

Olivier Richard

BIG PRESENTATION

Le guide des meilleurs conseils pour
des présentations PowerPoint efficaces

simpleslide.com



Sommaire

Edito : Pourquoi j'ai écrit ce guide (et pourquoi vous devez le lire !)	p. 3
Présentation : Les 9 erreurs qui tuent (et comment arrêter le massacre dès maintenant)	p. 5

**« L'homme devrait
mettre autant
d'ardeur à
simplifier sa vie
qu'il en met à la
compliquer. »
- Henri Bergson**

1ère Partie : Message

La première choses à faire pour réussir votre PowerPoint : éteindre votre ordinateur	p. 10
Les deux seules questions qui comptent	p. 11
Connaissez-vous vraiment votre auditoire ?	p. 12
Exploitez votre énergie créative !	p. 15
Comment créer des idées qui collent ?	p. 20
Au secours ! Je ne sais pas comment structurer ma présentation	p. 23

2ème partie : Design

La règle d'or : simplifiez, simplifiez, simplifiez	p. 27
Design : Les grandes règles pour composer des diapos esthétiques et percutantes	p. 31
Le poids des mots, le choc des photos	p. 31
La règle des tiers	p. 33
Les 3C : Contraste, Cohérence, Clarté	p. 34
Où trouver l'inspiration	p. 35

3ème partie : Prestation

A chacun sa personnalité	p. 37
Répétez, répétez, répétez	p. 37
Sachez vous arrêter à temps !	p. 38
5 manières de démarrer votre présentation avec punch !	p. 45
Utilisez des signalisations pour votre auditoire	p. 41
Le matériel et l'environnement comptent	p. 43
Et maintenant ?	p. 48





Edito : Pourquoi j'ai écrit ce guide (et pourquoi vous devez le lire !)

Bonjour,

Tout d'abord merci d'avoir téléchargé ce guide, j'espère qu'il vous apportera satisfaction. Si vous en avez marre des présentations PowerPoint assommantes, je pense que ce guide est fait pour vous !

A travers ce guide, je souhaite partager avec vous quelques uns des meilleurs conseils pour réaliser des présentations efficaces et mémorables. Ces conseils sont issus de mon expérience dans la conception et le design de présentations PowerPoint ainsi que de mes nombreuses lectures sur le sujet.

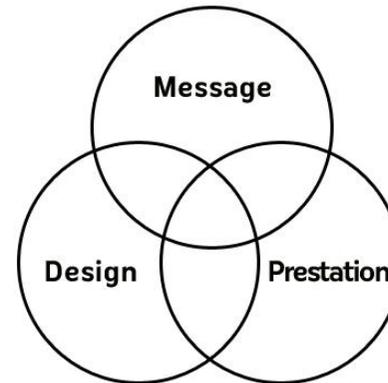
Que ce soit grâce à mon blog www.simpleslide.com où je publie régulièrement des présentations sur le thème du marketing, de la communication et de l'efficacité personnelle ou bien avec le Studio où j'accompagne des entreprises dans la réalisation de leurs présentations, j'ai pu tester de nombreuses techniques dans ce domaine et retenir celles qui marchent vraiment.

PowerPoint est un outil qui n'a pas très bonne presse. Il est souvent synonyme d'ennui et de confusion ... voire pour certains de torture ! Voici pourtant ma conviction : PowerPoint est un outil redoutablement efficace pour faire passer vos idées et vous permettre de faire la différence. Le gros problème, c'est que les orateurs comme les participants se sont habitués à la médiocrité et que bien souvent cet outil est utilisé en ignorant les règles de base de fonctionnement du cerveau humain.

Croyez-moi : Vu le niveau actuel des présentations, avec quelques efforts ciblés vous pourrez hisser vos présentations largement au-dessus de la moyenne. Pourtant, l'objectif de ce guide ne s'arrête pas là. Etre un peu dessus de la moyenne, c'est bien mais est-ce franchement satisfaisant lorsqu'il s'agit de transmettre des idées auxquelles on croit et qui nous sont chères ? Vous aider à

***Vous aider à délivrer
des présentations
claires, percutantes et
dont on se souviendra
longtemps : voilà le
véritable but des
pages qui vont suivre.***

délivrer des présentations claires, percutantes et dont on se souviendra longtemps : voilà le véritable but des pages qui vont suivre.



Ce guide s'organise autour de 3 parties : message, design et prestation. La première partie vous apprendra à construire le schéma de votre discours et à concevoir des messages qui sauront capter votre auditoire et retenir son attention. La deuxième partie vous donnera des conseils concrets pour composer des diapos à la fois efficaces et séduisantes. Cette partie vous présentera des règles de design facilement applicables et qui donneront une touche professionnelle au graphisme de vos présentations. Enfin, la troisième partie vous donnera quelques astuces pour délivrer une présentation mémorable le Jour J. Bien que ce guide s'attarde beaucoup sur l'aspect visuel de la présentation, n'oubliez pas que celle-ci est uniquement là pour appuyer votre discours.

Si vous voulez faire la différence avec une communication claire et percutante, le boulevard devant vous est immense. Alors en route !

Olivier Richard

Me contacter

Présentation : Les 9 erreurs qui tuent (et comment arrêter le massacre dès maintenant)

Avant d'attaquer le vif du sujet, vous trouverez ci-dessous une liste de 9 erreurs fréquemment commises lorsqu'il s'agit de présentation. Cette liste est malheureusement loin d'être exhaustive ;-)

1 – Préparer une présentation en 15 minutes

*Envisagez le temps
que vous passez sur
la réalisation de vos
présentations
comme un
investissement ...
pour votre carrière.*

J'aurais aimé vous proposer un guide dont le titre aurait été « Réaliser une présentation efficace, brillante et élégante en moins de 15 minutes ». Malheureusement, je n'ai aucune recette miracle à vous proposer de ce côté-là. Réaliser une bonne présentation PowerPoint demande du temps ... beaucoup de temps. Il est possible qu'à ce moment du guide, je vienne de perdre une bonne partie de lecteurs, déçus à l'idée d'avoir à produire des efforts pour obtenir un résultat. Je préfère être clair dès le début de ce guide. L'objectif de ce guide n'est pas de vous proposer une formule express pour faire facilement des présentations. L'objectif de ce guide est de vous aider à concevoir des présentations efficaces, claires et percutantes dont votre auditoire se souviendra et dont il viendra encore vous parler 6 mois après, avec une petite lueur de plaisir dans le regard. Envisagez le temps que vous passez sur la réalisation de vos présentations comme un investissement ... pour votre carrière.

Si vous poursuivez la lecture de ce guide, c'est que vous avez choisi votre camp : celui des présentations dynamiques et dont on se souvient. J'en suis ravi. Maintenant que nous sommes entre nous, laissez-moi vous expliquer pourquoi cela prend du temps de réaliser une présentation. On a tendance à croire que faire un PowerPoint se limite à rédiger des diapos. Ce n'est en fait qu'une très mince partie de la préparation d'une présentation. Beaucoup de choses se passent en amont et autour de cette étape. Recherche documentaire, sélections des points clefs du discours, construction du schéma du discours, brainstorming, organisation des idées, élaboration du storyboard, design et maquette de la présentation, composition des diapos, recherche des visuels, tests et ajustements, répétitions ... constituent autant d'étapes pour arriver à une présentation satisfaisante. Et tout ça en 15 minutes ... c'est mission impossible.

2 – Confondre document imprimé et présentation PowerPoint

Voici une des fausses bonnes idées les plus répandues en matière de présentation. En voulant faire deux pierres d'un coup, certains présentateurs pensent être efficaces et gagner du temps en concevant et en diffusant leur présentation comme un document papier. En fait, en choisissant d'imprimer une présentation PowerPoint, vous produirez à la fois une mauvaise présentation et à la fois un mauvais document. Votre présentation sera mauvaise car vous l'aurez surchargée de texte (donc difficilement lisible à l'écran) pour qu'elle soit compréhensible une fois imprimée et distribuée. Le document imprimé ne sera quant à lui qu'une suite de cadres gavés de liste à puces et n'aura aucun des avantages d'un *vrai* document dactylographié.

3 – Farcir votre présentation de liste à puces

« Titre – sous-titre – liste à puces », tel est le mode par défaut des présentations PowerPoint en entreprises. Tout le monde s'est habitué à cette manière de présenter l'information, et cela ne choque guère de monde. Pourtant, dans le même temps, tout le monde concède que la plupart des présentations sont ennuyeuses à mourir. Cherchez l'erreur ...

Voici une règle quasi-arithmétique : Plus vous ajoutez de puces à votre liste et moins votre message sera retenu. Et plus vous ajoutez de listes à puces à vos diapos, et moins votre présentation paraîtra claire pour votre auditoire.

Lorsque vous mettez une liste à puces sur une de vos diapos, c'est que vous vous êtes arrêté en chemin. Le chemin dont je parle est celui qui conduit à une compréhension claire et sans difficulté pour votre public. Une liste à puces ne devrait être qu'une étape transitoire, un brouillon, dans la préparation d'un PowerPoint. Ces listes ne devraient pas être montrées au public mais simplement servir de fil conducteur pour vous.

