus à même :

- D'être créatif,
- De travailler sur un fil directeur cohérent,
- D'organiser ses idées de manière à donner à la présentation un angle pertinent.

Pour construire un fil directeur des idées, on reste dans l'approche de « *Design Thinking* » : à partir des éléments étudiés précédemment (cible, contexte, attentes, etc.), on va pouvoir définir son message clé en une ou deux phrases.

Exemple

Cela permet de synthétiser l'objectif d'une présentation de façon claire, par exemple :

« *Présenter devant les clients notre proposition de valeur sur la création d'un site internet responsive et moderne pour répondre à leur appel d'offre et être sélectionnés sur la base de notre concept innovant et créatif.* »

Derrière ce message clé, il y a un manifestement :

- Un besoin de **convaincre**, de séduire le client, de remporter une compétition,
- Et un enjeu de **créativité** pour se démarquer et illustrer une des compétences que ces clients attendent.

Cela veut dire deux choses :

1. **La présentation doit être claire, compréhensible et courte** : le but est d'être impactant (plus une présentation dure longtemps, moins cela a de chance d'arriver).
2. **La présentation doit être visuelle**, montrer la proposition de valeur et donc privilégier la composition graphique, plutôt que le texte, trop rébarbatif.

Méthode

Une fois que le message est posé et clairement identifié, on peut utiliser les post-its pour lister les éléments de contenu qui viennent soutenir ce message (une seule idée par post-it).

C'est comme un brainstorming : on génère des idées en nombre ! On peut même utiliser différentes couleurs pour visualiser ce qui tient de :

1. **L'information pure** : une citation, un chiffre, une statistique, un message (tout ce que l'on aurait tendance à vouloir présenter au format texte),
2. **Et du visuel** : des photos de la maquette du site par exemple, un schéma ou un graphique (tout ce que l'on aurait tendance à vouloir présenter sous la forme d'une image).

Conseil

Pour être sûr de répondre aux attentes de l'audience, on peut dessiner un tableau à deux colonnes : « *avant* », « *après* ». Ensuite, il suffit d'écrire dans la colonne « *avant* » comment le public se sent, ce qu'il pense, sait et attend de la présentation, et dans la colonne « *après* », ce que l'on voudrait que le public sache, pense, découvre et veuille faire après avoir écouté notre présentation.

Cela permet de trouver des idées qui portent notre intention. En faisant le pont entre le « *avant* » et le « *après* », on a les meilleures chances de viser juste.

Méthode

Et lorsque les idées sont là, il suffit de les organiser dans un ordre qui aura du sens pour l'audience. Ce qu'il y a de pratique avec les post-its c'est que ça se colle et que ça se décolle.

On peut donc redéfinir le chemin des idées en déplaçant les post-its sur un plan de travail, une vitre ou un tableau et visualiser l'enchaînement des idées jusqu'à ce qu'il soit cohérent.

Il ne faut pas hésiter à :

- Supprimer les post-its qui ne servent à rien, que l'on n'arrive à placer nulle part, qui sont superflus,
- Ou au contraire à ajouter les post-its et les idées qui manquent pour créer des transitions et raccrocher les wagons de l'histoire que l'on va présenter.

C. Intégrer l'usage du storytelling

Et en parlant d'histoire, c'est le moment, une fois que le fil directeur a pris forme, d'intégrer du storytelling à la présentation !

C'est ce qui permet :

1. D'**accrocher l'auditoire** en l'aidant à suivre,
2. Et d'augmenter nos chances de le faire **adhérer au message véhiculé**.

Définition

Le storytelling c'est l'art de raconter les histoires. C'est un vecteur émotionnel très efficace, car il permet de transmettre des informations beaucoup plus facilement pour une raison simple : on est davantage sensibles à ce qui est narré, raconté et qui provoque des émotions, plutôt qu'à ce qui est factuel, purement informatif.

C'est la raison pour laquelle dans une présentation PowerPoint, il faut miser sur ce qui est visuel, autant sur le plan métaphorique que littéral.

Exemple

C'est l'occasion par exemple de :

- Raconter en images les évolutions du prototype du site internet ou d'une séance de prototypage avec les équipes impliquées dans le projet.
- De raconter des anecdotes sur ce qui a fait émerger les idées les plus innovantes.
- De partir du besoin des clients pour leur démontrer comment on a répondu à leur appel d'offre en relevant des défis et dépassant des obstacles.

Sur ce dernier point, on touche à la structure même d'une histoire bien racontée. Cette structure reprend les ingrédients incontournables de ce qui nous accroche et nous donne envie de connaître la suite d'une histoire. Elle est utilisée dans les films, les romans, les séries TV, etc. Et c'est une excellente idée que de l'appliquer dans une présentation PowerPoint.

Voyons en quoi cette structure consiste si on garde l'exemple d'une présentation qui répond à un appel d'offre pour concevoir un site internet.

Exemple

Le fil directeur des idées et du contenu de la présentation pourrait suivre l'enchaînement suivant :

1. **Une situation initiale** avec un héros qui a une quête : le héros peut être le client (vous le mettez en avant), mais dans d'autres situations le héros peut être votre entreprise, ou encore votre produit. Ce héros se trouve dans une situation et a une quête, par exemple : offrir un service en ligne de qualité qui plaise aux utilisateurs.
2. **Un élément déclencheur** : le nombre d'utilisateurs a baissé, il faut améliorer le site internet (c'est là que vous présentez votre compréhension des besoins).
3. **Une suite de péripéties** : des obstacles et issues inattendues sont rencontrés, des défis sont relevés, etc. (vous expliquez la méthode ou le processus par lequel vous êtes passé et pourquoi, ce que vous avez découvert, etc.).
4. **Un dénouement** : cela peut être une idée innovante qui vient éclairer le projet, débloquer le problème, un nouvel acteur qui a fait pencher la balance, un changement de paradigme, etc.

