

« Infobésité » vs Pertinence



« Les données, l'info, sont largement disponibles. Pouvoir en extraire du sens, c'est ça qui fait défaut! » *

* Hal Varian, responsable économique Google dans « The Economist » du 27 Février 2010

Public: que des contraintes!



1. Temps

2. Intérêt

3. Attention

4. Compétition

**Présentateur
Public**

Public: 2 principes de prise d'info



1. Intérêt = Proximité

2. Attention = Niveau

5 filtres proximité: intéressés?

- Patron: *"Est-ce bien pour mon entreprise?"*
- Directeur Financier: *"Ça vaut son argent?"*



- Opérateur: *"C'est facile à utiliser?"*
- Chef opérations: *"Est-ce fiable?"*

Quels bénéfices pour moi ?

- Dir. Marketing: *"Ça va doper le produit?"*
- Manager: *"Ça va aider mon équipe?"*

Face à une slide

Public: 3 questions inconscientes



Est-ce important pour MOI?
Comment dois-je décrypter? (forme)
Quels points clés pour MOI? (fond)

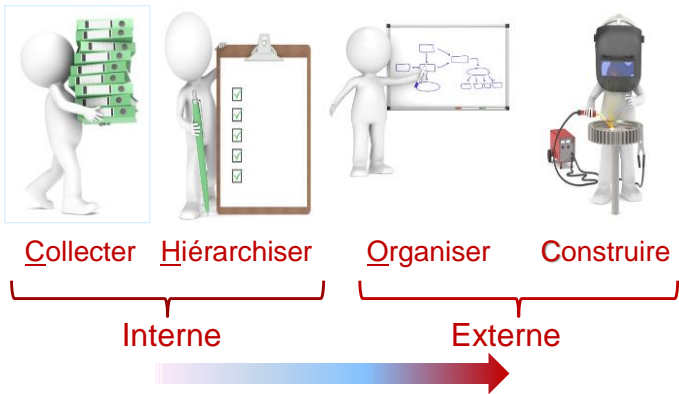
Acte de conception et rédaction: 2 utilités



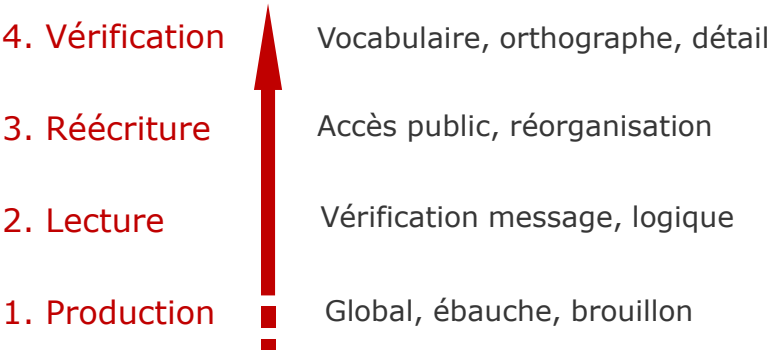
- 1. Organise pensée concepteur
Phase prise de conscience
- 2. Transmet pensée concepteur
Phase communication consciente

Effet de « Fenêtre de Johari »

Créer discours: besoins

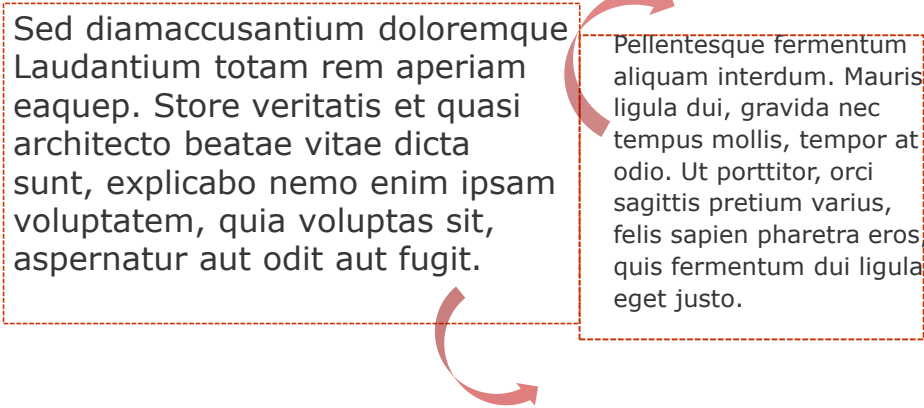


Création diapositive: méthodologie



Création slides: utiliser des cadres!