4 – Prendre PowerPoint pour une feuille bristol géante

Si les présentations sont si souvent remplies de liste à puces, c'est aussi pour servir d'aide mémoire à l'orateur. C'est une sorte de béquille qu'utilisent parfois les orateurs pour se rassurer. Et tant pis pour le public qui – résigné – devra supporter l'orateur lire ses diapos. Une présentation PowerPoint n'est pas un prompteur ! Laissez cela à Claire Chazal et voyez comment vous pouvez apporter de l'inattendu à votre présentation.



***Lire tes diapos,
Tu prosciras***



Des clip-arts et modèles périmés, tu n'utiliseras pas

5 – Etre fier de vos clip-arts

Allons droit au but : la très grande majorité des objets clip-arts sont moches, ridicules, ringards et ne font pas professionnels. Ah oui, et j'oubliais : ils sont totalement inutiles. Un clip-art n'a jamais fait passer une émotion ... si ce n'est peut-être le désespoir. Arrêtez d'utiliser ces machins. Grâce à la démocratisation des banques photos en ligne vous pouvez désormais pour quelques euros, voire parfois gratuitement, bénéficier de visuels de qualité professionnelle. Pourquoi s'en priver ?

6 – Utiliser les modèles par défaut fournis dans PowerPoint

Si les idées que vous défendez sont originales et authentiques, elles ne sauraient se satisfaire des modèles formatés et pré-machés inclus dans PowerPoint. A mon sens, et contrairement à ce que prétend le logiciel, ces modèles ne sont pas des « aides » ou des « assistants », ce sont plutôt des contraintes.

Afin de révéler la puissance de votre message, prenez soin de créer un design spécifique et en accord avec celui-ci. Un bon design peut réellement amener vos idées à un niveau supérieur.

7 – Vouloir être exhaustif

On touche ici au cœur du problème. Etre exhaustif procède souvent de la volonté de bien faire. On veut être le plus complet possible sur le sujet. On n'hésite pas à rentrer dans les détails. Et même à rentrer dans les détails du détail. Cela est contre-productif pour une seule et bonne raison : notre cerveau ne peut ingurgiter indéfiniment de nouvelles informations. D'où l'importance de savoir bien sélectionner les points clefs que l'on souhaite faire passer. Pour résumer, une bonne présentation penche plus du côté de la synthèse que de l'analyse.

8 – Croire que les participants viennent pour vos beaux yeux

Les participants qui composent un auditoire lors d'une présentation peuvent généralement se classer en deux catégories. Il y a tout d'abord ceux qui sont là car ils attendent quelque chose de la présentation que vous allez faire. Et puis, il y a la deuxième catégorie constituée de personnes que l'on a plus ou moins forcées à être là. Dans un cas comme dans l'autre, n'oubliez jamais que les participants ne sont pas venus pour vous voir, ils sont venus voir ce que vous pouvez leur apporter.

9 – Croire que votre auditoire sait lire dans vos pensées

C'est comme cela que naissent la plupart des malentendus. C'est une tendance humaine naturelle contre laquelle il nous est difficile de lutter : il nous est impossible de nous mettre à la place de celui qui ne sait pas. Utiliser un jargon technique est l'exemple type de ce genre de travers. Si « scroller la sidebar pour y inclure un widget en php » est clair pour vous, dites-vous que cela n'est pas forcément clair pour vos auditeurs. Vouloir paraître pour un expert est une bonne chose, mais n'oubliez pas de rendre votre langage aussi accessible que possible. Qui peut le plus, peut le moins.



*Te prendre pour le centre
du monde, tu arrêteras*

MESSAGE

La première chose à faire pour réussir votre PowerPoint : éteindre votre ordinateur



Règle n°1 : Commencez par éteindre votre ordinateur

A ce stade de préparation, les seuls outils dont vous aurez besoin sont des feuilles blanches et un crayon

Oui, je sais, à première vue cela peut sembler bizarre de débiter un PowerPoint en éteignant son ordinateur. Rassurez-vous, nous aurons tout le temps d'allumer l'ordinateur lorsque cela sera nécessaire. Vouloir se jeter immédiatement sur son logiciel conduit généralement à des résultats peu glorieux. En vous focalisant dès le départ sur des détails comme l'ordonnancement de votre liste à puces ou la transition qui fera joli, vous passez à côté de l'essentiel : **la qualité de votre message.**

A ce stade de préparation, les seuls outils dont vous aurez besoin sont des feuilles blanches et un crayon. Des post-it et un surligneur seront des compléments idéaux par la suite.

Cette première étape consiste donc à prendre du recul pour avoir une vue d'ensemble de la présentation à effectuer. Isolez-vous. Offrez-vous un moment de calme et de sérénité à l'écart du tumulte de la vie de l'entreprise. L'esprit est plus efficace dans un cadre détendu. Relâchez un peu la pression et portez un regard lucide et bienveillant sur les idées que vous allez vouloir faire passer.

Les deux seules questions qui comptent



1) Quel est le message à faire passer ?

2) Pourquoi est-ce important ?

Maintenant que vous êtes face à votre feuille blanche, vous vous demandez certainement par où commencer. Il me serait facile de vous proposer une longue liste de questions pour vous aider à structurer votre discours. Mais à se poser trop de questions, on oublie parfois de se poser les plus importantes. S'il ne fallait garder que deux questions, ce serait certainement celles-ci : Tout d'abord, **quel est le message à faire passer ?** et ensuite **pourquoi est-ce important ?**

Les réponses à ces deux questions conditionnent le succès de votre présentation. Si vous arrivez à identifier clairement quel est le message central à faire passer et pourquoi c'est important pour votre public, alors vous aurez déjà réussi 50% de votre présentation. Les 50% restant ne seront que de l'exécution.

Exprimez votre message clef dans une phrase claire et succincte. Tout dans votre présentation doit soutenir ce message clef. D'une manière générale, il existe deux grands types de messages :

- **Le message-clef informatif** : Si vous voulez informer votre audience, votre message-clef sera le message le plus important dont vous voulez que votre auditoire se souvienne.
- **Le message-clef persuasif** : Si vous voulez persuader votre audience, votre message-clef sera l'action que vous voulez qu'elle fasse.

Quelques questions complémentaires

Voici une liste de questions complémentaires qui vous permettront de mieux cibler le contour de votre présentation. Elles sont pour moi moins importantes que les deux précédentes mais utiles pour bien préparer votre prestation (liste extraite du livre Présentation Zen) :

- De combien de temps allez-vous disposer ?
- Comment sera disposée la salle où vous interviendrez ?
- Combien de personnes composeront l'auditoire ?
- Qui seront-ils ?
- Qu'attendent-ils de votre prestation ?
- Pourquoi vous a-t-on demandé de faire cette présentation ?
- Quelle réaction attendez-vous de votre auditoire ?

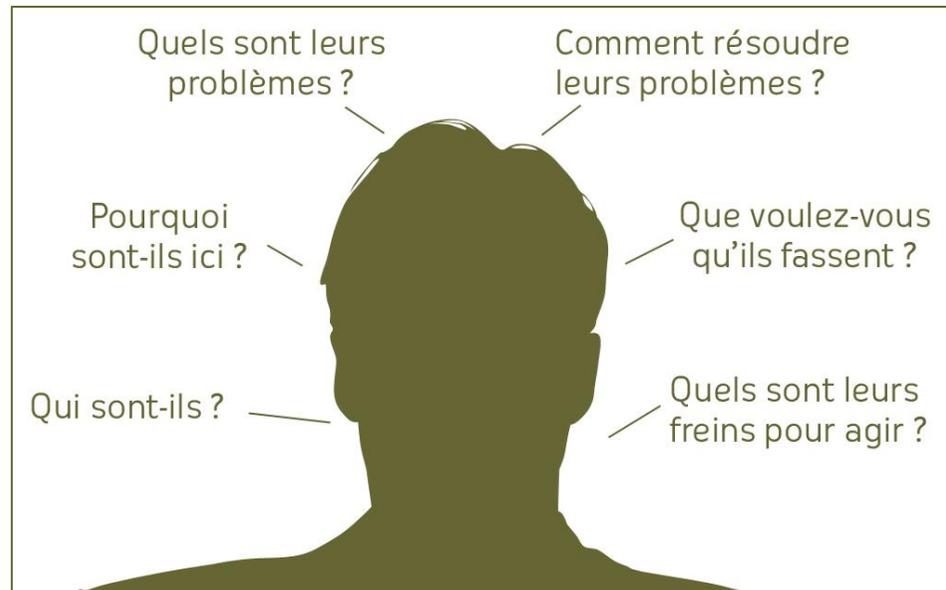
Connaissez-vous vraiment votre auditoire ?