5. Une situation de résolution : vous avez trouvé une solution élégante au problème, c'est celle que vous présentez au client, avec ses avantages, ses composantes essentielles et ce qui la différencie des autres (car votre but c'est de vous démarquer).

En suivant ce chemin narratif, on augmente clairement la capacité d'écoute active de l'auditoire parce qu'on fait inconsciemment appel à quelque chose qui est ancré chez lui depuis l'enfance.

Il ne faut absolument pas sous-estimer le pouvoir du storytelling dans une présentation !

Exercice : Quiz

[solution n°1 p.21]

Question 1

Lorsque l'on a une présentation PowerPoint à faire, il faut ouvrir PowerPoint et commencer à créer des slides.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Avant de commencer à concevoir une présentation, il faut s'intéresser à ce qu'en attend son audience.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Quelles questions faut-il se poser sur le contexte d'une présentation avant de se lancer ?

- ☐ Quels sont le profil et le niveau de connaissance de ceux qui assisteront à la présentation ?
- ☐ Est-ce que les gens vont me juger sur ma présentation ?
- ☐ Quelles sont les modalités techniques à prendre en compte ?

Question 4

Pour construire le fil directeur des idées, on peut :

- ☐ Faire un brainstorming avec des post-it
- ☐ Utiliser la méthode du avant/après
- ☐ Ce n'est pas utile d'avoir un fil directeur

Question 5

Quelle est la structure narrative du storytelling ?

- ☐ Situation initiale – Dénouement – Péripéties – Élément déclencheur – Situation de résolution
- ☐ Situation initiale – Élément déclencheur – Péripéties – Dénouement – Situation de résolution
- ☐ Situation initiale – Élément déclencheur – Dénouement – Péripéties – Situation de résolution

III. Les bonnes pratiques en matière de composition graphique

A. Harmoniser et unifier le contenu

Une fois que le fond est là, que les idées sont clairement identifiées et suivent un ordre qui a du sens pour l'auditoire, on peut passer à la forme.

Et sur la forme, il y a quelques principes à respecter pour améliorer l'expérience de ceux qui vont assister à la présentation.

1. Unité et cohérence graphique

La première chose à laquelle il faut penser c'est de donner à voir **un univers graphique cohérent** d'un bout à l'autre de la présentation. C'est important pour embarquer l'auditoire dans une présentation fluide et harmonieuse. C'est également plaisant à l'œil, ce qui n'est pas dérisoire.

L'univers graphique n'a pas besoin d'être très sophistiqué, au contraire, mais il faut surtout qu'il soit **cohérent**.

Conseil

L'idée n'est pas :

- De changer de police de caractères ou de couleurs d'une slide à l'autre,
- De mettre des animations et transitions partout pour montrer qu'on connaît toutes les fonctionnalités de PowerPoint,
- Ni d'utiliser les schémas et graphiques préfabriqués que propose le logiciel, car ils ont un côté impersonnel et sont tellement déjà vus qu'ils sont source d'ennui.

L'idée est alors de rester sobre et simple.

Lorsque l'on fait une présentation en entreprise, il y a de grandes chances qu'un modèle PowerPoint soit déjà à disposition des collaborateurs et il y a souvent une injonction tacite au respect d'une certaine **charte graphique**. Cela dit, ils sont rarement très imaginatifs et ressemblent à n'importe quel autre modèle PowerPoint d'entreprise.

Il y a un entre-deux à trouver entre utiliser le modèle de son entreprise et inventer un univers graphique : l'équilibre à trouver se trouve dans l'adaptation de la charte de l'entreprise à votre présentation.

Ce n'est pas parce qu'on n'utilise pas les slides préconçues de l'entreprise que l'on ne peut pas respecter la charte graphique : il suffit de **conserver les couleurs et la police utilisées par l'entreprise**, tout simplement.

Remarque

En revanche, il n'est pas nécessaire de rappeler le logo, la date ou encore le nom du projet sur chaque slide. La slide d'ouverture ou de fin suffit pour cela.

2. Respect du droit des images

Maintenant, lorsqu'il est question d'utiliser des images, il faut faire attention à ce qu'elles soient de qualité : en bonne résolution, pas pixelisée.

Conseil

Il n'est pas judicieux de les étirer ou de déformer les proportions : cela ringardise rapidement une présentation.

Si votre entreprise dispose d'une **bibliothèque d'images** tant mieux, mais si vous recherchez un type d'image en particulier, il vous faudra vous tourner vers des **banques d'images**.

Attention

On ne prend pas d'images sur Google Image, car la plupart ont des copyrights et ne sont pas libres de droits. D'où l'intérêt d'aller les prendre sur une plateforme comme Shutterstock, par exemple.

Ce n'est pas forcément coûteux, il existe même des banques d'images gratuites et libres de droits comme Pexels par exemple.

3. Minimalisme et harmonie

Enfin, pour composer des slides, il faut garder en tête que le but de votre support de présentation est justement d'être **un support visuel**. Il ne doit pas être la fidèle retranscription de ce que vous dites à l'oral. Votre support PowerPoint n'est pas votre prompteur, c'est une aide visuelle. Sinon quel intérêt à ce que vous soyez là pour présenter si l'auditoire n'a qu'à lire des slides ?

D'autant que lire et écouter en même temps s'avère très difficile.