- 1. Maniabilité par niveaux accrue
- 2. Souplesse de modification
- 3. Facilité de transformation de l'existant



Entreprise: 4 niveaux d'information

■ Essentiel	—————→	A savoir	+
■ Nécessaire	—————→	Mécanisme	
<hr/>			
■ Utile	—————→	Contexte	-
■ Optionnel	—————→	<i>Hors champ</i>	

Info & loi de Miller: ingestion / digestion

5 à 7 éléments* maximum !

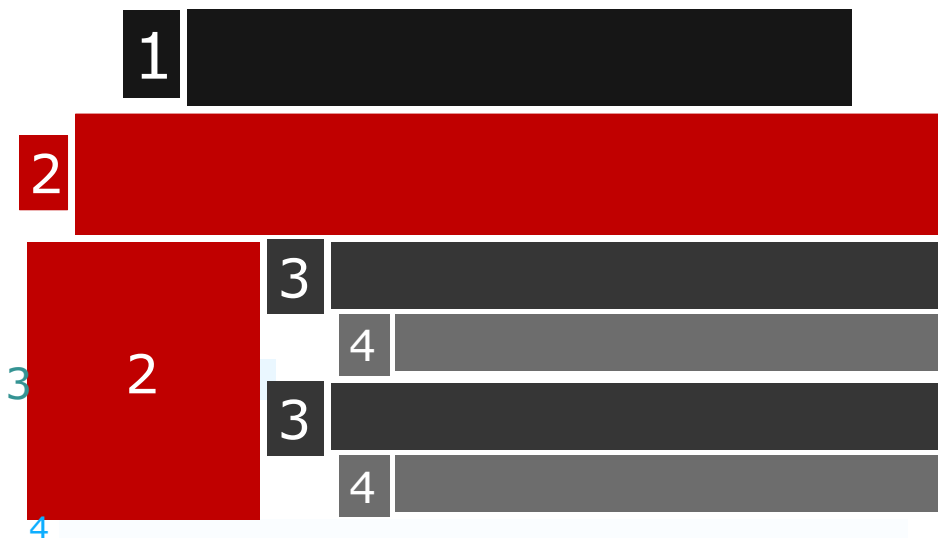


- | | |
|---------|-------------------------|
| Simple | Facile à manger! |
| Concret | Appétissante! |
| Concis | Ration pas trop grosse! |

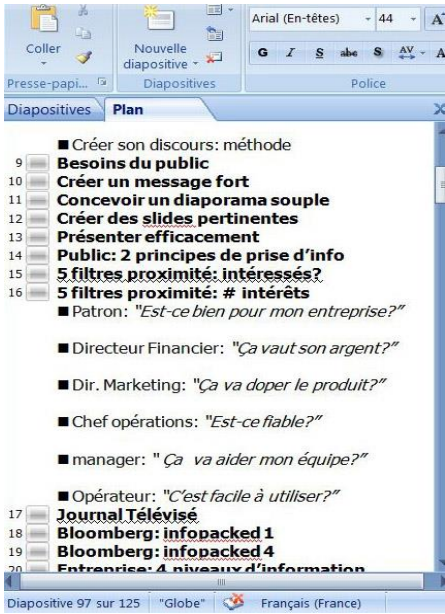
Une cuillerée pour le public, pause, une cuillerée pour...

** chunks*

Organiser slide: créer niveaux info



Utiliser le champ Plan



Diapositives: créer un titre informatif



Identifier le thème

Les diapositives

Identifier l'angle

Les titres informatifs

Identifier l'action considérée

Créer

=

« Diapositives: créer un titre informatif »

Les types de titres

- **Informatif : résume ce qui va suivre**
 - La rédaction d'un bon titre
- **Sous forme de question**
 - Comment rédiger un bon titre ?
- **Joue sur l'exclusivité**
 - Interview exclusive sur la visibilité d'un titre
- **Pratique**
 - Les 10 points à respecter pour un bon titre
- **Emotionnel: joue sur la proximité, rassure**
 - J'ai fait confiance à Maxi Slide: quels pros!
- **Exhorte à agir**
 - Pensez à vos titres !