Même si cela ne fait pas plaisir à notre égo, voici une vérité qui vient de la nuit des temps : ce qui intéresse le plus les autres, c'est eux-mêmes. Comme indiqué dans le chapitre sur les 9 erreurs qui tuent, si vous pensez que les gens viennent à votre présentation pour vos beaux yeux, vous vous fourvoyez. Si les participants viennent ce n'est pas pour vous, mais pour ce que vous pouvez leur apporter.

Si les participants viennent ce n'est pas pour vous, mais pour ce que vous pouvez leur apporter.

Une des étapes essentielles dans la préparation de votre présentation est de vous mettre à la place de votre auditoire et d'imaginer les questions qui l'habitent.

Une technique pour répondre aux attentes de votre auditoire est d'utiliser une *persona* qui vous aidera à mieux visualiser ses besoins et caractéristiques.



Etablissez la persona de votre auditoire

Les questions suivantes vous permettront de mieux cerner les attentes de votre cible et ainsi d'affiner la structure de votre présentation (liste extraite du livre Slide:ologie) :

1 – Qui sont-ils ?

A un niveau professionnel et personnel, qui sont-ils ? Quelle est leur vie quotidienne ? Imaginez leur vie de tous les jours et trouvez des points communs avec la vôtre. Cela vous permettra le moment voulu d'avoir une connexion plus personnelle avec eux. Veillez toutefois à rester sincère dans votre démarche.

2 – Pourquoi sont-ils ici ?

Qu'attendent-ils de votre présentation ? Pourquoi sont-ils venus vous écouter ? Soyons honnête : il est possible qu'une partie de votre auditoire soit là par obligation. S'ils n'attendent rien de particulier, c'est une raison de plus pour les accrocher et leur donner une image positive de vous et votre travail.

3 – Quels sont leurs problèmes ?

Tout le monde a des problèmes. La question est simple : Etes-vous une partie de la solution ... ou une partie de leurs problèmes ?

4 – Comment résoudre leur problème ?

Dans votre communication, réfléchissez en terme de solutions et non pas de caractéristiques techniques. Soyez un facilitateur !

5 – Que voulez-vous qu'ils fassent ?

Dans le marketing Internet, on appelle cela le « Call to Action » (appel à l'action). Cela se concrétise par les boutons « j'achète », « j'ajoute à mon panier », « téléchargez » que vous voyez sur les sites Internet. Votre présentation doit, elle aussi, contenir cette intention. Dit autrement, une fois la présentation terminée, qu'attendez-vous de vos participants ? Que doivent-ils faire ? Avez-vous été clair dans ce que vous attendiez d'eux ?

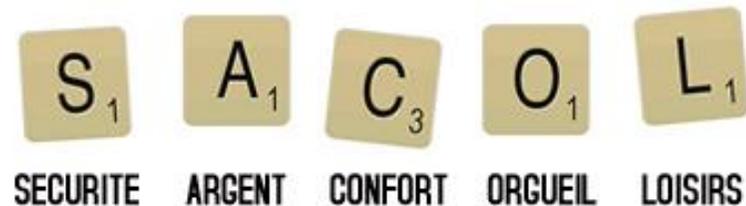
Tout le monde a des problèmes. La question est simple : Etes-vous une partie de la solution ... ou une partie de leurs problèmes ?

6 – Qu'est-ce qui pourrait les empêcher d'adhérer à votre message ?

Mettez-vous à leur place et imaginez quelles sont leurs craintes et contraintes. Peu de personnes sont à l'aise avec le changement. Qu'avez-vous prévu pour faire tomber les obstacles entre votre but et leurs intérêts ?

Découvrez les motivations de votre auditoire

Nous sommes tous différents et n'accordons pas forcément la même valeur à un argument. Alors comment mettre toutes les chances de son côté pour faire mouche ? De nombreux argumentaires commerciaux s'appuient par exemple sur la technique des bénéfices SACOL. SACOL est l'acronyme de Sécurité, Argent, Confort, Orgueil, Loisir. Ces 5 mots représentent 5 grandes familles de besoins psychologiques liés à la consommation. Analysez votre auditoire et voyez comment votre message peut répondre à ces besoins :



Sécurité : L'auditeur « Sécurité » a besoin d'être rassuré. Il ne veut ni se tromper ni être trompé. Il accorde une grande importance à la confiance et à la crédibilité de son interlocuteur. Le mot sécurité est à comprendre dans un sens très large. Cela inclut : la sécurité physique, la sécurité matérielle, la santé ou encore la simple tranquillité d'esprit.

Argent : Combien ça coûte ? Combien ça rapporte ? Si vous arrivez à fournir à votre auditeur « Argent » des réponses à ces deux questions, dites-vous que vous avez fait une grande partie du chemin. Votre produit ou service lui permet-il de gagner de l'argent ou bien d'en économiser ? Avec ce genre d'auditeur, concentrez-vous sur les aspects économiques de votre offre.

Confort : Facilité d'usage, rapidité, choix, garanties ... qu'offrez-vous pour faciliter la vie de vos interlocuteurs ? Soyez celui qui leur simplifie la vie.

Orgueil : Parlez-lui d'exclusivité, de personnalisation, de privilèges, il adore ça ! Nous avons tous besoin de reconnaissance et c'est pourtant une des choses les moins pratiquées. Prenez conscience de cette part d'irrationnel dans la préparation de votre présentation et sachez la distiller au bon moment.

Loisir : Disney, Apple, le Club Med ... Des empires se sont bâtis avec ce simple mot. A la notion de « loisir » je préfère celle de ludique. Apportez du ludique dans votre présentation. Les gens retiennent mieux les informations quand ils prennent du plaisir en apprenant, et hormis Gargamel, tout le monde aime s'amuser.

Exploitez votre énergie créative !

Maintenant que vous avez cerné avec précision les attentes et besoins de votre auditoire, il est temps de vous focaliser sur votre message et de le rendre le plus attractif. Plus vous serez en capacité de produire des idées originales et plus vous aurez de chance d'accrocher votre auditoire. Attention, original ne veut pas surtout pas dire loufoque. Emmenez votre message hors des sentiers battus pour l'oxygéner et lui donner la pêche. En chemin, veillez à ne pas tomber dans le piège de ces images convenues comme ces têtes de winners avec un pouce levé ou ces poignées de main vues 10 000 fois.

Pour vous permettre de voir vos idées sous un autre jour, initiez-vous à l'utilisation de ces quelques techniques :



BONUS



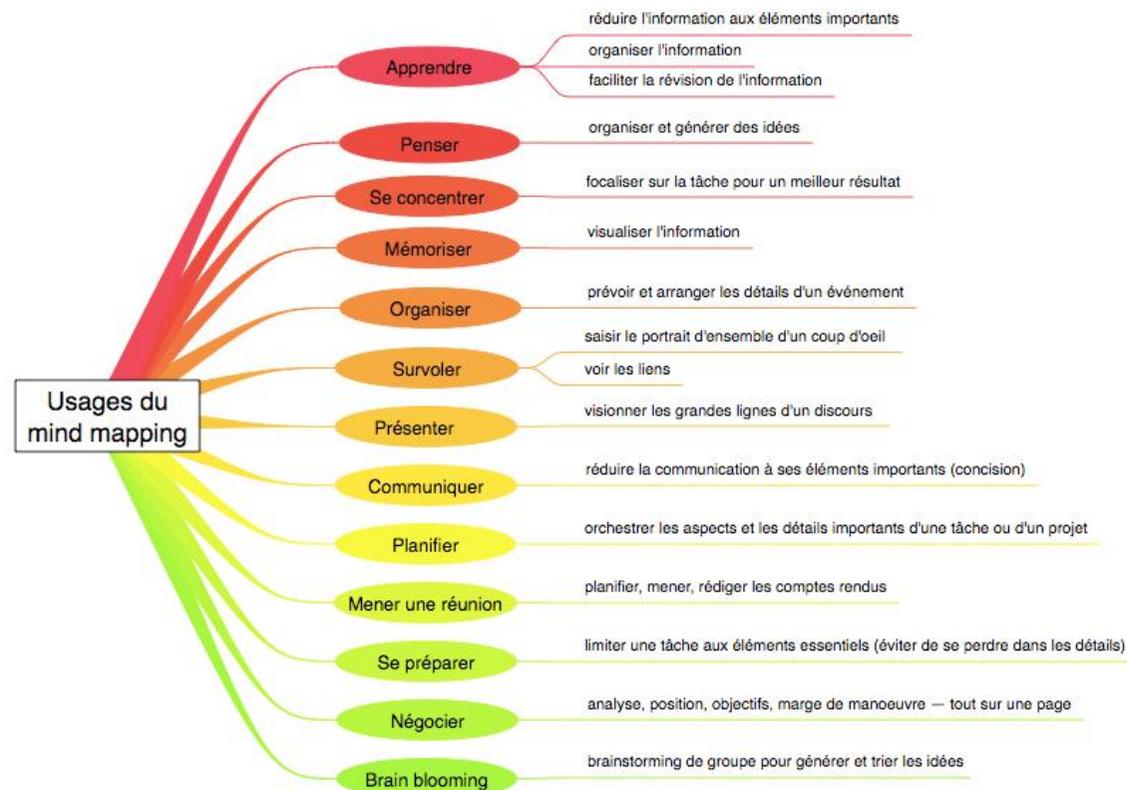
Pour faciliter votre travail de préparation, vous pouvez utiliser des planches de storyboard. Elles vous aideront à structurer la composition de votre présentation.