Il faut donc absolument **éviter de surcharger les slides**. Il faut au contraire aérer, laisser de l'espace et répartir le contenu de façon harmonieuse et minimale.

Ne garder que l'**essentiel** est la clé.

B. Mettre en avant l'information essentielle

En parlant d'essentiel, c'est tout l'enjeu d'un support de présentation réussi. Il doit permettre à l'auditoire de suivre la présentation.

Méthode

Il y a donc quelques règles à respecter :

- Lorsqu'il y a du texte, on le met en gros (minimum taille 18, voire 24) pour qu'il soit lisible pour l'auditoire).
- Lorsque vous présentez des images, n'hésitez pas à les mettre en grand, à leur donner toute la place de la slide, quitte à mettre le texte à l'intérieur : cela permet à l'auditoire de plonger dans votre présentation, comme s'il regardait un film en grand écran.
- Et dès que c'est nécessaire, utilisez le contraste pour faire ressortir le texte.

Pour cela, plusieurs techniques sont possibles. Vous pouvez :

1. Ajouter une ombre portée derrière le texte pour qu'il se détache du fond,
2. Flouter l'image de fond pour mettre en avant le texte qui est par-dessus,
3. Ou encore placer derrière le texte en blanc un rectangle sombre, un peu à la manière d'un encart.

C. Appliquer les techniques de facilitation visuelle

Ces dernières astuces font écho à une bonne pratique que l'on utilise en design de présentation ou de support de communication : la **facilitation visuelle**.

Définition

La facilitation visuelle consiste à composer un support de manière à ce qu'il soit **facile à appréhender visuellement** pour le public. Il s'agit de faciliter la transmission de l'information. On parle aussi d'impact visuel ou de visualisation de données.

Pour ce faire, on utilise deux niveaux :

- Au niveau micro : un élément graphique unitaire de symbolisation (le pictogramme) et des formes de bases (rectangle, cercle, flèches),
- Et au niveau macro : une façon d'organiser l'information en un tout (l'infographie).

Le **pictogramme** est un élément visuel, souvent utilisé petit, sous la forme d'icône sur un site internet ou une application mobile : pictogramme de menu, du panier d'achat, de la page de profil, etc. Il fait appel à un langage universel et permet de **résumer une idée** sans avoir besoin de la décrire.

Exemple

Si dans votre présentation, vous souhaitez présenter les avantages de votre proposition de site internet, vous n'avez pas besoin de faire une liste à puces et d'y accoler des paragraphes de texte. Il vous suffit de résumer les avantages en mots-clés et d'associer à chacun d'eux un pictogramme : un cadenas fermé pour l'idée de sécurité par exemple.

À un niveau plus large, on peut utiliser des **infographies**. Dans une infographie, on peut retrouver :

- Des pictogrammes et formes de bases,
- Mais également des graphiques qui présentent des proportions (comme des camemberts ou des histogrammes) ou encore des statistiques.

L'usage d'infographies est une façon d'aborder et de présenter l'information autrement que par l'écrit, qui est plus agréable à appréhender pour l'auditoire qu'un simple texte. Et cela a l'avantage d'être rapide et efficace pour transmettre une idée : cela se comprend immédiatement.

Conseil

Un dernier conseil bonus avant de passer à la suite : si vous choisissez de faire des slides très sobres, préférez inverser l'utilisation courante du texte noir sur fond blanc et faites l'inverse : c'est beaucoup plus facile à regarder pour l'auditoire qui ne sera pas aveuglé et pourra profiter d'un contraste doux, mais tout autant efficace.

Exercice : Quiz

[solution n°2 p.22]

Question 1

Pour faire une présentation PowerPoint, il convient de garder une unité graphique, même simple.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Il est conseillé :

- ☐ De changer régulièrement de police de caractères
- ☐ D'utiliser des images libres de droits

Question 3

En design de présentation, il vaut mieux :

- ☐ Alléger les slides pour faciliter la lecture de votre support visuel
- ☐ Bien charger les slides pour que toute l'information soit disponible

Question 4

Pour améliorer l'expérience visuelle de l'auditoire, on peut :

- ☐ Mettre le texte en grand
- ☐ Présenter des infographies
- ☐ Utiliser des pictogrammes
- ☐ Toutes les réponses ci-dessus

Question 5

Un pictogramme est un ensemble visuel qui mêle différents éléments graphiques pour réunir le tout dans une illustration de l'information.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