Polices + tailles: accès + lisibilité

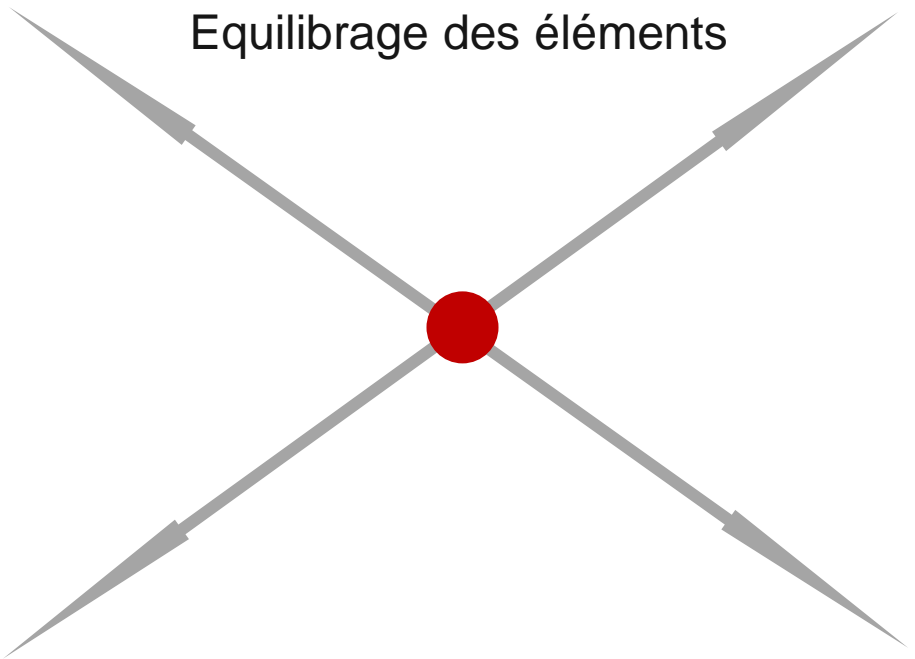
écrit	VISUEL
■ Times New Roman 32	■ ARIAL 32
■ Times New Roman 24	■ ARIAL 24
■ Courier New 32	■ VERDANA 32
■ Courier New 24	■ VERDANA 24

Visuels: repères impératifs

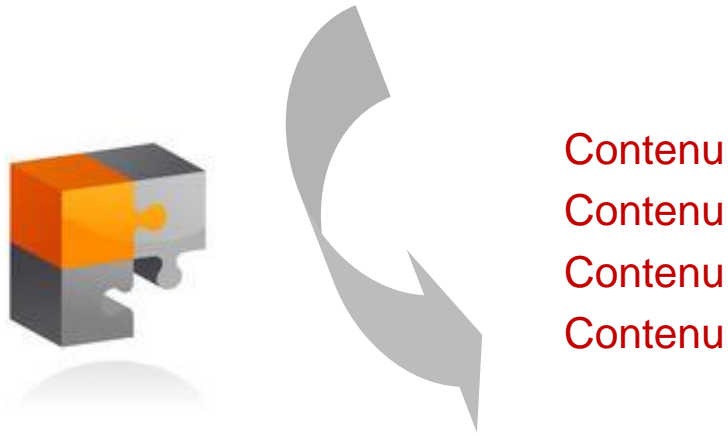
uNe dISpOsITION anOrmAle n'EsT paS
faCIlle a lirE, n'eSt cE pAs?

UNE DISPOSITION ANORMALE N'EST PAS
FACILE A LIRE, N'EST-CE PAS?

Une disposition normale est plus facile à lire,
n'est ce pas?



Visuel et texte: ré-équilibrer parcours regard



Visuels plutôt à gauche

Savoir utiliser les visuels

- Les « blocs » visuels s'axent à partir du centre
- Les visuels ont 2 fonctions:
 - information
 - point d'entrée
- Les visuels « s'usent » → les renouveler
- Utiliser de préférence des séries homogènes
- Eviter les images de basse définition (internet)
- Un visuel se place plutôt à gauche
- Ne pas hésiter à les légender