[Télécharger storyboard 4 cases](#)

[Télécharger storyboard 9 cases](#)

Le mindmapping (ou carte heuristique)

Le mindmapping est une méthode créative qui offre de nombreux bénéfices. Elle permet notamment de structurer la pensée, faciliter la réflexion, prendre des notes ou encore faire le lien entre différentes informations. Le plus simple est d'utiliser une feuille blanche, d'indiquer au centre la question ou l'idée à traiter et de ramifier autour de celle-ci. Il s'agit ici de représenter par écrit ce qui se passe dans notre tête. On peut également y ajouter des dessins, de la couleur, des mots clefs, etc ... Je suis un grand pratiquant du mindmapping. Cela aide véritablement à clarifier sa pensée et trouver des liens entre différentes idées. Si vous souhaitez en savoir plus, vous pouvez lire l'ouvrage « [Organisez vos idées avec le mindmapping](#) » ou consulter ce blog très sympa : <http://www.serialmapper.com/>



Le brainstorming

Généralement utilisé en groupe, le brainstorming vise à récolter le plus d'idées possibles sur un sujet. Afin de produire le maximum d'idées originales, quelques règles sont à suivre dans un premier temps :

- (1) Ne pas critiquer les idées des autres. Suspendre son jugement.
- (2) Se laisser aller. Mettre son cerveau en roue libre. Éviter l'autocensure.
- (3) Rebondir sur les idées des autres
- (4) Viser la quantité et non pas la qualité.



Les conditions pour faire un bon brainstorming

Une fois les idées produites, les plus pertinentes seront retenues pour être exploitées. Il s'agira donc dans un deuxième temps de reformuler, classer et hiérarchiser les différentes idées issues de ce travail créatif.

La technique des 6 chapeaux

La méthode des 6 chapeaux est une technique de résolution des problèmes qui dissocie chaque angle de vue possible d'un problème. Cette technique peut être utilisée pour animer une réunion ou bien seul pour faciliter un brainstorming. Ainsi, face à une question posée, on prendra tour à tour chacun des chapeaux pour en explorer les différents aspects. Chaque chapeau correspond à un mode de pensée spécifique :



OPTIMISME



NEUTRALITE



EMOTION



JUGEMENT



CREATIVITE



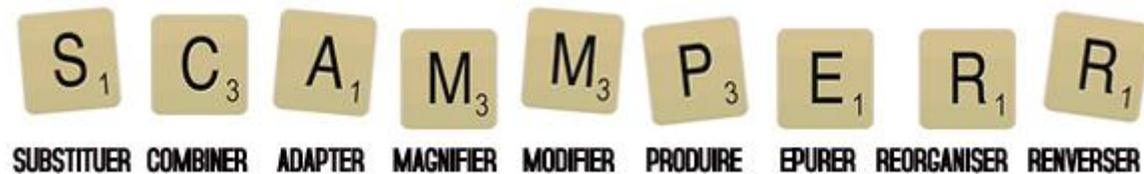
ORGANISATION

Dans le cadre de la préparation de votre présentation, cette technique peut vous aider à mieux anticiper les éventuelles questions de votre auditoire, chaque personne ayant plus ou moins naturellement une prédisposition pour l'un de ces modes de pensée.

Le SCAMMPERR

Egalement appelée technique du concassage, cette méthode permet, elle aussi, d'adopter différents points de vue autour d'une même question. Pour générer de nouvelles idées, choisissez l'idée, le produit ou le problème qui vous intéresse et posez-vous la question suivante en changeant à chaque fois de verbe :

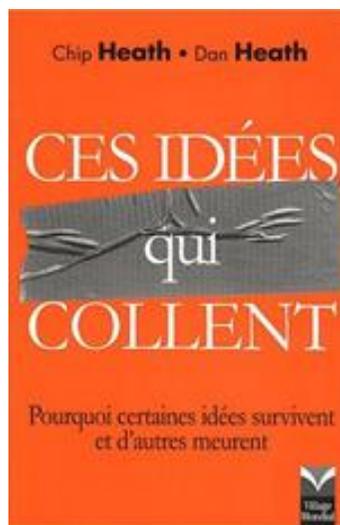
Comment pourrais-je [améliorer] cette idée.



- S : Substituer** : Quel élément peut-être remplacé par un autre ?
- C : Combiner** : Quels éléments peuvent être fusionnés pour multiplier les usages possibles ?
- A : Adapter** : Quels concepts venant d'un autre contexte pourrais-je adapter ?
- M : Magnifier** : Quel élément puis-je mieux mettre en avant ?
- M : Modifier** : Quel élément puis-je changer (signification, couleur, forme ...) ?
- P : Produire** : Existe-t-il d'autres utilisations possibles si on le modifie ?
- E : Eliminer ou épurer** : Quels éléments peuvent-être supprimés, diminués ou soustraits ?
- R : Réorganiser** : Peut-on trouver un ordre différent et plus efficace ?
- R : Renverser** : Peut-on inverser la manière de percevoir ces éléments (ex : transformer un problème en opportunité) ?

Comment créer des idées qui collent ?

CONSEIL DE LECTURE



Pour découvrir tous les secrets des idées qui collent, je vous invite vivement à lire ce formidable livre. De nombreuses techniques et anecdotes y sont exposées.

Le terme d'*idée qui colle* provient directement du titre du livre de Chip et Dan Heath : « Ces idées qui collent : Pourquoi certaines idées survivent et d'autres meurent ». Je vous encourage vivement à lire ce livre. C'est mon ouvrage préféré sur le sujet. Non seulement le livre est agréable à lire et plein d'anecdotes, mais surtout il changera radicalement votre manière de communiquer vos idées !

Dans ce livre, les frères Heath ont voulu savoir pourquoi certains messages « collent » - c'est-à-dire retiennent l'attention durablement – alors que d'autres finissent illico aux oubliettes. Pourquoi retenons-nous facilement les légendes urbaines qui sont pourtant des tissus de mensonges et oublions certains conseils de prévention publique visant pourtant à notre bien-être ? Les idées naissent-elles adhésives ou les rend-on adhésives ? Les frères Heath font le pari de l'acquis et livrent au fil de leur ouvrage les 6 ingrédients qui rendent les idées collantes. Ces 6 ingrédients sont de la simplicité, de l'inattendu, du concret, une histoire, de la crédibilité et de l'émotion.

Ces 6 principes relèvent du simple bon sens, n'est-ce pas ? Alors pourquoi ne sommes nous pas inondés quotidiennement de messages brillants, bien conçus et mémorables ? C'est qu'il y a un coupable dans cette histoire. Ce coupable, les frères Heath l'on appelé la malédiction du savoir. Quiconque détient un savoir se retrouve dans l'impossibilité d'imaginer ce que c'est que de ne pas disposer de ce savoir. Autrement dit, il nous est quasiment impossible de nous mettre à la place de celui qui ne sait pas. Dès lors, il devient très difficile de transmettre nos connaissances car nous sommes dans l'incapacité de recréer son état d'esprit. L'affaire n'est cependant pas perdue. Grâce aux 6 principes qui rendent les idées adhésives, les frères Heath propose un véritable plan de bataille pour lutter contre cette « malédiction » et ainsi créer des messages avec un impact fort et durable. Voici un rapide aperçu de ces 6 principes qui vous aideront à améliorer l'adhérence de vos idées :

Une façon efficace de mobiliser l'attention d'un auditoire pendant une longue période est d'ouvrir des brèches dans leurs connaissances et de les combler au fur et à mesure.

Simplicité

Rendre les idées aussi simples que possible mais sans être simpliste. Voilà un sacré challenge. Pour arriver à la simplicité, il faut effeuiller l'idée jusqu'à son cœur et n'en retenir que la substantifique moelle. Pour arriver à la simplicité, il faut combiner deux actions : (1) Exclure sans pitié ce qui est secondaire et superflu (2) Hiérarchiser sans relâche.

Inattendu

Injecter de l'inattendu dans votre présentation peut se révéler positif à différents moments clefs de votre prestation. Tout d'abord, au démarrage de votre présentation en jouant sur l'effet de surprise. Surprenez votre auditoire et vous aurez non seulement capté son attention mais aussi facilité la mémorisation de votre message. Pendant une présentation, il arrive fréquemment que des participants décrochent. Pour éviter cela, il est important de piquer la curiosité de l'auditoire tout au long de la présentation. Une façon efficace de mobiliser l'attention d'un auditoire pendant une longue période est d'ouvrir des brèches dans leurs connaissances et de les combler au fur et à mesure.