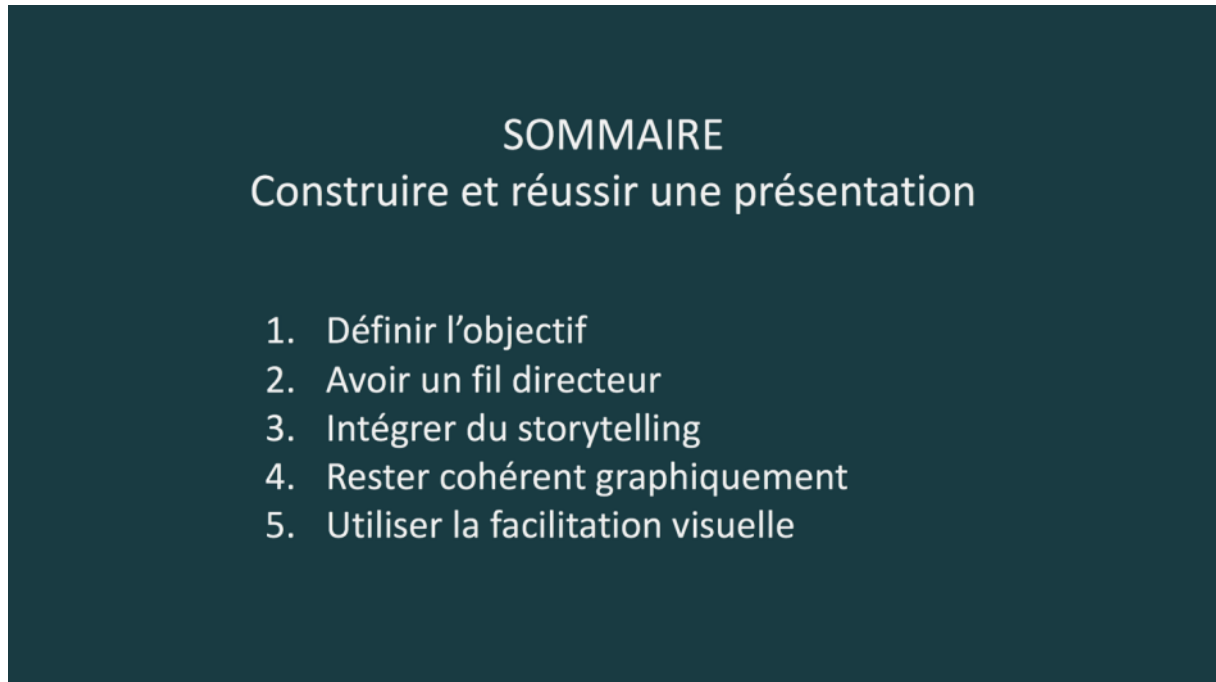
V. Cas pratique de re-design : exemples de slides avant/après

A. Présenter un sommaire

Commençons par une slide que l'on retrouve très souvent dans une présentation PowerPoint : la slide de plan, de sommaire.

Et voici une alternative à la traditionnelle liste numérotée :

Avant :



Après :



Dans cet exemple :

1. On réduit les phrases en mots-clés,
2. Et on utilise une image pour représenter l'idée de plan.

La métaphore de la structure permet de montrer les différentes étapes qui constituent la présentation de façon originale. C'est un bon moyen de capter l'attention.

B. Exploiter un tableau ou un graphique

Dans un contexte professionnel, il arrive fréquemment de devoir présenter des données chiffrées.

Mais est-ce vraiment nécessaire de présenter un tableau entier dans une slide ?

Dans cet exemple, il s'agit de montrer comment **extraire les informations essentielles** d'un tableau trop grand ou complexe et leur donner du sens pour que l'auditoire les assimile plus simplement :

1. On présente donc des moyennes plutôt qu'un ensemble de chiffres.
2. On traduit les données en quelque chose que le public peut comprendre en quelques secondes.
3. On affiche l'information en deux temps pour accompagner le discours et permettre au public de suivre ce qui est dit à l'oral sans avoir à lire des slides.

Avant :

Usage du mobile pendant une réunion de 30 minutes			
	DURÉE DE L'ATTENTION (en minutes)	USAGE PROFESSIONNEL (uniquement)	REGARD SUR TÉLÉPHONE (nombre de vérifications)
Léna	12'00"	Oui	4
Marguerite	15'02"	Non	1
Gwen	07'36"	Non	8
Abel	13'00"	Non	3
Charlotte	08'18"	Oui	5
Anaïs	21'35"	Oui	1
Alain	12'09"	Non	7
Julia	23'01"	Non	1
Antonin	03'03"	Non	9
Raphaël	08'50"	Non	6

Après :

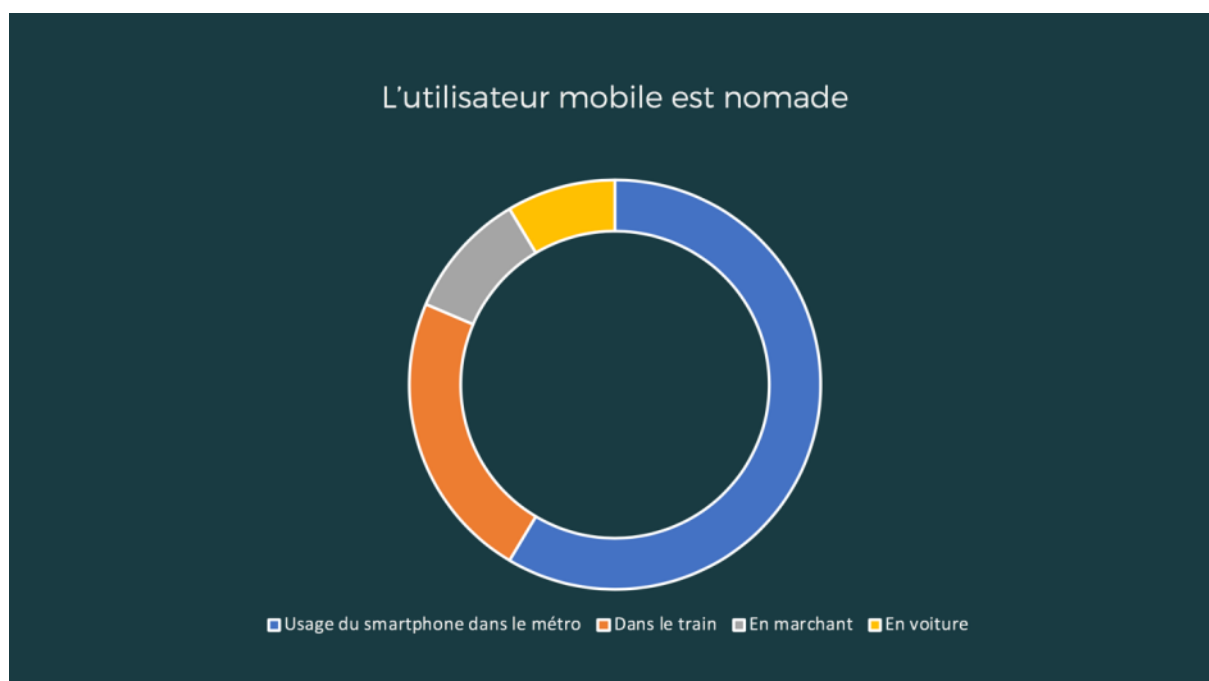


N.B. Si vos collaborateurs ont besoin de se référer au tableau, alors distribuez-le en polycopié. Le PowerPoint doit seulement servir de support, et pas d'annexe.

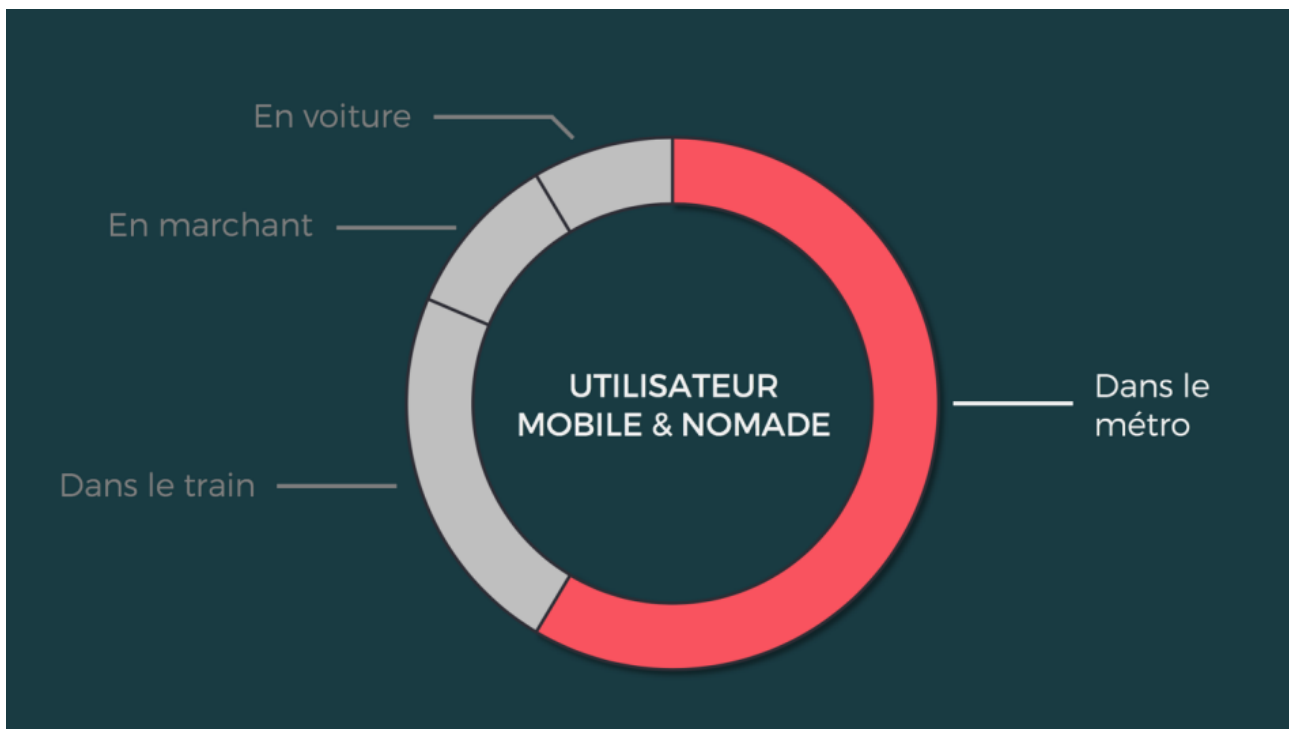
Autre exemple souvent utilisé via les modèles par défaut de PowerPoint, les graphiques (camembert, histogrammes, courbes, etc.).

Voici une proposition qui montre comment retravailler légèrement un graphique PowerPoint afin de le mettre à la charte graphique et de le rendre plus moderne.

Avant :



Après :



Il suffit de :