Concret

Utiliser un langage concret est la seule manière de s'assurer que vos idées diront la même chose à tous les membres de votre public. En entreprise, le vocabulaire utilisé est souvent abstrait. Des termes comme stratégie, valeur pour l'actionnaire, optimiser, synergie sonnent bien dans un rapport d'activités ou un plan marketing mais restent tout de même peu pragmatiques lorsqu'il s'agit de passer à l'action. Chacun ayant son propre cadre de référence, un même mot abstrait peut prendre un sens complètement différent que l'on soit celui qui parle ou bien celui qui écoute. Utilisez des verbes d'action, privilégiez les informations sensorielles et exprimez-vous avec un langage le plus visuel possible. Cela rendra votre message plus vivant, plus concret et limitera ainsi les risques de mauvaise compréhension.

Crédibilité

Pour quelle raison doit-on croire à votre idée ? De quel crédit dispose votre idée ? Que vous soyez un expert reconnu ou que vous fassiez appel à des témoignages ou sources extérieures (rapport

scientifique, article de presse, témoignage client ...), il est important que votre idée porte en elle ses lettres de crédit.

Durant une présentation, vous ne vous adressez pas à des machines à gober des listes à puces mais à d'autres humains motivés par des émotions.

Emotion

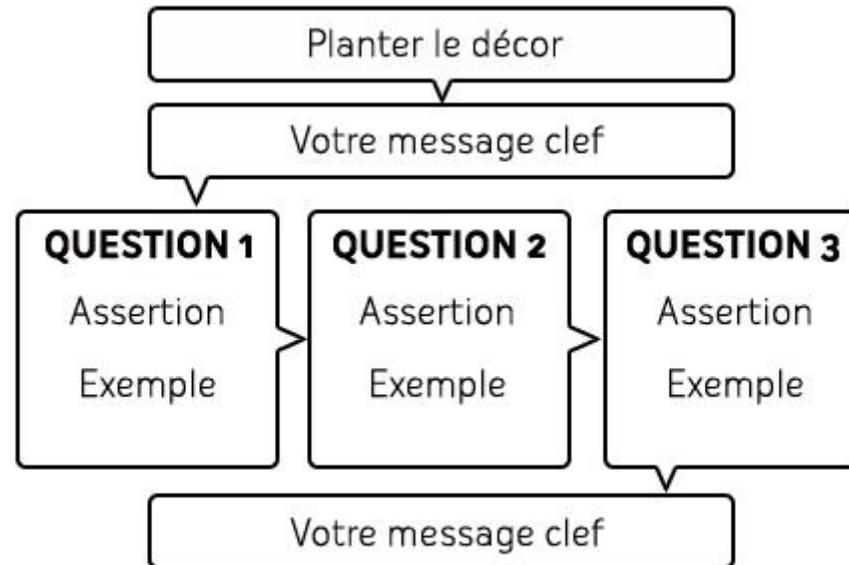
Si je veux vous sensibiliser aux méfaits du dernier cataclysme qui a secoué un pays d'Afrique, qu'est ce qui sera le plus efficace pour vous inciter à agir : une liste à puces de 10 points ou une photo montrant les ravages du cataclysme et la souffrance des personnes qui en sont victimes ? Nous sommes humains et nous ressentons des émotions (oui, oui même l'autre abruti qui vous a grillé une priorité à droite). Durant une présentation, vous ne vous adressez pas à des machines à gober des listes à puces mais à d'autres humains motivés par des émotions. Pour faire passer votre idée, présentez vos idées en terme humain. « Nous sommes fait pour éprouver des choses pour des gens, pas pour des abstractions. » disent les frères Heath.

Histoire

Nous sommes humains et nous ressentons des émotions. Oui, je sais, vous avez déjà lu cela au point précédent. Voici le complément de cette phrase : Nous sommes humains et nous aimons les histoires. Depuis la nuit du temps, les hommes ont toujours communiqué grâce aux histoires que ce soit par la tradition orale ou écrite. Pensez à la dernière mésaventure que vous a racontée votre collègue de travail avec un client. Son histoire – en plus de vous divertir ou vous informer – vous a permis de mieux assimiler le contenu de son message et ainsi d'enrichir votre bibliothèque personnelle d'expérience. Si vous vous trouvez face à ce client, vous saurez certainement comment mieux agir grâce à l'histoire que vous a racontée votre collègue. Les histoires sont de puissantes armes pour aider à mémoriser un message. Transformer des listes à puces en histoire à raconter, c'est un peu le challenge de ce guide.

Au secours ! Je ne sais pas comment structurer ma présentation

Chaque présentation a sa propre logique interne, pour ne pas dire métabolique ! Si toutefois vous êtes bloqué dans la construction de votre plan ou perdu dans les nombreuses idées que vous avez générées en appliquant à fond les 4 techniques de créativité précédentes ;-), voici un schéma qui pourra vous aider. Il ne s'agit pas d'une recette miracle mais plutôt d'un schéma « trousse de secours » à la fois simple et robuste qui vous sortira de la panade.



Voici les différentes étapes pour mettre en œuvre ce plan de bataille :

Étape 1 : Façonnez votre message clef

Comme vu précédemment, exprimez votre message clef dans une phrase claire et succincte. Ce message est soit informatif, centré sur ce que l'auditoire doit retenir, ou soit persuasif, centré sur l'appel à l'action que l'auditoire doit faire.

Étape 2 : Identifiez les questions de votre auditoire

Quelles sont les 3 questions majeures que vont se poser votre auditoire une fois que vous aurez annoncé votre message clef ? Ces questions vont ainsi former la structure de votre présentation.

Étape 3 : Écrivez vos assertions

Une assertion est une phrase qui exprime la réponse à chaque question d'une manière claire et succincte. Vous pourriez être tenté d'écrire sous forme de listes à puces. Écrire une phrase complète vous forcera à penser attentivement à ce que vous voulez faire passer. Cela vous empêchera de faire de la langue de bois.

Étape 4 : Soutenez chaque assertion

Chaque assertion doit être appuyée par une preuve ou une explication. Il y a 3 types de preuves :

- **Exemple ou histoire** : C'est la forme la plus facile de preuve. Un exemple concret permet à votre auditoire de voir et comprendre ce dont vous êtes en train de parler. Une histoire évoquera une émotion et rendra votre message plus mémorable.
- **Statistiques** : Une utilisation appropriée des statistiques rendra votre présentation plus convaincante.
- **Analogie** : Quand vous avez besoin d'expliquer quelque chose de complexe ou difficile à comprendre utilisez une analogie ou une métaphore. L'analogie ou la métaphore doit être quelque chose avec laquelle votre auditoire doit pouvoir faire le rapprochement.

Dans chacun des cas, utilisez ces types de preuves avec discernement et réfléchissez bien à l'impact que vous voulez susciter dans la tête de vos interlocuteurs.

Quelles sont les 3 questions majeures que vont se poser votre auditoire une fois que vous aurez annoncé votre message clef ?

Étape 5 : Plantez le décor

Maintenant que vous avez conçu le corps de votre présentation, travaillez la manière dont vous allez commencer. Planter le décor doit être court. Votre audience attend de vous que vous alliez au cœur de la présentation. La fonction de planter le décor est double :

- 1 – Leur donner assez d'information pour comprendre ce qui va venir après.
- 2 – Construire leur anticipation sur ce qui va venir après.

Imaginez que vous ayez une conversation avec une personne. Voici ce qu'il voudrait savoir avant que vous plongiez au cœur de la présentation.

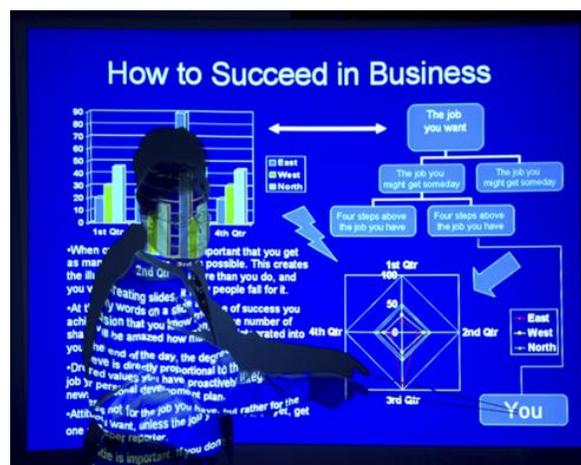
- De quoi allez vous parler ?
- Pourquoi est-ce intéressant pour moi ?
- Pourquoi vous en particulier ?

Votre tâche sera donc de répondre à ces 3 questions au démarrage de votre présentation.

DESIGN

La règle d'or : simplifiez, simplifiez, simplifiez

S'il fallait résumer l'usage courant de PowerPoint en seulement deux mots, ces deux mots pourraient être : *too much*. Trop de diapos, trop d'éléments par diapos, trop de texte, trop de couleur, trop de transitions dans tous les sens. Pourtant, (Power)Point trop n'en faut !



Ca vous rappelle quelque chose ?