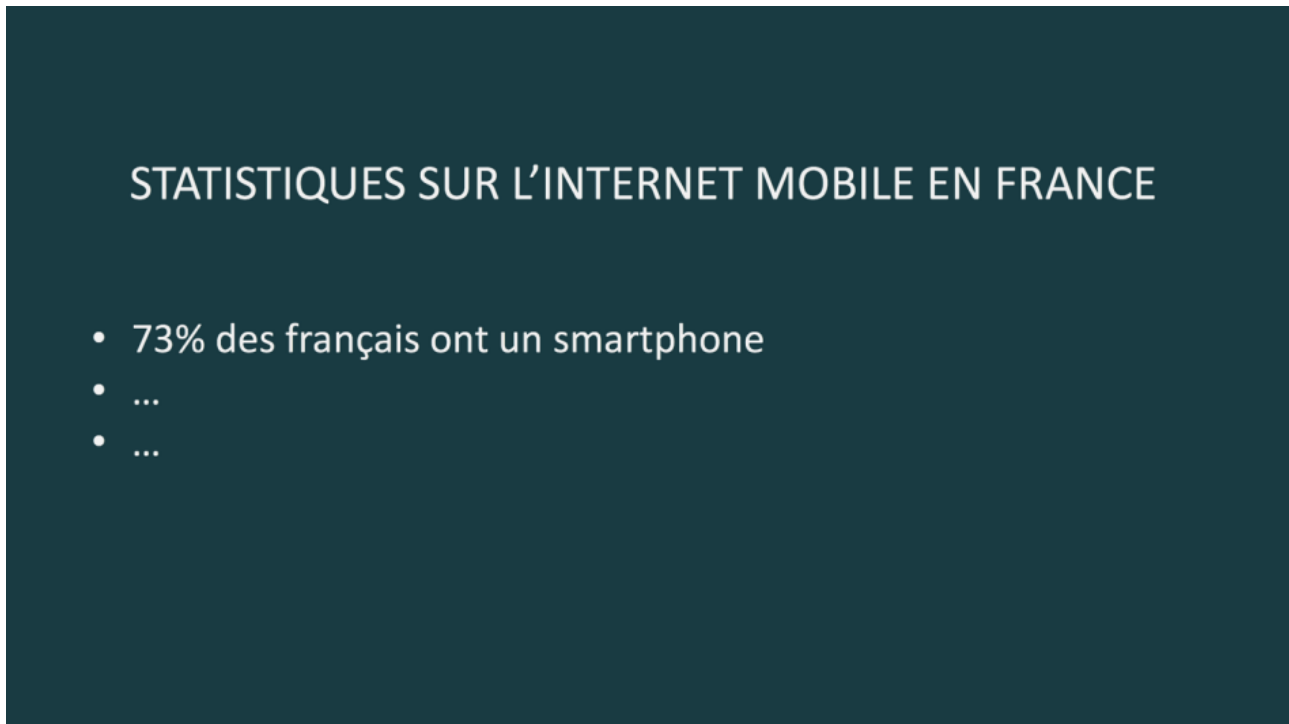
1. Recréer la légende à la main et de la placer à côté des sections pour une meilleure lisibilité,
2. Changer la couleur du graphique pour correspondre à vos couleurs (et changer la police également),
3. Séquencer le graphique pour guider le regard en faisant « *s'allumer* » les sections les unes après les autres (on crée donc 4 slides pour présenter les 4 sections du graphique)

C. Transformer une information en infographie

Lorsque l'on présente une statistique à l'oral, c'est toujours mieux de l'**illustrer** plutôt que de l'inscrire textuellement. Cela permet mieux au public d'appréhender ce que signifie ce chiffre.

Pour cela, on peut utiliser des pictogrammes afin de réaliser une infographie.

Avant :



Après :



Ou bien :



Ou encore traduire la statistique de façon différente et utiliser un ratio :



Exercice : Quiz

[solution n°3 p.23]

Question 1

On peut sortir des sentiers battus pour présenter le sommaire d'une présentation.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Lorsque l'on veut parler des données d'un tableau, il suffit de le mettre en entier dans une slide et de le présenter.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Pour présenter un graphique comme un histogramme, on peut utiliser la couleur pour guider l'attention du public.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

On peut utiliser des pictogrammes pour :

- ☐ Symboliser visuellement un concept
- ☐ Montrer une répartition ou une statistique
- ☐ Aucune des deux réponses

Question 5

Il n'y a pas d'information impossible à simplifier.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

VII. Essentiel

PowerPoint est un outil globalement mal utilisé qui pourtant offre des possibilités très intéressantes pour ce qui est de faire des présentations à fort impact visuel. Le tout est de s'écarter du schéma classique en supprimant les modèles par défaut.

Il s'agit dans un premier temps de questionner les objectifs et enjeux d'une présentation, d'organiser ses idées de manière à ce que le fil directeur soit fluide, cohérent et réponde aux attentes de l'auditoire. Tout cela avant même de se lancer dans la création d'un support visuel. Quand le fond est prêt, alors on peut passer à la forme en utilisant des techniques de facilitation visuelle pour transmettre des informations avec force.

VIII. Auto-évaluation

A. Exercice

On vous a demandé de faire une présentation avec un support PowerPoint pour présenter les résultats de votre veille informationnelle sur le thème de l'innovation en milieu professionnel et ses applications.

Vous ferez votre présentation devant vos collègues de travail pour leur partager les bonnes pratiques que vous avez identifiées. Pour les mettre en place, votre entreprise fera ensuite appel à des volontaires qui en seront personnellement responsables.

Question 1

[solution n°4 p.24]

Comment pourriez-vous transposer les 5 phases de la structure narrative pour dérouler le fil directeur de votre présentation sur les innovations en milieu professionnel ?

1. Décrivez l'histoire que vous allez raconter en une phrase.
2. Choisissez un héros et sa quête.
3. Illustrez chaque phase de la structure narrative.

Question 2

[solution n°5 p.24]

Quel outil de facilitation visuelle pourriez-vous utiliser pour présenter les résultats d'une innovation mise en place au sein d'une entreprise que vous avez étudiée ?

Et que pourrait-il illustrer visuellement, concrètement ? Donnez des exemples.

B. Test

On vous a demandé de faire une présentation avec un support PowerPoint pour présenter les résultats de votre veille informationnelle sur le thème de l'innovation en milieu professionnel et ses applications.

Vous ferez votre présentation devant vos collègues de travail pour leur partager les bonnes pratiques que vous avez identifiées. Pour les mettre en place, votre entreprise fera ensuite appel à des volontaires qui en seront personnellement responsables.

Exercice 1 : Quiz

[solution n°6 p.24]

Question 1

Quel est le double objectif de votre présentation ?