Simple ne veut pas dire facile et simplifier ne veut pas dire être simpliste.

Comme nous l'avons vu lors de la première partie, la recherche de simplicité doit être omniprésente dans votre volonté de réaliser une présentation efficace. Il n'y a qu'à observer le monde qui nous entoure pour constater que la simplicité est une des choses dont notre vie moderne a le plus besoin. Paradoxalement, j'ai l'impression que la simplicité fait partie de ces qualités ingrates qui n'ont pas la reconnaissance qu'elles méritent. Aux yeux de beaucoup de personnes, simplicité rime avec facilité. Pourtant quiconque a déjà essayé de transformer un sujet complexe en un sujet accessible au plus grand nombre sait à quel point cela est difficile.

Simple ne veut pas dire facile et simplifier ne veut pas dire être simpliste.

Comment faire simple ? Voici une tentative de réponse avec les diapos de la présentation la plus courte que j'ai réalisée à ce jour. Elle est inspirée du livre de Leo Babauta « L'art d'aller à l'essentiel » et résume l'essence de son livre.



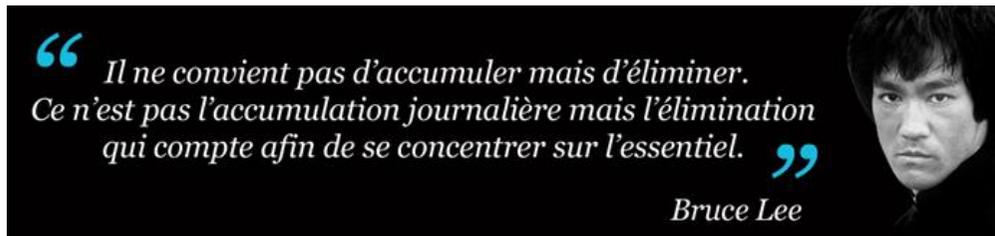
**« Simplicité signifie
produire un
maximum d'effet
avec un minimum
de moyens »
Garr Reynolds**

Dans Presentation Zen, Garr Reynolds fournit une définition de la simplicité très pertinente : « Simplicité signifie produire un maximum d'effet avec un minimum de moyens. » Passez vos présentations actuelles au crible et posez-vous la question : Ces diapos produisent-elle un maximum d'effet avec un minimum d'éléments graphiques ?

Voici quelques conseils pour vous aider à simplifier votre design :

Conseil n° 1 pour simplifier : Eliminez le superflu

Faire la chasse au superflu s'effectue à deux niveaux. Il y a tout d'abord ce qui concerne votre message où – comme nous l'avons vu dans la section précédente - tout ce qui ne concourt pas à exprimer votre message clef doit être enlevé. Il y a ensuite tout le superflu lié au design de la présentation. Lorsque l'on regarde la bibliothèque de templates inclus dans PowerPoint, on a vraiment l'impression que le ver était dans le fruit dès le départ ! Par élément superflu, j'entends logo, traits et dégradés, petits éléments graphiques de décorations, graphiques inadaptés, haut de page et pied de page, etc ... Il est souvent difficile de se défaire de ces éléments soit parce qu'ils sont obligatoires (charte d'entreprise) soit parce que l'on y est attaché et que l'on a passé du temps dessus. Quand vous ajoutez un élément sur une de vos diapos, posez-vous simplement la question suivante : Cela contribue-t-il à mieux faire passer mon message ? Si la réponse est non, vous savez ce qu'il vous reste à faire (ou plutôt à ne pas faire ...)



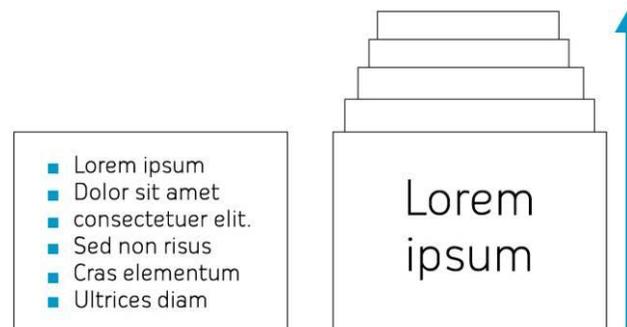
Conseil n° 2 pour simplifier : Allégez pour renforcer

Les diapos pèchent plus par sur-poids que par maigreur. Trop de texte, de graphiques, de puces nuisent à la compréhension du message. Si votre diapo contient trois types d'informations qui vous semblent importantes, pourquoi ne pas faire 3 diapos ? Tout le monde y gagnerait : vous, de la place et votre public, une meilleure lecture de votre contenu.

Certaines diapos contiennent parfois énormément de texte. Comme vous le savez, c'est assez peu confortable de lire sur un écran de vidéoprojecteur. Voici une suggestion : Ne conservez sur votre diapo que les titres ou sous-titres et remplacez votre texte par des visuels. Le texte que vous avez enlevé n'est pas perdu mais doit être transmis oralement. Vous transmettez ainsi *votre* message oralement et la diapo derrière sert de repère simple et efficace pour votre auditoire qui peut ainsi mieux se concentrer sur ce que vous dites.

Conseil n°3 pour simplifier : Jouez en profondeur !

Si vous vous intéressez au football, vous êtes sûrement familier avec cette expression. C'est en tout cas une de mes techniques PowerPoint favorites. Elle permet d'allier simplicité, construction pédagogique et effet de surprise. Voici un petit secret qui mérite d'être partagé : Lorsque vous faites une présentation, vous êtes le seul à connaître ce qui se cache au fil des diapos et encore mieux ... vous êtes le seul à décider quand passer à la diapo suivante. En effet, contrairement à un livre, une revue ou un site Internet, où le public peut faire ce qu'il veut avec l'outil (tourner les pages, cliquer, lire ce qui l'intéresse ...), avec PowerPoint, c'est vous qui décidez quand il faut cliquer ou quand il faut tourner la page. Vous êtes LE maître de la situation. C'est un privilège rare, sachez en profiter ! Pour vous en convaincre, regardez une présentation de Steve Jobs. Il sait parfaitement utiliser cette force lors de ses lancements de produits.



Jouez en profondeur

Pour reprendre le conseil 2, au lieu d'entasser les différents points de votre discours sur une liste à puce, créez autant de diapos que vous avez de points à traiter. Cela allégera les données que votre public devra ingurgiter et vous laisse l'opportunité d'instiller un peu d'inattendu dans votre présentation. Amenez les éléments avec progressivité plutôt que tout d'un bloc facilite grandement l'apprentissage de nouvelles idées. Pour reprendre un des fondamentaux du cartésianisme, partez du plus simple et aller vers le plus compliqué.

Design : les grandes règles pour composer des diapos esthétiques et percutantes

Dans ce chapitre, nous allons aborder quelques notions clefs de design. En maîtrisant ces quelques astuces, vous arriverez à amener vos présentations à un niveau supérieur.

Le poids des mots

Les mots ont un sens. Et pour magnifier le sens de vos mots, il est utile de respecter quelques règles :



Un message mémorable en 3 secondes

- **Un message mémorable en 3 secondes** : si votre auditoire met plus de 3 secondes pour comprendre le but de votre diapo, c'est qu'elle manque d'efficacité. Généralement, cela est lié au trop plein de texte. Conservez uniquement vos inter-titres ou alors uniquement la phrase la plus importante. Un mot de 200 pts aura toujours plus d'impact qu'une diapo pleine de texte en corps 14.

- **Une police de caractère adaptée** : Le choix d'une bonne typo peut vraiment amener votre message à un niveau supérieur. Je ne me lancerais pas dans des explications pseudo-psychologiques sur les vertus de tels ou tels typos ... Ce genre de sujet me gonfle. Tout comme, je ne pense pas qu'il soit utile de vous préciser qu'utiliser une typo *destroy* n'est pas tout à fait adéquate si vous travaillez dans un cabinet d'avocat ...

Pour les typos, le mieux c'est encore de tester par vous-même ce qui colle le mieux à votre sujet. J'utilise pour ma part le site www.dafont.com pour trouver de nouvelles polices. Le site est clair, pratique et régulièrement mis à jour. Vous y trouverez certainement votre bonheur (Un conseil : lors de votre recherche, pensez à cocher recherche avec accents, c'est toujours frustrant d'avoir téléchargé une typo que l'on ne peut utiliser qu'à moitié).

- **De la retenue dans le choix des polices** : Pour ma part, j'essaie de m'en tenir à deux ou trois polices de caractère, avec généralement une typo assez moderne sans sérif et une plus classique avec sérif pour amener un peu de contraste.

Le choc des photos

Le secret de la transmission efficace d'un message tient souvent à la qualité de son visuel. Les avancées en neurosciences ont démontrées que le sens visuel dépassait tous les autres. Ne vous privez pas de cette arme de compréhension massive et transformez vos listes de mots inertes en histoires visuelles stimulantes.