- ☐ Informer
- ☐ Démontrer
- ☐ Divertir
- ☐ Convaincre

Question 2

À priori quel est le niveau global de connaissance de votre auditoire sur le sujet de votre veille informationnelle ?

- ☐ Quelques connaissances sur le sujet sans doute
- ☐ Expertise complète et totale sur le sujet

Question 3

Que pourriez-vous noter dans la colonne « *après* » de votre tableau pour vous aider à trouver le ton juste ?

- ☐ Donner envie à mes collègues de se porter volontaire
- ☐ Leur faire comprendre que les pratiques que je présente sont efficaces
- ☐ Aucune des deux réponses

Question 4

Dans le cadre de votre présentation, c'est une mauvaise idée d'utiliser le storytelling.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

Pour votre présentation, vous devriez :

- ☐ Utiliser les couleurs et la police de votre entreprise
- ☐ Utiliser le modèle PowerPoint de votre entreprise tel quel
- ☐ Sortir du cadre du modèle PowerPoint de votre entreprise pour présenter des slides à fort impact
- ☐ Garder une ligne cohérente et visuelle pour guider votre auditoire


Solutions des exercices

Exercice p. 7 Solution n°1**Question 1**

Lorsque l'on a une présentation PowerPoint à faire, il faut ouvrir PowerPoint et commencer à créer des slides.

☐ Vrai

☒ Faux


 Au démarrage, il vaut mieux fermer l'ordinateur pour ne pas se laisser influencer dans l'enchaînement des slides et leur composition.

Question 2

Avant de commencer à concevoir une présentation, il faut s'intéresser à ce qu'en attend son audience.

☒ Vrai

☐ Faux

 De la même manière qu'on s'intéresse aux utilisateurs d'un futur produit ou service, en design de présentation, on doit prendre en compte les attentes de ceux qui vont nous écouter pour viser juste et faire une présentation pertinente.


Question 3

Quelles questions faut-il se poser sur le contexte d'une présentation avant de se lancer ?

☒ Quels sont le profil et le niveau de connaissance de ceux qui assisteront à la présentation ?

☐ Est-ce que les gens vont me juger sur ma présentation ?

☒ Quelles sont les modalités techniques à prendre en compte ?

 Les questions qu'il faut se poser sont celles qui peuvent nous aider à nous préparer : toutes les informations sur le contexte sont utiles à prendre en compte pour axer la présentation dans la bonne direction et éviter les aléas du direct.


Question 4

Pour construire le fil directeur des idées, on peut :

☒ Faire un brainstorming avec des post-it

☒ Utiliser la méthode du avant/après

☐ Ce n'est pas utile d'avoir un fil directeur

 C'est indispensable d'avoir un fil directeur, c'est ce qui nous permet de guider l'audience et de baliser le contenu de façon à ce qu'il soit clair. Pour cela, rien ne vaut une petite séance de créativité pour faire émerger des idées.

Question 5

Quelle est la structure narrative du storytelling ?

☐ Situation initiale – Dénouement – Péripéties – Élément déclencheur – Situation de résolution

☒ Situation initiale – Élément déclencheur – Péripéties – Dénouement – Situation de résolution

☐ Situation initiale – Élément déclencheur – Dénouement – Péripéties – Situation de résolution

- Q Cette structure suit un ordre logique, il y a une situation de départ et une situation finale. Entre les deux, l'élément perturbateur déclenche la mise en action qui se décline en plusieurs rebondissements (les péripéties) jusqu'à aboutir à un dénouement qui ouvrira sur la résolution.

Exercice p. 10 Solution n°2

Question 1

Pour faire une présentation PowerPoint, il convient de garder une unité graphique, même simple.

☒ Vrai

☐ Faux

- Q Cela transporte l'auditoire dans un déroulement fluide qui participe à la compréhension du message que vous véhiculez.

Question 2

Il est conseillé :

☐ De changer régulièrement de police de caractères

☒ D'utiliser des images libres de droits

- Q Pour rester professionnel(le), veillez à utiliser des images que vous êtes autorisé(e) à utiliser et provenant de sources fiables comme une banque d'images en ligne. Changer de police de slide en slide ne vous aidera pas à conserver une unité graphique, c'est à éviter.

Question 3

En design de présentation, il vaut mieux :

☒ Alléger les slides pour faciliter la lecture de votre support visuel

☐ Bien charger les slides pour que toute l'information soit disponible

- Q En design, on dit souvent « *less is more* », expression qui convoque l'idée de simplicité et de minimalisme : rester épuré, laisser respirer est la clé pour satisfaire visuellement un auditoire.

Question 4

Pour améliorer l'expérience visuelle de l'auditoire, on peut :

☐ Mettre le texte en grand

☐ Présenter des infographies

☐ Utiliser des pictogrammes

☒ Toutes les réponses ci-dessus


- Q Ce sont toutes des bonnes pratiques pour améliorer l'expérience visuelle de l'auditoire, cela lui permet de comprendre l'information, sans avoir tellement besoin de lire.

Question 5

Un pictogramme est un ensemble visuel qui mêle différents éléments graphiques pour réunir le tout dans une illustration de l'information.

☐ Vrai

☒ Faux

 C'est la définition d'une infographie. Un pictogramme est un élément graphique unitaire que l'on utilise pour symboliser une idée, et non pour synthétiser une information complexe telle qu'une répartition de données.


Exercice p. 17 Solution n°3

Question 1

On peut sortir des sentiers battus pour présenter le sommaire d'une présentation.

☒ Vrai

☐ Faux


 L'usage des métaphores ou des images peut se révéler particulièrement efficace.