Il existe deux grandes formes de visuels : les photos et les diagrammes (j'y inclus les schémas, graphiques, cartes, etc ...). Plus vous serez exigeant dans le choix de vos photos, plus vous mettrez du soin à proposer des diagrammes clairs et qui ont du sens et plus votre audience retiendra votre message.

Aujourd'hui, grâce à l'essor des banques de photos en ligne à prix modérés, l'utilisation de visuels autrefois réservés aux professionnels devient accessible au grand public. Profitez-en pour vous constituer un dossier photos de qualité. Voici une sélection de liens vers des banques photos en ligne. Pour ma part, j'utilise essentiellement Flickr, Istockphoto et Fotolia.

Où trouver de bonnes photos pour vos présentations ?

Voici une petite sélection de banques photos de bonne qualité, à vous de choisir !

Banque photo à coût modéré

www.istockphoto.com

www.fotolia.com

www.shutterstock.com

www.dreamstime.com

Banque photos gratuites

www.flickr.com (avec la licence Creative Commons)

<http://www.sxc.hu/>

www.everystockphoto.com (moteur de recherche)

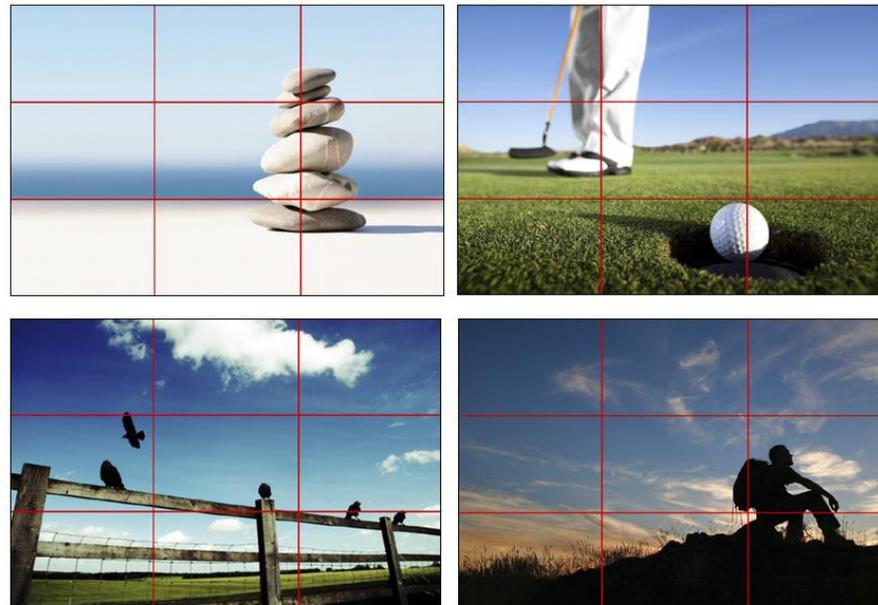
<http://www.morquefile.com>

<http://www.photoxpress.com/> (gratuit et payant)



La règle des tiers

Cette règle est issue du monde de la photographie et part du constat suivant : un sujet centré en plein milieu d'une photo donne une impression de platitude. Pour donner du rythme et du dynamisme à votre composition, utilisez une grille qui séparera votre image en 9 cases équivalentes. Il vous suffit ensuite d'utiliser les différentes lignes de force de la grille pour structurer la mise en place de votre diapo comme sur les exemples ci-dessous :



Les 3C : Contraste, Cohérence, Clarté

3C
contraste
cohérence
clarté

Contraste

Le contraste est un point essentiel dans la construction d'une diapo. Il permet d'identifier immédiatement le point essentiel sur lequel il faut porter l'attention. Pour créer du contraste, vous pouvez jouer sur plusieurs éléments comme : la taille, la forme, la teinte, la couleur ou la proximité des différents éléments entre eux. Les deux techniques les plus efficaces sont certainement la taille et la couleur. Grossissez l'élément qui doit mettre en valeur ou bien mettez-le d'une couleur différente du reste du contenu.

Cohérence

Pour ne pas dérouter votre auditoire, vos diapos doivent avoir entre elles un air de famille. Ne vous dispersez pas dans l'emploi de trop de typos différentes d'une diapo à l'autre. Même chose pour les couleurs. Faites en sorte que la structure de votre discours se retrouve à l'écran en utilisant par exemple le même modèle de transition d'une partie à l'autre. Donnez de l'unité à votre graphisme, cela facilitera la transmission de vos informations. Vous pouvez également utiliser un petit gimmick visuel mais attention à ce que cela ne soit pas du gadget !

Clarté

Pour offrir de la clarté à votre présentation, il vous faudra tout d'abord lutter contre une tendance naturelle que nous avons tous : vouloir occuper l'espace. Dans le monde des présentations, cela se traduit habituellement par vouloir remplir chaque cm² d'une diapo avec des données. Apprenez à percevoir et à utiliser l'espace vide dans vos compositions. L'espace vide décuplera l'impact de vos éléments graphiques.

Où trouver l'inspiration ?

Vous pouvez puiser votre inspiration sur le site Internet www.slideshare.net qui met en ligne des présentations PowerPoint du monde entier. Vous y trouverez le meilleur comme le pire !

Retrouvez toutes les présentations de Simple Slide sur Slideshare.net :
<http://www.slideshare.net/simpleslide/presentations>



PRESTATION

A red curtain is visible on the left side of the page, partially covering the edge.

A chacun sa personnalité

Maintenant que vous avez identifié l'essence de votre message et travaillé le design de votre présentation, il est temps de délivrer votre présentation à votre public.

Être à l'aise face à un public n'est pas inné pour tout le monde. S'exprimer, se mettre en scène devant les autres, peut faire resurgir des craintes liées à la confiance en soi, la timidité, la manière de se percevoir face aux autres. Ce guide n'a pas pour objet d'approfondir ce genre de questions mais il est peut être utile de mettre à plat ses craintes pour pouvoir mieux avancer.

Personne ne vous demande d'être le prochain Steve Jobs, Tony Robins ou Gad Elmaleh. Faites preuve de naturel et respectez votre personnalité, vous pourrez ainsi établir un contact sincère et honnête avec votre public. Ne cherchez pas à jouer un rôle. Si vous manquez de confiance en vous ou êtes facilement stressé, dites-vous que si vous avez un message clair et des visuels qui ont été travaillés pour mettre en valeur ce message, alors votre présentation a déjà 80% de chance d'être un succès.

Répétez, répétez, répétez

Pour les 20% restant, il vous faudra répéter le déroulement de votre présentation. Il ne s'agit pas d'apprendre par cœur mais d'être suffisamment à l'aise avec votre présentation pour que celle-ci paraisse fluide pour votre audience.

*Cultivez le sens de la mise en scène ...
sans être trop théâtral.*

**Concentrez
l'essentiel de
votre message
dans une
présentation
courte et pleine
d'impact et faites
le pari de ne pas
tout dire**



Sachez vous arrêter à temps !

Donnez-vous pour règle absolue de ne JAMAIS déborder de la durée prévue pour votre présentation. Tout le contenu de votre présentation doit être calculé en fonction du temps dont vous disposez. Et dans ce domaine, quelque soit le sujet abordé, plus c'est court mieux c'est.

Il n'y a rien de pire que d'assister à une présentation où l'orateur court après la montre, parle à toute vitesse pour être sur de placer tous ses détails qui n'intéressent personne et au final stresse l'auditoire. Adoptez la stratégie contraire : Concentrez l'essentiel de votre message dans une présentation courte et pleine d'impact et faites le pari de ne pas tout dire. Votre auditoire, intéressé, vous posera naturellement les questions sur ce que vous n'avez pas dévoilé. Cette approche aura l'avantage d'amener de l'interaction avec votre public et ainsi de mieux faire passer vos idées.

5 manières de démarrer votre présentation avec Punch !

On a qu'une seule fois la possibilité de faire une bonne première impression. Cette règle est particulièrement vraie pour les présentations. Nous nous souvenons plus fortement de ce qui se passe au début d'une présentation plutôt qu'au milieu par exemple. C'est ce que l'on appelle l'effet de primauté. Afin de mettre toutes les chances de votre côté pour « scotcher » votre auditoire dès le début de votre présentation, je vous propose une traduction libre d'un article de Garr Reynolds qui propose une méthode PUNCH pour l'ouverture de votre présentation.