Question 2

Lorsque l'on veut parler des données d'un tableau, il suffit de le mettre en entier dans une slide et de le présenter.

☐ Vrai

☒ Faux


 On extrait du tableau les données essentielles seulement, celles dont on veut parler, et c'est ça que l'on montre dans une slide.

Question 3

Pour présenter un graphique comme un histogramme, on peut utiliser la couleur pour guider l'attention du public.

☒ Vrai

☐ Faux

 C'est une bonne idée, cela permet au public de découvrir les sections au moment où vous les présentez sans être déconcentré par la lecture d'une information trop dense.


Question 4

On peut utiliser des pictogrammes pour :

☒ Symboliser visuellement un concept

☒ Montrer une répartition ou une statistique

☐ Aucune des deux réponses


 Les deux réponses sont bonnes et cela se révèle particulièrement efficace.

Question 5

Il n'y a pas d'information impossible à simplifier.

☒ Vrai

☐ Faux

 Toute idée ou information peut se transmettre de façon simple via un médium comme PowerPoint.

p. 19 Solution n°4

L'histoire : raconter des cas de mises en place d'innovations réussies en entreprise pour que mes collègues puissent se projeter et s'identifier aux réussites que je présente.

Le héros : une entreprise que j'ai trouvée et qui représente une inspiration, un modèle de réussite en termes d'innovation en interne.

Sa quête : mettre en place des innovations en entreprise.

1. **Situation initiale** l'entreprise « A » fonctionnait comme beaucoup d'entreprises, de manière verticale et pyramidale.
2. **Élément déclencheur** : les changements sociétaux sur les nouveaux rapports au travail, les changements technologiques et la nouvelle génération de travailleurs ont bousculé l'économie de son secteur. Elle a perdu des places de marché vis-à-vis de ses concurrents, car elle n'était pas assez innovante.
3. **Péripéties** : l'entreprise tente tour à tour des stratégies pour être plus innovante, mais n'a pas la bonne méthode et fait face à des échecs, des problèmes, à de la résistance au changement, etc.
4. **Dénouement** : elle décide de se concentrer sur une petite amélioration de base et de voir si c'est possible de l'implémenter.
5. **Situation de résolution** : l'amélioration prend et les résultats sont positifs, ce qui fait rentrer l'entreprise dans un cercle vertueux : elle a pu ajouter beaucoup d'autres améliorations progressivement, de manière incrémentale, et voir sa popularité remonter.

p. 19 Solution n°5

On pourrait utiliser une infographie pour présenter de manière visuelle les résultats obtenus suite à la mise en place d'une innovation en entreprise. Elle pourrait montrer les bénéfices que cela a apporté à l'entreprise.

Par exemple, via un camembert ou un histogramme, on peut montrer les taux de satisfaction des collaborateurs de l'entreprise, ou encore le niveau de communication et de transparence, la diminution du gaspillage, etc.


On peut aussi utiliser des pictogrammes pour représenter des chiffres, comme le pourcentage de prises d'initiative, ou encore l'économie de temps réalisée suite à l'arrêt des réunions chronophages à répétition.

Exercice p. 19 Solution n°6

Question 1

Quel est le double objectif de votre présentation ?

- ☒ Informer
- ☐ Démontrer
- ☐ Divertir
- ☒ Convaincre


 Votre but est d'informer : vous êtes le seul à avoir effectué cette veille, vous faites donc découvrir vos résultats à vos collègues. Mais votre but est également de convaincre : vous avez envie qu'ils transposent vos résultats dans la réalité.

Question 2

À priori quel est le niveau global de connaissance de votre auditoire sur le sujet de votre veille informationnelle ?

☒ Quelques connaissances sur le sujet sans doute

☐ Expertise complète et totale sur le sujet

 Il semblerait plutôt que votre auditoire ne soit pas expert du sujet. Son intérêt en venant vous écouter est d'en savoir plus sur l'innovation en milieu professionnel et sur ce que chacun peut faire à son échelle.


Question 3

Que pourriez-vous noter dans la colonne « après » de votre tableau pour vous aider à trouver le ton juste ?

☒ Donner envie à mes collègues de se porter volontaire

☒ Leur faire comprendre que les pratiques que je présente sont efficaces

☐ Aucune des deux réponses


 Ces deux réponses sont bonnes et d'autres sont possibles également. Ces deux propositions ne sont qu'un exemple, mais elles permettent de trouver des idées et une façon de les agencer qui vous aideront à remplir vos objectifs : informer et convaincre.

Question 4

Dans le cadre de votre présentation, c'est une mauvaise idée d'utiliser le storytelling.

☐ Vrai

☒ Faux

 Le storytelling est très utile pour embarquer votre auditoire dans votre présentation et augmenter sa capacité d'attention.

Question 5


Pour votre présentation, vous devriez :

☒ Utiliser les couleurs et la police de votre entreprise

☐ Utiliser le modèle PowerPoint de votre entreprise tel quel

☒ Sortir du cadre du modèle PowerPoint de votre entreprise pour présenter des slides à fort impact

☒ Garder une ligne cohérente et visuelle pour guider votre auditoire

 C'est conseillé de ne pas se réfugier dans le modèle préfabriqué de votre entreprise, car cela vous permettra d'être plus libre pour exprimer votre créativité. Néanmoins pour rester cohérent, vous pouvez réutiliser les couleurs et la police de l'entreprise dans vos slides. L'idée étant de laisser une marge de manœuvre pour composer des slides visuelles sans s'enfermer dans un cadre de template et schémas déjà tout faits.