Une ouverture percutante qui attire l'attention du public est primordiale. Si vous voulez galvaniser l'esprit de votre auditoire, vous devez frapper vite. Il existe plusieurs façons de frapper vite et de commencer avec punch pour établir une connexion forte avec votre public. Garr Reynolds a regroupé les 5 moyens les plus efficaces d'ouvrir une présentation autour de l'acronyme PUNCH :

Personal = Personnel
Unexpected = Inattendu
Novel = Nouveau
Challenge = Remettre en cause
Humorous = Humour

BONUS



Steve Jobs est un maître dans l'art de délivrer une présentation. Dans cette vidéo, il présente pour la première fois l'iPhone. Observez avec quel talent, il met en scène sa présentation. [Voir la vidéo](#)

Personnel

Rendez votre présentation personnelle. Garr Reynolds raconte l'anecdote d'une présentation à laquelle il a assisté dernièrement. Cette présentation concernait la sécurité sur le lieu de travail. Le présentateur a commencé sa présentation avec une image haute résolution de deux enfants. Après avoir parlé de l'importance des enfants dans la vie de chacun (la majeure partie de l'auditoire avait des enfants), il a avoué que les enfants à l'écran étaient les siens et que sa principale préoccupation était de rester auprès d'eux à les soutenir le plus longtemps possible dans sa vie. Nous avons tous une responsabilité, dit-il, auprès de nos familles qui doit nous inciter à porter une attention particulière aux procédures et aux règles de sécurité. Personne ne souhaite imaginer des enfants qui attendent leur père ou leur mère le soir à la maison alors que ceux-ci ne rentreront jamais. Pour Garr Reynolds, cette ouverture a été émotionnelle, personnelle et pertinente. Il a retenu l'attention de tout le monde et préparé le terrain pour la présentation. Ce qui aurait pu tout simplement être une liste à puces de règles de sécurité est devenu quelque chose de beaucoup plus personnel.

Il y a plusieurs manières de faire une ouverture personnelle. Mais attention, personnel ne veut pas dire auto-présentation de votre parcours avec des organigrammes ou pourquoi vous êtes qualifié pour parler. Une histoire personnelle peut donc être très efficace pour débiter une présentation tant qu'elle illustre un point clé de votre engagement ou introduit le thème de votre présentation de façon mémorable.

Inattendu

Révélez quelque chose d'inattendu. Faire quelque chose ou dire quelque chose qui va à l'encontre de ce que les gens pensent attirera leur attention. Le simple fait de choisir d'éviter de commencer par une introduction normale et attendue (et donc ennuyeuse) sera déjà une heureuse surprise pour votre auditoire. Au lieu d'une introduction officielle, formelle et lente à démarrer, envisagez de commencer par une citation choquante ou une question ayant une réponse surprenante ou bien encore une statistique qui va à l'encontre de la sagesse conventionnelle. Dites quelque chose qui va puiser dans l'émotion de la surprise. Cette émotion augmentera la vigilance de votre auditoire et amènera les gens instinctivement à se concentrer.

Beaucoup de présentations échouent parce qu'elles tentent simplement de transférer des informations de l'orateur à l'auditeur comme si les auditeurs ne pouvaient pas être des participants actifs.

Nouveau

Affichez quelque chose de nouveau. Obtenez l'attention des gens par l'introduction de quelque chose de nouveau. Commencez avec une image forte qui n'a jamais été vu. Révélez une histoire pertinente qui n'a jamais été entendue. Affichez une statistique issue d'une toute nouvelle étude qui donne de nouveaux aperçus sur un problème. Il y a des chances que votre public soit rempli d'explorateurs nés qui ont soif de découverte et soient attirés par le nouveau et l'inconnu. La nouveauté peut aussi être menaçante pour certaines personnes, mais en supposant que l'environnement est sûr et qu'il n'y ait pas trop de nouveautés (donc de risques de changements), votre public sera à la recherche de nouveauté.

Remettre en cause

Remettez en cause la sagesse conventionnelle ou contestez les hypothèses de l'auditoire. Stimulez l'intelligence de votre public en posant des questions provocantes qui les feront réfléchir. Beaucoup de présentations ou de conférences échouent parce qu'ils tentent simplement de transférer des informations de l'orateur à l'auditeur comme si les auditeurs ne pouvaient pas être des participants actifs. Votre public vous accordera d'autant plus d'attention si vous faites appel à lui et à sa capacité d'utiliser son cerveau.

Humour

Savoir faire rire votre auditoire vous procurera de nombreux avantages. Le rire est contagieux et des personnes qui rient ensemble deviennent plus connectées les unes avec les autres et avec vous. Cela crée ainsi une ambiance positive dans la salle. Le rire libère des endorphines, détend le corps tout entier, et peut même faire changer les choses de perspectives. Le vieil adage dit que s'ils rient c'est qu'ils sont à l'écoute. Cela est vrai, mais cela ne signifie pas nécessairement qu'ils apprennent. Il est donc essentiel que l'humour soit directement en rapport avec votre message central ou bien s'intègre harmonieusement dans le flux de votre récit sans détourner l'attention de votre message essentiel.

Utiliser l'humour n'est pas toujours recommandé pour une présentation. Commencer par une blague est un exercice périlleux. Habituellement ce genre de plaisanterie ne reçoit que des sourires

polis, voire tombe complètement à plat ou même encore pire offense l'auditoire. Dans ce genre de circonstances, le présentateur part avec un sérieux handicap. Oubliez les blagues. Préférez une courte anecdote ou une observation teintée d'ironie.

Utilisez des signalisations pendant votre présentation

Les signalisations permettent à votre auditoire de savoir où vous allez, où vous en êtes et où vous étiez dans votre présentation.

Les signalisations permettent à votre auditoire de savoir où vous allez, où vous en êtes et où vous étiez dans votre présentation. Cela rend votre présentation facile à suivre pour votre auditoire et donne de vous l'image de quelqu'un d'organisé et préparé. Voici les moments où ajouter des signalisations dans votre présentation :

- **Signalisation « drapeau »** : un drapeau attire l'attention sur ce que vous allez dire ensuite. Utilisez un drapeau avant d'annoncer votre message clef. Utilisez des phrases comme : « Le point important est celui-ci », « la chose à retenir est celle-ci », « voici ma recommandation » etc ...
- **Preview / annonce** : Imaginons que votre présentation comporte 3 parties. N'oubliez surtout pas d'annoncer ces 3 parties dès le démarrage de votre présentation. En faisant cela, vous allez inconsciemment ouvrir 3 « boîtes d'information » dans l'esprit de vos interlocuteurs. Ils n'ont donc plus à se préoccuper de savoir où va les amener la présentation. Votre travail consiste ensuite à remplir ces 3 boîtes pour lesquels l'attention de votre auditoire est préparée. En résumé, commencez par dire ce que vous allez dire.
- **Ouvrez et fermez les boîtes** : Votre audience appréciera si vous leurs faites savoir chaque fois que vous ouvrez ou fermez une boîte. Dans un document écrit, ils auraient des titres de paragraphes pour les guider. Dans une présentation, ils sont dépendants de vous pour savoir quand ils doivent passer d'une boîte à l'autre.



*Ouvrez des "boîtes d'information"
pour votre auditoire*



*Fermez ces boîtes au fur et à mesure
de votre présentation*

- **Résumé** : Au même titre que votre auditoire appréciera de savoir où vous allez, il appréciera aussi un récapitulatif de là où il vient. Un résumé aidera à renforcer les points que vous avez évoqués.

Le matériel et l'environnement comptent

Si vous avez fait l'expérience d'un vidéoprojecteur qui refuse de fonctionner, je pense que vous voyez très clairement à quoi je fais allusion pour ce troisième truc ...

Prenez soin de vérifier le bon fonctionnement du matériel, la compatibilité des versions de logiciels, la disposition de la salle avant que l'auditoire ne soit installé. De même, si vous intervenez dans le cadre d'une invitation ou d'une présentation chez un client ou partenaire, demandez explicitement quel matériel est fourni et ce que vous devez apporter. J'ai encore en mémoire l'amer souvenir d'être arrivé un jour avec ma clé USB chez un partenaire très fier de ma présentation sur laquelle j'avais travaillé de nombreuses heures. Problème : Le partenaire qui me recevait pensait que j'allais venir avec un ordinateur portable Et n'avait donc rien pour projeter la présentation.

Pour le matériel, faites l'effort d'investir dans une télécommande. Ce genre d'outil peut vraiment vous permettre de faire la différence lors de votre prestation. Au lieu d'être collé à votre pupitre ou devant votre ordinateur (ou pire demander à quelqu'un d'autre de passer à la diapo suivante) prenez le contrôle de votre présentation et insufflez un peu de liberté à votre prestation.



Et maintenant ?

Nous voilà arrivé à la fin de ce guide. J'espère qu'il vous aura permis de prendre conscience du potentiel que contient chacune de vos présentations et vous aura donné des idées pour vos prochains travaux. Votre avis sur ce guide m'intéresse beaucoup. Je vous invite donc à laisser vos impressions, suggestions et commentaires sur cet ouvrage en cliquant sur le lien suivant :

www.simpleslide.com/contact/

Je ne peux terminer ce guide sans citer les ressources sur lesquelles que je me suis appuyé pour structurer le contenu de ce guide : Présentation Zen de Garr Reynolds, Slideology de Nancy Duarte, Le blog d'Olivia Mitchell, Le blog 6 Minutes. Enfin, vous pouvez retrouver toute l'actualité de Simple Slide sur le blog :

Si vous voulez aller plus loin, Simple Slide vous accompagne dans la création et la refonte de vos présentations PowerPoint :



www.simpleslide.com/studio